

2 — RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES

- 1 — MODÈLE D’AFFAIRES — 74
- 2 — MATRICE DE MATÉRIALITÉ — 76
- 3 — DÉMARCHE RSE — 78
- 4 — RESPONSABILITÉ ENVERS LES CONSOMMATEURS — 79
- 5 — RESPONSABILITÉ ENVERS L’ENVIRONNEMENT — 80
- 6 — RESPONSABILITÉ ENVERS LES PARTIES PRENANTES
OPÉRATIONNELLES ET LA SOCIÉTÉ — 88
- 7 — RESPONSABILITÉ ENVERS LES COLLABORATEURS :
UN EMPLOYEUR ATTENTIF ET ENGAGÉ
POUR LA RÉUSSITE DE TOUS — 93
- 8 — UNE GOUVERNANCE MOBILISÉE ET ENGAGÉE — 97
- 9 — INDICATEURS EXTRA-FINANCIERS — 99

Le Groupe Interparfums s'inscrit dans une démarche globale de prise en compte de la responsabilité sociale, environnementale, sociétale et de transparence. Il développe, d'année en année, une politique RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise), mise en œuvre par ses Directions Opérationnelles et directions fonctionnelles en impliquant l'ensemble du personnel et identifie ses principaux enjeux articulés autour de quatre axes : ses responsabilités envers les consommateurs, l'environnement, les parties prenantes opérationnelles et la société ainsi qu'envers les collaborateurs. Cette politique est soutenue par une gouvernance mobilisée et engagée.

Depuis de nombreuses années, le Groupe a choisi d'intégrer un volet social et sociétal important dans son développement, basé notamment sur une politique sociale attractive et sur des relations solides avec ses partenaires. Sur le plan environnemental, le Groupe, ne disposant pas d'outils industriels en propre, avait jusqu'à présent choisi d'accompagner ses partenaires industriels en exprimant une exigence de qualité, d'utilisation des Bonnes Pratiques de Fabrication et de recours à l'innovation. La construction d'un entrepôt à Haute Qualité Environnementale en France en 2011 et un sourcing à plus de 85 % en Europe témoignent d'ailleurs des efforts réalisés au cours des dernières années.

Cependant, compte tenu des enjeux en termes de changements climatiques et d'érosion de la biodiversité, le Groupe entend désormais devenir un contributeur actif sur le volet environnemental.

Pour appuyer cette démarche, le Groupe a, au début de l'année 2021, à l'initiative de la Direction Générale, créé un Comité exécutif RSE, composé des Directions Opérations & Supply Chain, Ressources Humaines, Financière, Juridique et Communication, dont le rôle a consisté à formaliser la stratégie RSE du Groupe avec l'ambition :

- de conforter son statut d'employeur responsable avec, notamment, la formalisation d'une « Charte Employeur Responsable » et le renforcement du plan de formation des collaborateurs ;
- de réduire son empreinte écologique grâce, notamment, à la mise en place d'un cahier des charges éco-conception optimisé incluant la réduction des emballages et l'introduction de matières recyclées et recyclables sur chacun des produits développés ;
- de mesurer son empreinte carbone selon la méthodologie du GHG protocol (scopes 1, 2 et 3) afin d'initier une trajectoire bas carbone compatible avec les Accords de Paris et validée par l'initiative *Science Based targets* (SBTi) ;
- de renforcer sa démarche de développement durable en formalisant une « Charte Éthique Des Affaires » opposable aux parties prenantes opérationnelles.

Ce Comité exécutif RSE s'est réuni 6 fois en 2023 et a travaillé sur l'ensemble des sujets listés ci-dessus. En complément, il a validé la matrice de matérialité présentée dans la section 2 de cette partie et l'analyse en matière de risques extra-financiers présentée en partie 1. L'ensemble du Comité Exécutif RSE a suivi un atelier Fresque du Climat en 2023 pour compléter ses connaissances sur le sujet des changements climatiques et des limites planétaires. Enfin, il est sensibilisé aux évolutions de la réglementation, notamment celle relative à la CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*), et en a validé l'organisation du projet et les investissements nécessaires en matière d'outil informatique.

Le lancement d'une première ligne à faible impact environnemental chez Rochas en 2021 a été la première pierre du déploiement de cette démarche RSE. Il nous a permis de tester avec *Rochas Girl* les possibilités qui nous sont offertes en termes d'écoconception en poussant la réflexion le plus loin possible. L'objectif était de proposer aux consommatrices de la génération Z un parfum répondant à leurs attentes en matière d'engagement. Ce projet alliait les codes de la parfumerie de luxe et une nouvelle prise de conscience en modernisant le portefeuille Rochas, dans une approche inclusive et écoresponsable. *Girl*, c'est 90 % d'ingrédients d'origine naturelle, à l'extrait de néroli aux propriétés relaxantes, vegan. Son flacon en verre contient 40 % de verre recyclé (PCR), ce qui est le taux maximum actuel proposé par les verriers et son capot est en plastique recyclé. Son étui en carton est certifié FSC, imprimé avec de l'encre à l'eau et sans décoration superflue. La fabrication est française. Sa formule est sans colorants, sans stabilisateurs, sans additifs sujets à controverse et sans filtres UV. Elle contient un nombre réduit d'allergènes. Dans le même esprit, une recharge est dorénavant disponible pour toujours moins d'impact sur l'environnement.

La communication multicanale a été en cohérence avec le produit avec une publicité tournée en région parisienne, des modèles non retouchés et véhiculant une image authentique. L'ensemble de la PLV en carton complétait le dispositif. En complément, avec *Girl*, Rochas a souhaité rejoindre l'initiative « 1 % pour la planète » et redistribue 1 % du chiffre d'affaires généré à différentes associations. La déclinaison de *Girl* lancée au printemps 2023 a proposé directement une recharge et s'inscrira dans la même dynamique.

1 — MODÈLE D'AFFAIRES

NOS RESSOURCES

Humaines

- **334 salariés** répartis dans plusieurs pays
- Une **diversité** de compétences
- Des équipes **expérimentées**
- Une organisation **agile**
- Une charte « employeur responsable »

Immatérielles

- Un portefeuille de **10 marques de prestige**
- Des **savoir-faire** dans la création, le développement et la distribution de parfums et cosmétiques de prestige
- Une **culture entrepreneuriale**

Industrielles & commerciales

- Une **centaine** de partenaires industriels
- Un sourcing à **85 %** en Europe
- Un réseau de distribution international

Sociétales

- Des **relations partenariales** de longue date avec l'ensemble des parties prenantes
- Des engagements en matière de **mécénat**

Environnementales

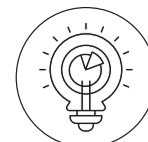
- Une prise en compte de l'empreinte environnementale dans la conception des produits
- Un entrepôt **HQE** de 36 000 m² à **proximité des usines**
- Deux entrepôts à **proximité des lieux de consommation** (Amérique du Nord et Asie)
- Une charte « éco-conception optimisée »

Gouvernance

- Une **éthique** reconnue s'appuyant sur une charte « éthique des affaires »
- Adoption du **Code de gouvernement d'entreprise** Middenext
- Existence d'un **Comex RSE**

Financières

- Un **bilan très solide** avec une **trésorerie nette de 55 M€**
- Une société cotée sur **Euronext compartiment A**, contrôlée par les fondateurs



Création selon les attentes des marques et des consommateurs avec une vision responsable



Distribution à partir d'entrepôts répartis au plus près des zones d'achats

Acteur mondial de l'industrie des parfums et cosmétiques, notamment reconnu pour son éthique dans les affaires et la transparence de sa communication.



Outils de communication respectant les sensibilités des consommateurs

Tendances du secteur de la parfumerie

- Une attente croissante des citoyens et des marques en matière d'environnement
- Une communication multicanale
- Des réglementations de plus en plus contraignantes



Choix des flacons et des emballages cartonnés avec une dimension environnementale



Fabrication selon les Bonnes Pratiques de Fabrication avec un réseau de partenaires sélectionnés

NOTRE CRÉATION DE VALEUR

Humaine

- Une **politique salariale motivante** avec des salariés associés aux résultats de l'entreprise
- **60 M€** versés à nos collaborateurs sous forme de rémunération et de participation en 2023
- Des **plans d'actions de performance** tous les 2/3 ans
- Un taux de recommandation de **80,4 %** évalué par une enquête d'engagement des collaborateurs
- **84/100** Index égalité homme / femme (périmètre France)
- **41 ans** d'âge moyen
- **7,6 années** d'ancienneté moyenne



Industrielle

- **83 %** de relations de + de 10 ans avec nos fournisseurs
- **275 M€** d'achats industriels en Europe en 2023



Sociétale

- Soutien à l'association **The SeaCleaners**
- **778 k€** de dépenses allouées au mécénat et aux dons en 2023



Environnementale

- **92 %** d'achats réalisés avec des fournisseurs notés Ecovadis
- **191 teqCO₂** d'empreinte carbone (scope 1, 2 et 3)
- **68,1** : Note moyenne Ecovadis de nos fournisseurs



Financière

- **798 M€** de chiffre d'affaires en 2023
- **20,7 %** de marge opérationnelle en 2023
- **65,9 M€** de dividendes distribués à nos actionnaires en 2023
- **34,6 millions de flacons** et **4,9 millions de coffrets** expédiés en 2023
- Intégration au **SBF 120** et **CAC Mid 60**



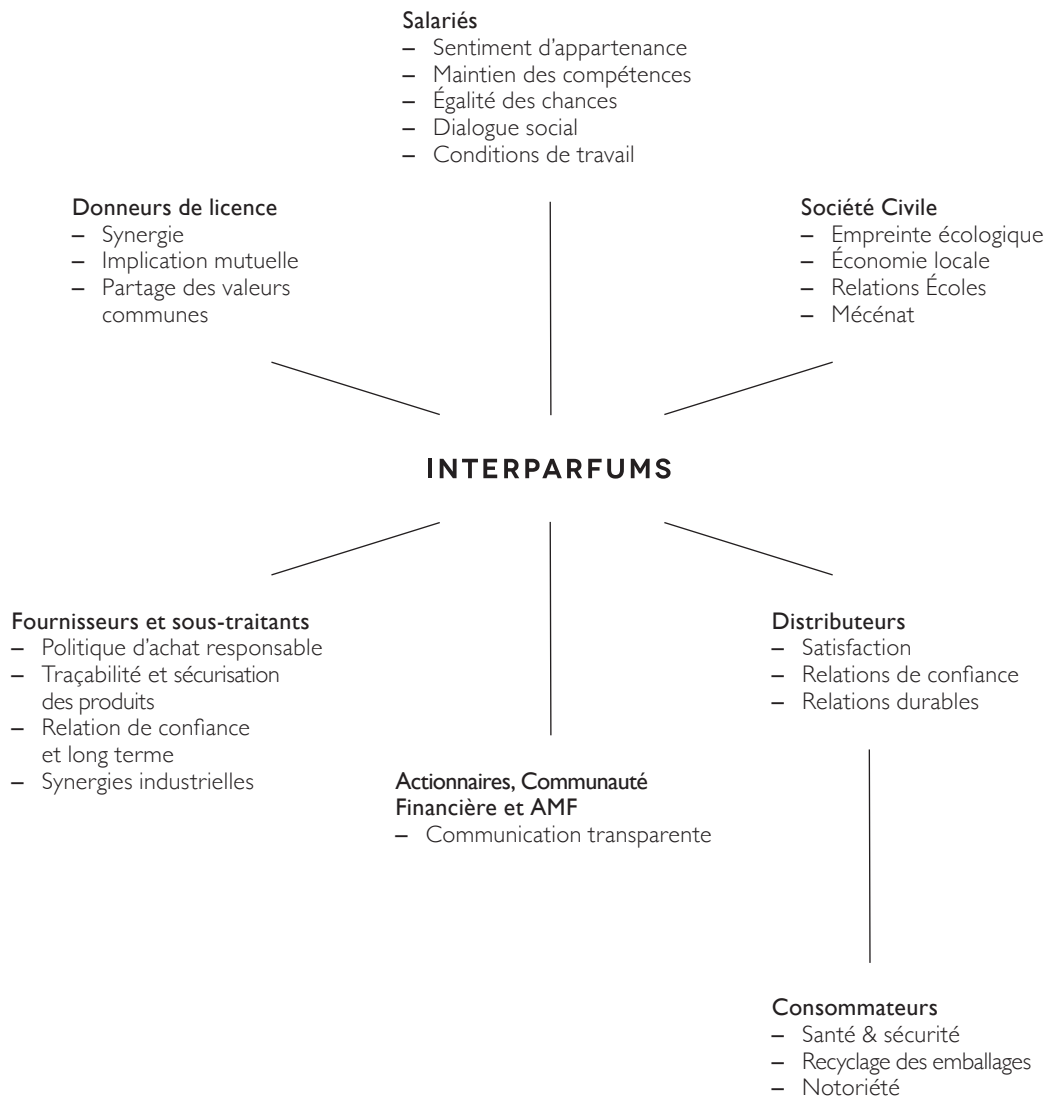
2 — MATRICE DE MATÉRIALITÉ

Après avoir cartographié l'ensemble des parties prenantes du Groupe, exercice essentiel dans un environnement en constante mutation, il est apparu que les principales sont les donneurs de licence, les salariés, les fournisseurs et sous-traitants, les distributeurs et la communauté financière au sens large. Leurs attentes sont identifiées grâce aux liens étroits existants avec les partenaires industriels et les donneurs de licence. Les collaborateurs, actuels et futurs, expriment leurs souhaits lors des entretiens conduits régulièrement. La communauté financière, quant à elle, dispose de nombreux moments d'échanges, lors des réunions qui rythment le calendrier et par l'intermédiaire de questionnaires qui nous sont transmis. La création d'un Comité d'actionnaires individuels a renforcé ces liens.

La matrice de simple matérialité sera mise à jour en 2024 et l'exercice de double matérialité sera initié également en prévision de l'application de la CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*) qui concernera le Groupe en 2026 sur l'exercice 2025.

En ce qui concerne la cotation des enjeux ESG, elle a été effectuée en Comité exécutif RSE, l'instance de gouvernance mise en place pour animer la démarche du Groupe. Le plan d'actions et les indicateurs présentés dans le rapport annuel sont alignés avec cette matrice qui sera revue régulièrement.

Cartographie des parties prenantes















Matrice de matérialité

Importance pour les parties prenantes	Très élevée		<ul style="list-style-type: none"> ■ Reconnaissance de la performance des collaborateurs ■ Qualité de vie au travail 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pérennité des relations partenariales ● Éthique et conformité ● Communication institutionnelle et financière ■ Santé et sécurité des consommateurs
		<ul style="list-style-type: none"> ◆ Trajectoire bas carbone ◆ Potentiel de recyclage des emballages ● Digitalisation et protection des données 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Engagement des collaborateurs ■ Recrutement et fidélisation des talents ◆ Économiser les ressources 	<ul style="list-style-type: none"> ● Vision long terme ● Cybersécurité
		<ul style="list-style-type: none"> ● Performance ESG 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Respect et promotion de la diversité ● Devoir et vigilance ◆ Approvisionnement durable 	
	Faible	<ul style="list-style-type: none"> ■ Philanthropie 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Sensibilisation des collaborateurs aux enjeux environnementaux 	
			Faible	Très élevée
			Importance pour Interparfums	
			Enjeux RSE : ■ Social et sociétal ◆ Environnement ● Gouvernance	

3 — DÉMARCHE RSE

Conformément à la stratégie mise en place en terme de Responsabilité Sociale, le tableau ci-après présente les principaux objectifs que le Groupe s'est fixé et les met en regard des référentiels reconnus comme celui des Objectifs de Développement Durable (ODD), de l'article 225 du code du commerce français et de la GRI (*Global Reporting Initiative*).

	Actions	Situation 2023	Performance attendue	Échéance	ODD	Article 225	GRI
Attirer, accompagner et faire progresser tous les talents							
Attirer	Charte employeur responsable	Charte rédigée	Déploiement de la charte	Fait en 2023		-	406,407, 408,409
Développer	Renforcer la formation	55% des collaborateurs (France)	70% des collaborateurs	2025		Art.1-1-e	404-1 et 404-3
Développer	Formation des collaborateurs à la RSE	20% des collaborateurs	80% en 2 ans	2025		-	-
Diversifier	Sensibiliser les collaborateurs au sujet du handicap	1 fois par an	1 fois par an			Art.1-1-f	405-1
Proposer des emballages intégrant les enjeux environnementaux et sociétaux							
Suivre	Suivre les notes Ecovadis de nos fournisseurs	Note moyenne 68,1/100	Note moyenne > 70/100	2025		Art.1-3-c	308
Augmenter	Augmenter le potentiel de recyclage de nos emballages (% emballages recyclables)	82%	85%	2025	 	-	-
Initier une trajectoire bas carbone							
Mesurer et réduire	Mesurer une fois par an l'empreinte carbone scopes 1, 2 et 3 ⁽¹⁾	191 031 tonnes équivalent CO ₂	Neutralité	2030		Art.1-2-d	305-1,2,3
	Réduire les émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2 ⁽²⁾	13% de réduction /2021	Neutralité (incluant la contribution)	2025		Art.1-2-d	305-1,2,3
Contribuer	Définir les programmes adaptés de contribution	Fait pour un premier projet	À étendre en finançant des projets de séquestration du carbone hors de la chaîne de valeur d'Interparfums	2025		-	-
Conforter nos relations avec nos partenaires							
Sensibiliser	Diffuser la charte écoconception à l'ensemble des fournisseurs industriels	Charte diffusée à 100% des fournisseurs industriels	Engager 100% des fournisseurs industriels à lancer une trajectoire bas carbone	2025		Art.1-3-c	308
Agir avec éthique et conformité							
Déployer	Déployer et faire signer la charte éthique des affaires auprès de l'ensemble des parties prenantes	51% des fournisseurs industriels	100% des fournisseurs industriels	2024		Art.1-3-d	205

(1) Le scope 1 concerne les émissions directes de gaz à effet de serre liées à l'énergie, ici la consommation de gaz pour le chauffage et le carburant des véhicules de fonction.
Le scope 2 concerne les émissions indirectes de gaz à effet de serre liées à l'énergie, soit celles relatives à l'électricité et au réseau de chaleur sur lequel est branché le nouveau siège social rue de Solferino.
Le scope 3 désigne les émissions indirectes situées dans la chaîne d'approvisionnement d'une organisation, c'est-à-dire celles qui sont indirectement liées à son activité, tant en amont qu'en aval.

(2) Année de référence : 2021.

4 — RESPONSABILITÉ ENVERS LES CONSOMMATEURS

Le Groupe assure la mise sur le marché des produits cosmétiques qu'il commercialise et est donc responsable de l'évaluation de leur sécurité pour la santé. Il s'appuie également sur les informations transmises par les parfumeurs qui évaluent l'innocuité des matières premières qui composent les jus.

4.1 — ASSURER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

Le Groupe fait pratiquer des tests d'innocuité cutanée et oculaire des produits qu'il met sur le marché. Conformément au règlement CE 1223/2009, aucun de ces tests n'est effectué sur des animaux. Les tests d'innocuité cutanée sont effectués sur des adultes volontaires sains et les tests d'innocuité oculaire sur des cellules de culture. Le Groupe a pris en compte le règlement REACH (Directive CEN° 1907-2006 du 18 décembre 2006), relatif à l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des produits chimiques auprès de tous ses fournisseurs. L'ensemble des mesures techniques et organisationnelles consécutives à la mise en place de REACH sont mises en œuvre au sein du Groupe. En tant qu'utilisateur en aval de substances, il n'est pas soumis à l'enregistrement. Le Groupe a cependant souhaité rester actif et ainsi communiquer proactivement avec ses fournisseurs afin de s'assurer du bon déroulement des enregistrements et de la continuité d'approvisionnement des substances chimiques conformes présentes dans ses produits.

Les parfums sont composés d'alcool (taux > 78%). Cet ingrédient n'est pas classé perturbateur endocrinien et est toléré en Cosmétique en raison d'une opinion favorable de la commission SCCS⁽³⁾, organisme d'étude indépendant mandaté par la Commission européenne. Par ailleurs, aucun ingrédient présent dans les produits commercialisés par Interparfums n'est classé perturbateur endocrinien avéré⁽⁴⁾.

Le Groupe a pris l'initiative de contacter ses différents sous-traitants et fournisseurs afin qu'ils respectent efficacement et fassent respecter par les acteurs en amont de leur chaîne d'approvisionnement, les enregistrements, notifications ou demandes d'autorisations nécessaires. Interparfums a ainsi demandé à tous ses fournisseurs de s'engager à fournir des articles ne contenant aucune substance listée à l'annexe XIV (substances dites extrêmement préoccupantes). À ce jour, aucun fournisseur n'a déclaré la présence de substances soumises à autorisation dans les articles fournis à Interparfums.

Procédure de cosmétovigilance

La cosmétovigilance est un système de surveillance et d'enregistrement des effets indésirables liés à l'utilisation des cosmétiques chez l'Homme. Elle porte sur tout effet indésirable, grave ou non, qui s'est produit dans des conditions d'emploi normales ou raisonnablement prévisibles d'un produit cosmétique ou qui est susceptible de résulter d'un mésusage. Interparfums, en tant que Groupe responsable, traite et analyse les cas de cosmétovigilance qui lui sont rapportés. Une procédure visant à définir les étapes à suivre lors de la réception de la réclamation est systématiquement appliquée et les mesures correctives sont systématiquement déployées.

	2022	2023
Nombre de réclamations par million de produits vendus	0,040	0,015

4.2 — PRIVILÉGIER UN TAUX DE NATURALITÉ IMPORTANT

Interparfums utilise dans l'intégralité de ses lignes de parfums uniquement de l'alcool d'origine végétale, essentiellement de l'alcool de betterave, naturel à 99,5%. Le reste étant composé, selon les lignes, d'une part variable d'ingrédients d'origine naturelle. Il convient de préciser que l'intégralité des parfums avec lesquels le Groupe travaille propose des concentrés avec une part d'ingrédients certifiés selon la norme ISO 9235 ou ISO 16128. La part de naturalité des parfums est donc supérieure à 80%.

Sur les baumes après-rasage, crèmes pour les mains, gels douche et lotions pour le corps, le Groupe utilise dans ces formulations une part d'ingrédients d'origine naturelle comprise entre 79 et 88%.

La nature, source d'inspiration

Quelques exemples d'intégration d'ingrédients naturels en provenance de nos partenaires parfumeurs sont présentés en illustration. Ainsi, le dernier lancement *Coach Green for Men* comprend un jus composé à 31,3% d'ingrédients d'origine naturelle selon la norme ISO 16128. Par ailleurs, 34,2% du jus, soit 10 ingrédients, provient de matières premières upcyclées. L'ensemble des parfums *Moncler*, notamment ceux de la collection *Les Sommets Moncler*, présente un taux de naturalité supérieur à 85% selon l'ISO 16128.

Moonlight Rose de la *Collection Extraordinaire* de Van Cleef & Arpels est une eau de parfums composée à partir d'un jus titrant un taux de matières d'origine naturelle de 62,8% selon la norme ISO 16128 et de 8 ingrédients upcyclés. Les principes de la chimie verte ont été également utilisés pour 3 autres ingrédients.

(3) Scientific Committee on Consumer Safety.

(4) Ces 16 familles de produits dont la liste est publiée par l'ECHA (Agence européenne des produits chimiques) sont interdits et bien entendu, ne sont pas présents dans les produits commercialisés par Interparfums.

4.3 — INNOVER EN RESPECTANT LA BIODIVERSITÉ

La conception d'un parfum se fait avec l'aide des propositions développées par nos partenaires parfumeurs dont les objectifs partagés sont de diminuer la pression sur les ressources naturelles menacées, en s'appuyant sur la biotechnologie et l'upcycling.

Ainsi, le jus *Rochas Girl Life* propose en note de tête des bourgeons de cassis provenant d'une plateforme d'approvisionnement en bourgeons de cassis en France. Le partenariat conduit entre le parfumeur et La Coopérative des Coteaux Bourguignons forme un cercle vertueux de pratiques en matière de développement durable conduisant à une amélioration des rendements et de la rémunération des agriculteurs. Par ailleurs, le bourgeon est le premier ingrédient naturel à s'appuyer sur la blockchain pour sa traçabilité du champ à la bouteille, dès 2019. L'extrait de rose est upcyclé à partir de l'eau rejetée après distillation

de la fleur qui contient encore des molécules aromatiques. L'extrait de jasmin est fabriqué avec un solvant vert sans recours à la pétrochimie.

Le siège social du Groupe se situe au centre de Paris dans une zone de secteur sauvegardé du VII^e arrondissement, qui prend en compte les ambitions du Plan Climat Énergie de Paris et la promotion d'une politique patrimoniale, intégrant l'architecture des XIX^e et XX^e siècles, développant une culture historique et écologique des jardins de ville, tout en affinant les protections existantes. Dans ce cadre, le Groupe a installé des ruches et des nichoirs an complément d'une végétation adaptée aux pollinisateurs.

Le Groupe s'assure qu'aucun des sites de conditionnement ne se situe dans une zone protégée en matière de biodiversité (que ce soit en France ou en Italie). Ainsi, aucun partenaire n'est implanté dans une zone Natura 2000 ou géré par une association rattachée à la Fédération des Conservatoires des Espaces Naturels. Cette cartographie a été effectuée à partir des adresses précises des sites en question.

5 — RESPONSABILITÉ ENVERS L'ENVIRONNEMENT

Le Groupe ne gère pas directement de sites industriels, mais il est impliqué dans le développement d'une politique de respect de l'environnement en collaboration avec ses partenaires sous-traitants et fournisseurs, tout au long de sa chaîne de valeur notamment sur les aspects suivants :

- choix des ingrédients ;
- choix des techniques et matériaux ;
- mesures de recyclage et d'élimination des déchets ;
- réduction des émissions de gaz à effet de serre.

5.1 — UNE OFFRE DE PRODUITS RESPONSABLES TOUT AU LONG DE LEUR CYCLE DE VIE

Politique

Le Groupe n'exerce pas d'activité industrielle et confie le processus de fabrication à des partenaires offrant chacun une expertise optimale et un engagement responsable dans leurs domaines respectifs : fragrance, verrerie, emballage et conditionnement. Le Groupe les interroge sur leurs stratégies RSE, en complément de l'évaluation Ecovadis et tient compte avec eux des enjeux environnementaux identifiés à chacune des étapes, notamment le choix des matériaux entrant dans les composants, le traitement des déchets et la réduction de l'empreinte carbone.

À chaque étape du processus de fabrication, le Groupe s'interroge sur le juste besoin et sur la nécessité de limiter les sources de coûts inutiles et le gaspillage des ressources en :

- réduisant l'impact environnemental de ses opérations ;
- recyclant la production imparfaite, notamment à l'étape de la fabrication ;
- minimisant les déchets à l'étape de fabrication avec un recours à la réparation quand cela est possible (notamment pour les palettes), et lors de la fin de vie du produit grâce à l'écoconception et à l'information des consommateurs.

La charte éco-conception optimisée a été formalisée en 2022 et partagée tant en interne qu'en externe pour que les options possibles en la matière soient bien claires pour l'ensemble des acteurs. Cette charte a pour objectif de mettre en avant les bonnes pratiques du Groupe pour une éco-conception optimisée des produits développés. Les objectifs par catégories de produits y sont présentés : verre, décor, capots, cales, étuis.

5.1.1 — Maîtriser l'impact environnemental des opérations

Hormis son siège social dont la rénovation a été reconnue HQE Bâtiment Durable (Hautes Qualités Environnementales) niveau excellent et BREEAM Excellent, Interparfums^{SA} utilise pour ses besoins logistiques et de stockage un entrepôt certifié également HQE. Cette certification porte notamment sur une meilleure isolation, un éclairage fonctionnant avec des détecteurs de présence, des matériaux de finition Ecolabel, une gestion technique centralisée pour le contrôle des énergies, la récupération des eaux pluviales et un tri des déchets performants.

— Énergie

Le Groupe suit en permanence des indicateurs de consommation d'énergie pour déterminer les opportunités d'amélioration de l'efficacité énergétique portant sur l'éclairage, le chauffage et la ventilation de l'ensemble du siège social et du site logistique d'Interparfums^{SA} comme la modulation des débits de ventilation et une programmation des ralentis de chauffage/ventilation le week-end.

Dans cette optique, il est prévu une extinction automatique de l'éclairage de l'entrepôt principal de Criquebeuf lorsque les collaborateurs sont en pause à l'extérieur et le maintien d'une température de cet entrepôt à 11°. Ce contrôle d'énergie inclut par ailleurs des mesures de gestion des horaires de recharge des charriots élévateurs électriques pendant les heures creuses de la nuit, nécessitant une

consommation basse de 280 kW maximum au lieu d'une consommation de 600 kW en journée. Des rapports mensuels de consommation d'électricité sont établis, et en cas de pics importants relevés, le Groupe analyse les origines de cette surconsommation afin d'y remédier le cas échéant.

Le partenaire en charge de la gestion de cet entrepôt a remplacé le four d'une puissance de 30 kW servant à rétracter les plastiques sur les cartons de la chaîne mécanisée par une machine à coiffe collée. Cette initiative permet à la fois de diminuer la consommation d'électricité et de supprimer une partie du plastique.

Enfin, le Groupe a installé sur le site logistique de Criquebeuf et au siège social des emplacements dédiés aux parcs à vélos et des bornes électriques pour les voitures.

(en kWh)	2021	2022	2023
Consommation énergétique totale	1 845 715	1 753 729	1 696 084

En ce qui concerne, le siège social, rue de Solférino, les locaux sont branchés sur le réseau de chaleur de la Ville de Paris ainsi que sur un réseau de froid urbain qui utilise la fraîcheur de la Seine pour refroidir l'eau du réseau de distribution. L'éclairage est assuré par de l'électricité. La consommation en énergie fossile du Groupe se réduit donc au gaz utilisé à l'entrepôt pour son chauffage.

En complément, le potentiel de production d'énergie renouvelable par les panneaux photovoltaïques installés en toiture du siège social est de 6 MWh. En 2023, l'énergie solaire produite et utilisée directement par le Groupe a été de 4,9 MWh.

(en m ³)	2021	2022	2023
Consommation d'eau	2 495	3 949	1 301

En 2021 et 2022, deux fuites d'eau ont été responsables de la surconsommation de la ressource en eau au niveau de l'entrepôt. Elles ont été résolues et la consommation a retrouvé un niveau qualifié de raisonnable en 2023. La consommation d'eau présentée dans le tableau ci-dessus ne concerne que l'entrepôt de Criquebeuf. Au siège, l'eau n'est utilisée que pour des raisons sanitaires et la quantité utilisée est donc considérée comme négligeable.

Le Groupe a répondu en 2023 au questionnaire Water Security du CDP (anciennement *Carbon Disclosure Project*) et a obtenu une note de C- traduisant un niveau de prise de conscience du sujet sur l'impact d'Interparfums en matière de ressource en eau. Les risques et opportunités en la matière ont été identifiés et sont présentés au §3 de la partie I du présent document.

— Déchets

Le Groupe suit attentivement sa production de déchets au niveau de l'entrepôt en France. En 2023, ce sont 27 tonnes de déchets qui ont été valorisées dans différentes filières (plastique, palettes, papiers et cartons). En complément, 3 tonnes assimilées à des ordures ménagères (DND, déchets non dangereux) ont été incinérées avec récupération de chaleur. Une nouvelle filière de valorisation des glassines des étiquettes a été mise en place permettant d'en valoriser un volume de 29 palbox. Aucun déchet dangereux n'a été éliminé en 2023.

— Eau

Compte tenu du modèle économique d'Interparfums, l'eau est un sujet matériel uniquement pour certains de ses partenaires (cf. § 6.2.3. en partie 2). En effet, la consommation d'eau pour les opérations directes de l'entreprise se réduit d'une part à une utilisation sanitaire au sein des bureaux et de l'entrepôt et d'autre part à un usage de nettoyage au sein de l'entrepôt.

Au siège social, des filières de valorisation des papiers de bureau, du verre et des ordures ménagères sont déployées grâce à la collectivité locale et à un partenaire industriel.

— Fret

Le Groupe a établi son entrepôt principal en France dans une région située au carrefour de ses sous-traitants afin de limiter les transports de produits finis.

Les actions entreprises en collaboration avec le gestionnaire de l'entrepôt en France et des expéditions des marchandises dans le cadre de l'amélioration et de l'optimisation des transports inter-usines et la plateforme logistique ont contribué à une réduction du nombre de rotation des camions.

En ce qui concerne les modes de transports vers les distributeurs, le Groupe utilise les transports routiers pour les expéditions en France et en Europe, et les transports maritimes pour l'Amérique, l'Asie et le Moyen-Orient. Le Groupe fait appel au transport aérien de façon très limitée et le réserve aux situations d'urgences incontournables. Certains produits promotionnels fabriqués en Asie sont directement adressés aux distributeurs américains sans être importés et entreposés en France.

Le Groupe a également rationalisé des caisses de regroupement et emballages secondaires (étuis et coffrets de parfums) afin d'optimiser le remplissage des palettes, de diminuer les achats de cartons et de réduire les volumes transportés en diminuant les espaces vides. Il impose dorénavant un nombre minimal de palettes par camion.

Par ailleurs, en complément de l'entrepôt situé aux USA, courant 2018, le Groupe a mis en fonctionnement un entrepôt situé à Singapour dans le but de favoriser les circuits courts sur la zone Asie-Océanie. Cet entrepôt a notamment permis de disposer d'un stock permanent sur cette zone et, ainsi, de privilégier les transports de marchandises vers l'Asie par bateau depuis la France.

5.1.2 — Mesurer l'empreinte carbone des activités

L'empreinte carbone est calculée par le Groupe sur les scopes 1 et 2 depuis 2020. Le scope 1 concerne les émissions directes de gaz à effet de serre (consommation de gaz de l'entrepôt et de carburant des véhicules de fonction), et le scope 2, les émissions indirectes associées à l'énergie (consommation d'électricité). Les sites étudiés sont l'entrepôt de Criquebeuf et les bureaux du siège social parisien.

Par ailleurs, la Société dispose de 22 véhicules de fonction, notamment pour la force de vente. Les nouveaux véhicules sont équipés de motorisation essence.

(en teqCO ₂)	2021	2022	2023
Scope 1	226	205	194
Scope 2	29	30	27
Total	255	235	221

En 2022, le Groupe a déménagé son siège social dans des locaux certifiés BREEAM et HQE, qui permettent une optimisation de sa consommation énergétique. Par ailleurs, le recours à des énergies renouvelables et au réseau de chaleur de la ville de Paris améliore ce bilan. Les émissions des scopes 1 et 2 diminuent de 6% entre 2022 et 2023 permettant au Groupe de tenir sa trajectoire sur ce périmètre.

Depuis 2021, un bilan carbone complet scope 1, 2 et 3 a été calculé selon la méthode du GHG protocol et utilisant soit les facteurs d'émission disponibles dans les bases de données, soit des ratios monétaires avec une grande incertitude, soit les données partagées par les fournisseurs. 2021 est donc l'année de référence retenue par Interparfums pour sa trajectoire carbone.

Interparfums s'est engagée fin 2023 auprès du SBTi (*Science Based Target initiative*) afin de pouvoir dans un deuxième temps faire reconnaître par cet organisme sa trajectoire carbone. Par ailleurs, pour la première fois, le questionnaire CDP *Climate Change* a été complété en 2023 et le niveau de maturité d'Interparfums a été identifié comme prenant des mesures coordonnées sur les questions climatiques avec une note B-, ce qui nous permet de fixer des axes de progrès, notamment en matière de recherche d'opportunités et d'engagement de la chaîne de valeur.

Ainsi, le Groupe est convaincu que c'est en associant ses fournisseurs à sa démarche qu'il pourra progresser sur une trajectoire bas carbone. 100% des fournisseurs évalués par Ecovadis en 2023 affirmaient mettre en place des actions en matière d'économie d'énergie et 58% d'entre eux avait recours à une ou plusieurs sources d'énergie renouvelable. Cependant, seuls 72% des fournisseurs suivent leur empreinte carbone et 59% seulement ont réalisé une étude sur l'intégralité des scopes (1, 2 et 3). Ces données sont en progrès mais il reste des fournisseurs à engager sur le sujet, notamment les conditionneurs. 53% des achats directs réalisés par le Groupe sont ainsi couverts par des données carbone. En tout état de cause, comme précisé au § 6.2.1. de la partie 2 de ce document, 86% des achats de biens et de services destinés à la production sont réalisés auprès de fournisseurs situés en Europe, ces derniers étant soit soumis à la réglementation CSRD soit dans la chaîne de valeur de clients concernés par cette réglementation. Ils vont donc de fait initier ces démarches de mesure de leur empreinte carbone. S'ils le souhaitent, le Groupe les accompagnera en termes de méthodologie pour qu'ils progressent sur ces sujets cruciaux.

(en teqCO ₂)		2021	2022	2023
Scope 3 Amont	Produits et services achetés	166 934	144 320	177 188
	Biens immobilisés	2 668	3 839	3 965
	Émissions liées aux combustibles et à l'énergie non incluses dans le scope 1 ou 2	55	48	45
	Transport de marchandise amont et distribution	729	1 050	2 026
	Déchets générés	17	23	24
	Déplacements professionnels	494	265	585
	Déplacements domicile-travail	Négligeable	Négligeable	Négligeable
	Actifs en leasing amont	-	-	-
	Autres émissions indirectes amont	-	-	-
Scope 3 Aval	Transport de marchandise aval et distribution	129	279	3 664
	Transformation des produits vendus	-	-	-
	Utilisation des produits vendus	-	-	-
	Fin de vie des produits vendus	3 659	2 878	3 534
	Actifs en leasing aval	-	-	-
	Franchises	-	-	-
	Investissements	-	-	-
Autres émissions indirectes aval	-	-	-	
Total scope 3		174 685	152 702	191 031

Les variations observées entre les années s'expliquent par, comme précisé ci-dessus, l'intégration de données supplémentaires au niveau du scope 3 de certains fournisseurs (qui ne le calculaient pas jusqu'alors). D'une part, les stocks sont plus élevés en 2023 qu'en 2022 (+ 32 %) notamment en raison de la fabrication des parfums Lacoste

en amont du début des ventes en janvier 2024. D'autre part, il y a eu plus de déplacements professionnels en 2023 par rapport à 2022. Tout cela contribue à la hausse des émissions scope 3. Enfin, l'évolution à la hausse du montant des royalties versées (traduites en ratios monétaires) impacte également le bilan carbone.

(en teqCO ₂)	2022	2023	Variation 2022-2023
Bilan carbone (scopes 1, 2 et 3)	152 937	191 252	25,1 %

L'intensité carbone d'Interparfums est dans la fourchette basse de son secteur d'activité. Malgré l'augmentation du chiffre d'affaires, l'intensité carbone augmente pour les raisons évoquées dans le paragraphe précédent.

(en kg de CO ₂ par milliers d'euros de CA)	2021	2022	2023	Variation 2022-2023
Intensité carbone	312	216	240	10,9 %

L'étape de mesure du bilan carbone ayant été effectuée, il s'avère que 17 % des achats directs liés à la production sont effectués chez des fournisseurs engagés auprès de l'initiative SBTi.

Un focus particulier est fait au niveau des trajectoires des 10 plus gros fournisseurs du Groupe qui représentent 46 % des achats directs de production. Il est à noter que 7 d'entre eux répondent au questionnaire CDP *Climate Change*. 7 fournisseurs ont également des objectifs à horizon 2030 de forte réduction de leurs émissions carbone, notamment en faisant appel à des procédés innovants et des énergies renouvelables.

Le Groupe va, en 2024, engager les fournisseurs présentant un léger décalage de phase à le résorber rapidement en poursuivant ses efforts de dialogue avec eux pour progresser ensemble sur cet enjeu crucial.

Cela étant, il nous semble également important de commencer à réfléchir au financement de projets de séquestration carbone. Cet engagement additionnel a été pris par Interparfums fin 2022 avec l'entreprise Terraterre qui joue un rôle d'intermédiaire entre des agriculteurs engagés dans un processus de transition de leurs exploitations et des entreprises qui le financent. Un premier projet d'agriculture régénérative a été sélectionné, offrant un grand nombre de co-bénéfices environnementaux (augmentation de la qualité de l'eau et

de l'air, augmentation de la biodiversité, amélioration de la fertilité des sols...) et sociaux (investissements locaux, revenus supplémentaires pour les agriculteurs, chemin vers une alimentation plus saine...). La première exploitation soutenue est située dans le Loiret où l'agriculteur cultive notamment de la betterave sucrière, du blé dur, du maïs grain, un mélange graminées et légumineuses.

La culture de betterave est cohérente avec l'utilisation faite par Interparfums d'alcool de betterave dans la majorité de ses parfums. L'agriculteur, accompagné par Sysfarm, est également engagé dans une démarche bas carbone, avec pour objectif de réduire et séquestrer du carbone à hauteur de 960 teqCO₂ sur 5 années, avec une labellisation nationale au travers du Label Bas carbone. Ce projet est suivi attentivement par Interparfums qui le considère comme un pilote dans sa stratégie climat. Ainsi, la première visite de Sysfarm a permis d'établir que le bilan de la séquestration sur l'année 2023 était légèrement supérieur à la performance attendue en raison d'importants bénéfices sur le volet stockage du carbone, grâce à la mise en place des couverts végétaux.

Interparfums souhaite inscrire sa trajectoire climat dans les référentiels les plus reconnus. Une première étape consiste à aligner son reporting avec les principes de la TCFD (*Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*), tel que présenté dans le tableau suivant.

Thématiques	Recommandations de la TCFD	Actions 2023	Axes de travail pour 2024
Gouvernance Décrire la gouvernance de l'organisation concernant les risques et opportunités relatifs au climat.	a. Décrire la supervision des risques et opportunités relatifs au climat par le Conseil d'administration. b. Décrire le rôle du management dans l'évaluation et la gestion des risques et opportunités relatifs au climat.	Le Conseil d'administration est informé régulièrement par la Direction RSE des risques et opportunités liés au climat et à la biodiversité. Une présentation des conséquences de la mise en place de la CSRD (<i>Corporate Sustainability Directive</i>) sur ces sujets avec un focus sur la double matérialité leur a été faite. Une compétence RSE a été identifiée pour intégrer le Conseil et animer un comité RSE en son sein. Le Comité exécutif a été informé des démarches engagées en matière de formalisation de la stratégie RSE. Une présentation des avancées en matière de climat leur a été effectuée.	Création du comité RSE au sein du Conseil d'administration. Définition de la trajectoire climat avant sa validation par le SBTi. Informer régulièrement le Comité Exécutif des risques et opportunités relatifs au climat et à la biodiversité. Renforcer les compétences du Comité exécutif sur les sujets clés relatifs au climat et la biodiversité.
Stratégie Décrire les impacts existants et potentiels des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités de l'organisation, sa stratégie et sa planification financière, dans la mesure où l'information est pertinente.	a. Décrire les risques et opportunités relatifs au climat que l'organisation a identifiés pour le court, moyen et long terme. b. Décrire les impacts des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités de l'organisation, sa stratégie et sa planification financière. c. Décrire la résilience de la stratégie de l'organisation, en prenant en considération différents scénarios relatifs au climat, y compris un scénario à 2°C ou moins.	Interparfums a identifié un niveau de vulnérabilité faible par rapport aux risques liés aux changements climatiques et a répondu au CDP Climat en 2023 avec l'obtention d'une note B-. Interparfums s'est engagée auprès de la <i>Science Based Target initiative</i> (SBTi).	Interparfums va poursuivre le travail sur les risques et opportunités relatifs au climat et les partagera en répondant à nouveau au CDP en 2024 et en soumettant sa trajectoire climat au SBTi.
Gestion des risques Décrire comment l'organisation identifie, évalue et gère les risques relatifs au climat.	a. Décrire les processus de l'organisation pour identifier et évaluer les risques relatifs au climat. b. Décrire les processus de l'organisation pour gérer les risques relatifs au climat. c. Décrire comment les processus pour identifier, évaluer et gérer les risques relatifs au climat sont intégrés dans le management des risques de l'organisation.	Interparfums a identifié un niveau de vulnérabilité faible par rapport aux risques liés aux changements climatiques. Interparfums a interrogé les parfumeurs avec lesquels le Groupe travaille afin d'échanger sur les risques et opportunités relatifs au climat et à la biodiversité qui les concernent conjointement.	Interparfums va poursuivre le travail d'engagement de ses fournisseurs les plus en retrait par rapport à ces sujets, notamment les conditionneurs et quelques fournisseurs majeurs.

Thématiques	Recommandations de la TCFD	Actions 2023	Axes de travail pour 2024
Indicateurs et Objectifs Décrire les indicateurs et objectifs utilisés pour évaluer et gérer les risques et opportunités relatifs au climat, dans la mesure où l'information est pertinente.	a. Décrire les indicateurs utilisés par l'organisation pour évaluer les risques et opportunités relatifs au climat, en liaison avec sa stratégie et son processus de management des risques. b. Publier les émissions de gaz à effet de serre (GES) de scope 1, scope 2 et, si c'est pertinent, de scope 3, et les risques correspondants. c. Décrire les objectifs utilisés par l'organisation pour gérer les risques et opportunités relatifs au climat, et sa performance par rapport aux objectifs.	Interparfums publie son bilan carbone complet ci-dessus.	Dans la continuité de l'exercice de mesure réalisé, Interparfums va travailler sur ses objectifs en termes de trajectoire carbone et les aligner selon le référentiel de la SBTi.

5.1.3 — Proposer des emballages intégrant les enjeux environnementaux

Soucieux de concilier la qualité et l'esthétisme de ses produits avec les impératifs environnementaux, le Groupe veille à réduire les volumes d'emballage et à sélectionner des matériaux appropriés à chaque niveau d'élaboration de ses produits, de façon à assurer, dans des conditions optimales, leur recyclage ou leur élimination.

Afin de réduire les incidences découlant de son activité, certains flacons produits par le Groupe sont colorés par application d'une solution hydrosoluble, permettant ainsi d'obtenir une coloration en partie biodégradable sans incidence néfaste sur les milieux naturels. Sur le reste des gammes, la Société poursuit son objectif de suppression progressive de l'emploi de laques « solvantées » en vue d'une utilisation de laque « hydro » pour l'ensemble des gammes de produits de la Société, conformément à la loi de 2005 visant à limiter les rejets de Composants Organiques Volatiles dans l'air. De plus, certains sous-traitants verriers disposent d'électro-filtres afin de limiter les émissions de poussières et de fumées ainsi que de systèmes de recyclage des eaux usées.

Le Groupe a, par ailleurs, supprimé les thermodurcissables sur ses lignes de bains au profit de plastiques recyclables. Le noir de carbone est supprimé progressivement des tubes en plastique en raison de sa non recyclabilité.

La fabrication des flacons en verre recyclable prévoit un système de récupération, broyage et refonte de la gâche. La mise en place, depuis 2013, d'indicateurs de pilotage de la gâche a permis au Groupe de renforcer le suivi des taux de gâche chez ses décorateurs de flacons verre. Son objectif premier est de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue et de réduire ses taux de gâche dans la durée. Le second objectif est de parvenir à retraiter cette gâche et à réintroduire les flacons dans le circuit de fabrication.

Par ailleurs, le Groupe a mis en place des mesures de récupération, auprès des sous-traitants, des déchets provenant d'un excès de production ou des composants sur des produits dont la fabrication est arrêtée. Les déchets récupérés font ensuite l'objet de tri avant leur destruction.

La charte éco-conception optimisée formalisée en 2022 par Interparfums a été partagée avec l'ensemble de ses partenaires industriels et avec les équipes en interne. Des points d'avancement régulier ont été mis en place pour en suivre son appropriation par l'ensemble des équipes.

Résultats à fin décembre 2023

Part des lancements (en nombre) sur 2024-2025 intégrant du verre PCR	74%
Part des lancements (en nombre) sur 2024-2025 intégrant du carton FSC	89% (et 11% en cours de définition)

5.1.4 — Proposer des produits promotionnels intégrant les enjeux environnementaux et sociétaux

Un travail de fond a été conduit sur les produits promotionnels qui représentent un volume d'unités important : plus de 4,7 millions de coffrets et plus de 3,2 millions de GWP (cadeaux avec achats) pour le plan de production 2023. La réflexion a consisté à remettre en question chacun des composants de ces segments sur tout leur cycle de vie. Il s'avère qu'à l'exception des trousse

et des boîtes en métal, l'ensemble des composants sont produits et assemblés en France, Espagne et Italie. 53% de nos cadeaux avec achats sont labellisés Made in France (bougies, trousse...).

Les produits promotionnels ne sont pas oubliés avec les coffrets, les tubes et la PLV. La démarche est ainsi globale et permet au Groupe de se conformer aux obligations réglementaires de la loi AGEC (loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire) française mais qui aura un effet sur l'ensemble de nos productions.

— Résumé des engagements concernant les produits promotionnels

Engagements					
Coffrets, étuis et calages	Diminuer au maximum la part de plastiques tout en faisant le meilleur compromis émission de CO ₂ /consommation d'eau	Poursuivre la diminution du format des coffrets	Remplacer les cales plastique par des calages carton	Favoriser la recyclabilité des emballages	Rendre les décors et impressions plus responsables en limitant autant que possible le marquage à chaud et en utilisant des supports d'impressions métallisés sans plastique
 Tubes	Réduction part plastique vierge	Insertion de plastique recyclé	Éligibilité des tubes à la recyclabilité avec suppression progressive du noir de carbone		
Cadeaux	Géographie des lieux de production	Modes de transports	Minimiser les emballages et remplacer les polybags par des bandeaux en papier kraft recyclé	Tracer les produits	Utiliser des matières responsables et optimiser leur usage

Les emballages des coffrets et étuis sont fabriqués depuis longtemps à partir de carton et papier certifiés FSC. Les caisses de transport sont elles aussi certifiées FSC depuis 2022. La conception des coffrets intègre également les préoccupations environnementales avec une proposition en deux formats avec chacun 3 hauteurs de cuvette en fonction des volumes de parfum. Par ailleurs, en raison de nouveaux cahiers des charges de certains distributeurs, les coffrets seront amenés encore à évoluer. La nouvelle configuration nous permettrait de diminuer de plus de 200 tonnes l'utilisation de plastique PS (polystyrène) et de 40 tonnes celle de plastique APET 100% recyclé. Les cales présentes dans les coffrets doivent être robustes pour des questions de transport, de résistance lors du stockage en conditions humides ou chaudes et économiquement intéressantes. Des propositions de cales en APET recyclable ont été faites pour certaines lignes Rochas et des cales en carton sont dorénavant utilisées dans la majorité de nos coffrets.

Concernant les tubes en plastique destinés aux produits de bains parfumés des marques, une étude a été faite en fonction des composants : jupe, tête et capsule, afin de réduire la quantité de plastique utilisée et de veiller à leur éligibilité au recyclage. Le remplacement du plastique vierge des jupes des tubes a été amorcé avec les étapes indispensables de tests de compatibilité avec les formules. En 2023, ce sont 60% des tubes qui ont été fabriqués en partie à partir de PE PCR soit un gain de 16 tonnes de plastique vierge PE. Enfin, plus de 50% des tubes sont recyclables et plus de 2 millions d'entre eux ne contiendront plus de noir de carbone (rendant complexe voire impossible leur recyclage) en 2025.

Autre action qui vise à diminuer la consommation d'emballage inutile : la chasse à leur utilisation (notamment des polybags) et leur remplacement. Ce sont 623 000 polybags qui seront supprimés en 2024, soit une économie de 148 000 bouteilles plastique de 50 cl et de 10,6 tonnes de CO₂. Lorsque l'utilisation de bandeau en kraft recyclé n'est pas possible, les polybags biodégradables seront privilégiés.

Cette volonté d'amélioration de notre offre produits se poursuit sans compromis sur leur qualité et s'appuie sur les propositions des fournisseurs.

Les cadeaux avec achats sont des leviers importants de décision des consommateurs. La démarche RSE s'étend à leur sélection. Déjà, nos cinq fournisseurs de « cadeaux avec achats » sont évalués par Ecovadis, et leur note moyenne est de 77,6/100 (4 sont Platinum et 1 Gold selon le classement 2022), ce qui est très au-dessus de la moyenne des scores de leur secteur d'activité (qui est soit de 39/100 soit de 47/100, en fonction des entreprises). Le Groupe exerce ainsi son devoir de vigilance sur ce sujet. De plus en plus de propositions sont faites par les fournisseurs sur des matières recyclées (par exemple, les matières de corps de sac en polyester recyclé) avec des bénéfices en matière de diminution de l'empreinte carbone et de l'empreinte eau. L'objectif est également de rapatrier certaines productions en Europe.

Le développement des PLV intègre également les principes de l'écoconception dans un objectif de maîtrise de la consommation des ressources et de l'empreinte carbone liées à leur logistique. En effet, 80% de l'impact d'une PLV dépend de sa conception.

— Résumé des engagements concernant les PLV

Étapes du cycle de vie	Thème	Réalisations 2023	Objectifs 2024
Production	Séparabilité des matériaux	Réalisations 2023 : 77 % des PLV sont conçues en vue d'une séparabilité des matériaux lors de leur fin de vie	Objectifs 2024 : 80 % des PLV seront conçues en vue d'une séparabilité des matériaux lors de leur fin de vie
	Assemblage mécanique	74 % des PLV sont réalisées par assemblage mécanique (limitation de l'usage des colles, vis et aimants)	80 % des PLV auront un assemblage mécanique
Logistique	Livraison à plat	75 % des PLV sont livrées à plat	80 % des PLV seront livrées à plat
	Emballage	Suppression de 100 % des emballages plastiques (s'il reste de l'emballage plastique, il sera en plastique recyclé et recyclable afin de protéger certaines matières pendant le transport).	
	Transport	97 % des livraisons des PLV dans l'entrepôt de stockage (Criquebeuf) effectués par bateau, train ou camion	

Dès lors que cela est possible, il est envisagé la réduction du poids des PLV, notamment sur les présentoirs des testeurs en magasins. Par ailleurs, un travail de fond est conduit pour connaître l'origine des matériaux utilisés par nos partenaires, sachant que le sourcing européen est privilégié.

En complément, les équipes d'Interparfums participent au groupe de travail Parfumerie Sélective, animé par l'Institut du Commerce, visant à mobiliser marques et distributeurs autour du sujet de la collecte et du recyclage des PLV plastiques en France. Cette démarche collective rassemble également les fabricants de PLV déjà engagés en termes d'éco-conception et de potentiels de démantèlement.

5.1.5 — Accompagner les consommateurs dans le geste de tri des emballages

Les emballages en carton des parfums vendus par Interparfums sont recyclables dès lors que le geste de tri est le bon. La charte éco-conception optimisée recommande l'utilisation de verres traditionnels (i.e. sodo-calciques) qui sont des verres recyclables et d'éviter les verres techniques (i.e. borosilicate) qui ne le sont pas.

Pour aider au geste de tri, depuis janvier 2022, la réglementation européenne impose l'apposition d'un logo Triman accompagné d'instructions sur le geste de tri. C'est ce qui a été fait sur l'ensemble des produits vendus par Interparfums.

Le site Internet d'Interparfums (www.interparfums.fr) va être mis à jour au premier semestre 2024 afin de diriger les clients vers un site dédié aux informations sur les qualités et caractéristiques environnementales des produits et de leur emballage et ce conformément à la loi AGECE.

Certains distributeurs initient individuellement des démarches de collecte des emballages de produits cosmétiques et de parfums qui récompensent les consommateurs qui les ramènent. Le suivi et la traçabilité de ces filières sont effectués par les enseignes. Le Groupe encourage de telles initiatives vertueuses.

En ce qui concerne les colis envoyés par notre filiale Divabox, acteur du e-commerce, ils sont sans plastique, en carton certifié FSC donc recyclables au même titre que le papier de soie. Les emballages cadeaux sont des pochons en coton naturel réutilisables à l'infini.

Le Groupe compte aussi sur la qualité des produits qu'il offre sous forme de cadeaux à ses clients afin qu'ils soient utilisés longtemps, en étant facilement lavables et solides.

Toutes ces actions traduisent la volonté d'Interparfums d'intégrer les dimensions de l'économie circulaire à son modèle économique.

6 — RESPONSABILITÉ ENVERS LES PARTIES PRENANTES OPÉRATIONNELLES ET LA SOCIÉTÉ

Via l'exercice et le développement de ses activités, Interparfums identifie les enjeux suivants :

- maintenir un niveau élevé de relation avec ses donneurs de licence par la synergie, l'implication mutuelle et le partage de valeurs communes ;
- développer des partenariats à long terme avec ses fournisseurs et sous-traitants par une collaboration étroite dans les échanges d'informations, notamment sur leur démarche RSE, leur empreinte et leur trajectoire carbone ;
- développer des relations durables et de confiance avec ses clients distributeurs.

6.1 — BÂTIR DES RELATIONS DE CONFIANCE AVEC LES DONNEURS DE LICENCES ET LES DISTRIBUTEURS

Depuis son premier contrat signé en 1988, Interparfums a développé un portefeuille important de marques de luxe sous licence. Le contact avec les Maisons est systématiquement initié par les dirigeants qui développent puis entretiennent une relation étroite avec les concédants, donneurs de licence. C'est dans la compréhension de leur univers puis avec les propositions de produits respectant les codes uniques de chacune des marques que la relation devient unique et privilégiée.

Par une collaboration étroite entre les services Marketing du Groupe et les Maisons, accrue au fil des ans, les produits sont développés en fonction des désirs et des collections de chacune des marques afin de proposer un parfum unique et représentatif de valeurs communes.

La taille humaine des équipes et des interlocuteurs permanents et privilégiés permet de développer une parfaite connaissance de l'univers, entretenue au fil des ans afin de proposer aux marques des produits de qualité venant soutenir leur image de marque.

Chaque continent, chaque région du monde ayant ses goûts propres, son identité et sa culture olfactive, mais aussi sa sensibilité et son attachement à une marque, il n'est pas de destination unique.

Interparfums a développé des relations de longue date avec ses distributeurs, dans chacun des pays ou zones dans lesquelles il est présent. Ce sont 126 collaborateurs qui déploient leur expertise en France, aux États-Unis et à Singapour au service de la distribution de ses parfums dans plus de 100 pays.

Tous les deux à trois ans, Interparfums organise un séminaire de plusieurs jours dans lequel il réunit l'ensemble de ses distributeurs du monde entier. Ce séminaire, prévu en avril 2024 sera l'occasion de présenter toutes les marques et l'ensemble des produits proposés, de rencontrer tous les distributeurs et de les associer étroitement au développement du Groupe et pour les distributeurs de rencontrer les collaborateurs avec lesquels ils travaillent au quotidien, en étroite collaboration.

6.2 — TISSER DES PARTENARIATS INDUSTRIELS DURABLES

6.2.1 — Partager les informations avec les partenaires industriels

Les usines des sous-traitants ainsi que le principal entrepôt de stockage des produits finis se situent, pour l'essentiel, en Haute Normandie. L'activité générée par Interparfums contribue donc ainsi au développement du tissu économique local.

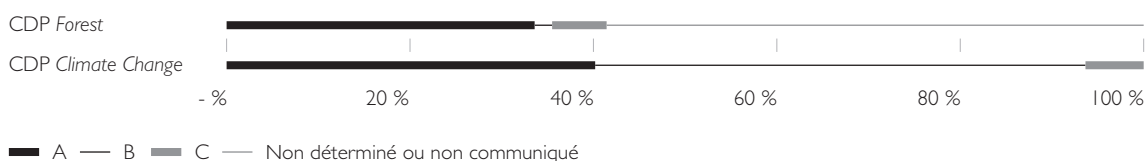
— Origine Géographique des achats réalisés par la Direction des opérations

	2021	2022	2023
France	59 %	58 %	54 %
Europe (hors France)	25 %	25 %	31 %
Asie	7 %	17 %	11 %
Amérique	9 %	-	4 %

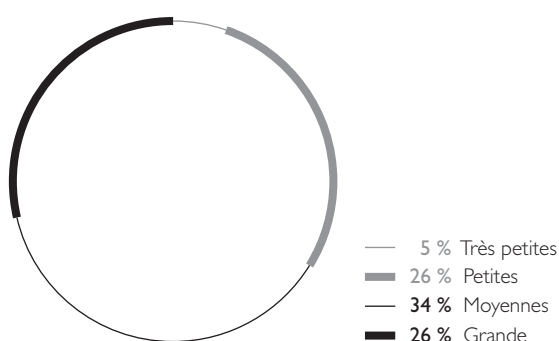
100% des parfumeurs avec lesquels le Groupe travaille répondent au questionnaire CDP *Climate Change*. Leurs notes sont supérieures à B, ce qui est une performance rassurante pour Interparfums. Cela signifie, en effet, qu'ils traitent au bon niveau les sujets des changements climatiques et de la biodiversité. En effet, des notes de ce niveau témoignent d'une analyse mature des risques et des

opportunités en matière de climat. Le questionnaire *Forests* est également important pour Interparfums, qui est une entreprise attentive à la gestion des espaces naturels et considère qu'il est fondamental de ne pas introduire des matières premières responsables de déforestation dans un pays, où qu'il soit.

— Répartition des jus selon les notes obtenues par les parfumeurs aux questionnaires CDP



— Typologies des fournisseurs selon la taille des entreprises (périmètre fournisseurs évalués par Ecovadis)



Le Groupe entretient des relations de qualité et de confiance de très long terme avec la majorité de ses fournisseurs, sous-traitants et autres prestataires. Ils sont des partenaires essentiels pour le Groupe pour assurer ses besoins en matières premières, en emballages, en conditionnement et en produits promotionnels. Du fait des exigences de qualité et de performance, le choix puis la conduite des relations avec ses partenaires dans le domaine de la production représentent un enjeu majeur pour le Groupe.

Outre la collaboration liée à la maîtrise des coûts, de la qualité et de l'innovation, le Groupe s'attache à développer avec eux un partenariat durable et responsable dans le respect des enjeux sociaux et environnementaux.

Le Groupe a mis en place un cahier des charges sur les achats, la logistique et les normes de Bonnes Pratiques de Fabrication «B.P.F.» chez ses sous-traitants.

Afin de fluidifier les relations avec ses partenaires, le Groupe a déployé un système d'échanges d'informations via une interface web réservée aux fournisseurs (ci-après « le portail »). Ce système intègre l'échange des plans d'approvisionnement, l'émission des commandes et de leur accusé de réception. La majorité des fournisseurs est équipée de cet outil de communication.

Les cahiers des charges, le portail et la charte éthique des affaires (disponibles en français et en anglais) constituent le socle des engagements du Groupe pour une collaboration étroite et constructive avec des fournisseurs et des partenaires.

Ainsi, le cadre que le Groupe s'est fixé dans ses actions à mener de concert avec ses fournisseurs et sous-traitants, comprend des engagements d'optimisation des performances et d'une communication fluide et transparente par le biais de l'utilisation de ce portail fournisseur. Ce portail permet d'identifier les besoins du Groupe et des fournisseurs et de décider des mesures appropriées pour en assurer la réalisation. Le Groupe accompagne ses fournisseurs

dans leurs efforts d'amélioration des prestations si leurs contributions ne répondent pas aux attentes.

C'est dans ce contexte que le Groupe a mis en œuvre des indicateurs de performances des fournisseurs, notamment l'OTIF (« On Time In Full »), à partir des éléments recueillis par le portail. Ces indicateurs constituent autant d'éléments délivrant des informations sur les capacités des fournisseurs à s'adapter aux besoins actuels et à évoluer pour répondre aux besoins futurs du Groupe.

Par le biais des cahiers des charges et du portail, le Groupe et ses fournisseurs s'engagent dans la réalisation d'un objectif commun, consistant notamment à :

- innover par l'augmentation de la qualité de service et de la valeur ajoutée ;
- accroître la solidité des produits, diminuer les défauts et réduire les besoins d'un service après-vente ;
- rechercher et développer de nouvelles techniques en vue de la réalisation de nouveaux produits ou améliorer les produits existants.

Le Groupe a également mis en place un programme de « business review » avec la participation de ses fournisseurs. Cette revue a pour objet d'établir un bilan de l'activité de l'année passée et la détermination des actions et besoins de chacun des partenaires pour l'année suivante.

Interparfums suit également la manière dont ses partenaires industriels déploient des systèmes de management certifiés, qui contribuent à leur performance environnementale et sociale.

Pourcentage de fournisseurs évalués par Ecovadis, dont le système de management est certifié :

	2022	2023
Part des fournisseurs évalués par Ecovadis, certifiés ISO 14001	34 %	41 %
Part des fournisseurs évalués par Ecovadis, certifiés ISO 45001/OHSAS 18001	25 %	28 %

6.2.2 — Faire appliquer les normes de Bonnes Pratiques de Fabrication avec les conditionneurs

La norme internationale ISO 22716 des Bonnes Pratiques de Fabrication donne des lignes directrices pour la production, le contrôle, le conditionnement, le stockage et l'expédition des produits cosmétiques. Elle constitue le développement pratique du concept d'assurance de la Qualité, à travers la description des activités de l'usine.

Cette norme a donné l'obligation aux conditionneurs, à compter de juillet 2013, de se mettre en conformité avec les Bonnes Pratiques de Fabrication. Les autres sous-traitants comme les verriers et fournisseurs de matières premières ne sont pas concernés par cette norme.

Le Groupe a identifié les avantages suivants pouvant découler de cette norme :

- la maîtrise des facteurs pouvant avoir un risque sur la qualité des produits cosmétiques ;
- la diminution des risques de confusion, de détérioration, de contamination et d'erreur ;
- une plus grande vigilance du personnel dans l'exercice des activités ;
- la garantie d'un produit de qualité.

Dans ce contexte réglementaire, des campagnes d'audit régulières de toutes les usines de conditionnement réalisées par le service Qualité selon la norme ISO 22716 ont été mises en place. La finalité de ces audits est de s'assurer que les conditionneurs maintiennent un bon niveau de traçabilité de leurs activités. Toutes les activités des usines ont été revues : processus de réception des matières premières et articles de conditionnement, fabrication, conditionnement et contrôles qualité. Ces rapports ont démontré que les sous-traitants du Groupe sont en conformité avec les Bonnes Pratiques de Fabrication de la norme ISO 22716, et notamment la traçabilité requise lors de toute production de parfums.

Les missions principales du service Qualité sont les suivantes :

- la consolidation du cahier des charges qualité et son implémentation chez les sous-traitants et fournisseurs ;
- l'évaluation de la performance Qualité de ses sous-traitants et fournisseurs ;
- le renforcement et le suivi qualité des processus d'approvisionnements et de production ;
- le suivi des audits des Bonnes Pratiques de Fabrication ;
- l'accompagnement des sous-traitants dans l'industrialisation de ses produits ;
- la mise en place d'indicateurs qualité ;
- le suivi des non-conformités et des actions correctives chez les sous-traitants et fournisseurs ;
- le suivi des réclamations clients.

6.2.3 — L'eau : un enjeu suivi de près par Interparfums

Comme précisé au § 5.1.1, compte tenu du modèle économique d'Interparfums, l'eau est un sujet matériel pour certains de ses partenaires.

Parmi eux, peuvent être mentionnés les coopératives sucrières et les parfumeurs.

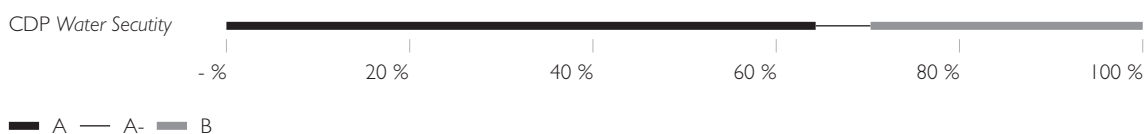
Les coopératives sucrières fabriquent l'alcool utilisé dans nos parfums à partir essentiellement de betteraves. Elles ont depuis longtemps intégré la préservation des ressources dans leurs stratégies RSE.

Ainsi, quelques bonnes pratiques ont été mises en place telles que le recyclage de l'eau. Des sites industriels fournissent aux agriculteurs à proximité, pour l'irrigation de leurs champs, l'eau issue des bassins des sucreries. Cette activité, dite de ferritigation a également pour bénéfice d'apporter des éléments minéraux à la terre. Une autre coopérative réutilise 100 % de l'eau contenue dans les betteraves qu'elle transforme. Cette technique lui permet d'éviter un prélèvement de 5 millions de m³ d'eau par an. Cette coopérative a pour objectif 0 m³ d'eau prélevé en milieu naturel à horizon 2030 pour l'ensemble de ses activités.

Les pratiques agricoles évoluent en parallèle et les adhérents agriculteurs des coopératives suivent le référentiel SAI Platform (*Sustainable Agriculture Initiative*). Plus de 77 % des cultures de betteraves de ces coopératives sont certifiées Gold ou Silver SAI au niveau mondial. Les coopérateurs sont accompagnés pour des démarches progrès de leurs pratiques agricoles, notamment en ce qui concerne la gestion de l'eau.

L'ensemble des parfumeurs avec lesquels Interparfums travaille répond au questionnaire CDP *Water Security*. Ils ont donc tous une démarche de maîtrise d'évaluation des risques en matière de gestion et d'anticipation des zones de stress hydrique dans lesquels ils opèrent. Leur plan d'actions repose tant sur la sélection variétale des plantes qu'ils cultivent ou font cultiver qu'aux pratiques agricoles adaptées notamment au niveau de l'irrigation.

— Répartition des jus selon les notes obtenues par les parfumeurs aux questionnaires CDP *Water Security*



6.2.4 — Évaluer la performance RSE de ses fournisseurs

Dans le cadre de sa stratégie RSE, Interparfums s'est associé avec Ecovadis pour évaluer la performance RSE de sa Supply-Chain et de ses fournisseurs.

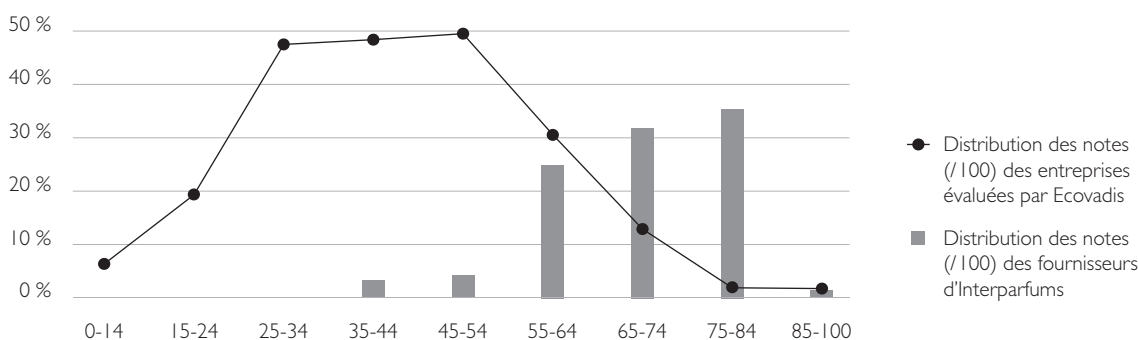
Ecovadis opère une plateforme mondiale d'évaluation et de mutualisation des performances RSE et leur méthode d'évaluation se base sur des normes RSE internationales.

En 2023, 110 fournisseurs ont été évalués ou étaient en cours d'évaluation, représentant 92 % des achats d'Interparfums (en progression de 4 % par rapport à 2022). Dans une démarche d'amélioration continue, l'objectif d'Interparfums est de suivre et d'animer la performance RSE de ses fournisseurs sur les 4 grandes thématiques qui sont l'Environnement, le Social et droits de l'Homme, l'Éthique et les Achat responsables.

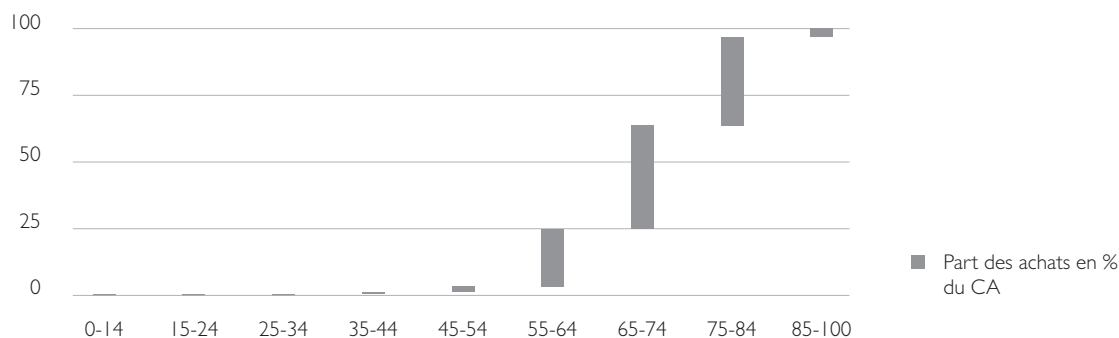
6.2.4.1 — Résultats des évaluations Ecovadis

Nombre de fournisseurs évalués	Note moyenne				
	Note moyenne Ecovadis (score global)	Score Environnement	Score Social et droits de l'Homme	Score Éthique des affaires	Score Achats responsables
110	68,1/100	71,5/100	67,8/100	61,4/100	66,2/100

— Répartition en % de la performance RSE des fournisseurs d'Interparfums



6.2.4.2 — Répartition des achats (en % du montant des achats réalisés en 2023), en fonction de la note Ecovadis des fournisseurs (note sur 100)



99 % du montant des achats réalisés par Interparfums auprès de fournisseurs évalués par Ecovadis, le sont auprès de fournisseurs qui ont une note $\geq 45/100$, illustrant la pertinence de la démarche conduite en matière de sélection des fournisseurs. Les fournisseurs les moins performants en matière de RSE (note < 45) ne représentent que 1 % des

achats d'Interparfums. Un plan d'actions va être adressé aux 3 fournisseurs identifiés pour qu'ils puissent progresser sur ces sujets auxquels Interparfums attache une importance primordiale. Tout sera mis en œuvre pour pouvoir les accompagner dans ce cadre.

6.2.4.3 — Progression des fournisseurs d'Interparfums en matière de score Ecovadis (entre deux évaluations)

	Progression de la note moyenne Ecovadis (score global)	Progression de la note moyenne du score Environnement	Progression de la note moyenne du score Social et droits de l'Homme	Progression de la note moyenne du score Éthique des affaires	Progression de la note moyenne du score Achats responsables
82% des fournisseurs ont été réévalués sur la période	+ 2,1 points	+ 2,9 points	+ 1,5 point	+ 1,5 point	+ 2,1 points

6.2.5 — Focus sur les dix premiers fournisseurs d'Interparfums

Les dix premiers fournisseurs du Groupe représentent 46 % des achats réalisés en 2023. Il nous a semblé pertinent de nous intéresser spécifiquement à leur performance RSE.

7 d'entre eux répondent au CDP climat mais tous ne rendent pas public leur performance. Le Groupe va donc spécifiquement les interroger sur l'ensemble des sujets liés à la RSE et leur demander de partager leurs ambitions en termes de stratégie climat. 5 se sont engagés auprès de l'initiative SBTi avec une trajectoire 1,5°C validée pour 4 d'entre eux.

En 2024, un dialogue va être spécifiquement instauré avec ces fournisseurs pour avancer ensemble sur une stratégie de décarbonation partagée.

En complément, compte tenu des liens de proximité établis avec notre prestataire de logistique à l'entrepôt de Criquebeuf, nous l'avons interrogé sur le nombre d'accidents du travail avec arrêt ayant concerné ses collaborateurs. Il en a déploré 5 en 2023.

6.2.6 — Contribuer positivement à la société par des actions philanthropiques à impact

Le Groupe développe également des actions à destination de la société civile sur les aspects suivants :

- développement de l'économie locale ;
- relations avec des établissements d'enseignements ;
- financement de projets associatifs.

Le Groupe se mobilise en faveur des associations ou institutions engagées dans les domaines de la solidarité, de l'enfance, de la lutte contre l'exclusion et de la santé par des aides financières pour les accompagner dans la réalisation de leurs projets et initiatives.

Depuis 2018, au travers de la Fondation Givaudan, Interparfums a permis d'installer 10 infrastructures scolaires en Sulawesi, île indonésienne d'où provient le patchouli spécifique au parfum *Monblanc Explorer Eau de Parfum*. En 2023, plus de 1200 enfants et 110 professeurs des écoles ont bénéficié de cette initiative. En 2024, Interparfums renouvelle son partenariat avec la Fondation Givaudan pour la septième année consécutive.

En 2023, un soutien a de nouveau été apporté au CEW pour financer l'intervention de socio-esthéticiennes auprès de femmes atteintes de cancer, et à EliseCare qui aide les populations civiles victimes des guerres.

Par ailleurs, 1 % du chiffre d'affaires de *Rochas Girl* est versé au collectif international 1 % For The Planet, qui aide différentes associations pour la sauvegarde de l'environnement.

Le montant des dépenses alloué au mécénat, s'est élevé, en 2023, à 778 milliers d'euros en forte progression par rapport à 2022 (384 milliers d'euros).

En 2023, le Groupe a souhaité structurer sa démarche sociétale en continuant à soutenir des causes en cohérence avec sa démarche RSE. Un des premiers projets sélectionnés répond à la problématique majeure de la pollution plastiques dans les océans, notamment au niveau des embouchures de rivières ou de fleuves. Le Groupe a donc décidé de financer un des projets de l'association The Sea Cleaners. La mission de l'association est de participer au nettoyage des océans en déployant des bateaux collecteurs de déchets plastiques et en les valorisant. Des actions de sensibilisation sont également conduites auprès de tous les publics pour éveiller les consciences et changer durablement les comportements. Avec ce partenariat, Interparfums a contribué à la construction de la nouvelle version d'un *Mobula* dont le prototype est déjà en fonctionnement en Indonésie. Le navire a terminé sa phase de test en Bretagne et va rejoindre en 2024 sa zone d'intervention en Asie du Sud Est.

Sur un plan culturel, Interparfums a souhaité participer au Prix du Cercle Montherlant-Académie des beaux-arts qui récompense chaque année un ouvrage d'art de langue française. Il a été décerné en 2023 à l'ouvrage « Pierre Chareau » de Marc Bédarida et Francis Lamond publié aux éditions Norma. Pierre Chareau est un des premiers architectes d'intérieur modernes utilisant le verre ou l'acier. Une de ses œuvres majeures est la Maison de Verre située dans le 7^e arrondissement de Paris.

En complément, soucieux de faire partager son expérience et de former les générations futures, le Groupe participe régulièrement à la formation à ses métiers en intervenant notamment sur des sujets marketing et finances dans différentes grandes écoles (Écoles de commerce, Sciences Po, École supérieure de parfumerie...).

Interparfums accueille également régulièrement des stagiaires au sein du Groupe ainsi que des contrats en alternance.

Depuis 2022, Rochas a rejoint la Fondation Institut Français de la Mode pour l'aider dans sa politique d'ouverture sociale en finançant le fonds de bourses sociales mis en place.

7 — RESPONSABILITÉ ENVERS LES COLLABORATEURS : UN EMPLOYEUR ATTENTIF ET ENGAGÉ POUR LA RÉUSSITE DE TOUS

La force du modèle organisationnel du Groupe réside dans la constitution d'équipes à taille humaine et la répartition homogène des âges et des niveaux de responsabilités permettant au Groupe de bénéficier d'une pluralité d'expériences et d'une organisation extrêmement souple.

Les collaborateurs du Groupe constituent son principal moteur de création de valeur. Leur épanouissement au travail et leur motivation sont des leviers essentiels de son développement.

Organisation et gestion des effectifs

— Effectifs par métier

Présents au	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023
Direction Générale	5	5	5
Production & Opérations	49	58	60
Marketing	65	69	77
Export	76	78	88
Distribution France	40	38	38
Finances & Juridique	60	67	63
Rochas mode	3	2	3
Total	298	317	334

— Effectifs par zone géographique

Présents au	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023
France	214	228	233
Amérique du Nord	65	70	77
Asie	19	19	24
Total	298	317	334

La totalité des collaborateurs du Groupe est employée dans des pays qui respectent les Conventions Internationales du Travail (OIT).

— Effectifs par âge

Présents au	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023
Moins de 25 ans	12	13	19
Entre 25 et 34 ans	88	92	98
Entre 35 et 44 ans	95	94	97
Entre 45 et 54 ans	68	77	79
55 ans et plus	35	41	41
Total	298	317	334

L'âge moyen des collaborateurs est de 41 ans.

L'ancienneté moyenne des collaborateurs est de 7,55 ans.

Le taux de turn-over est de 22 % pour l'année 2023. De nombreux départs de seniors ont eu lieu en 2023 en raison de reconversions professionnelles ou de nouvelles trajectoires initiées pendant la crise Covid. Le Groupe est en croissance et a intégré sur de nouveaux projets de nombreux collaborateurs.

Le taux d'absentéisme, toujours très faible, est un indicateur primordial permettant de mesurer l'implication et la motivation des collaborateurs.

	2021 ⁽¹⁾	2022	2023
Taux d'absentéisme	2,47%	2,34%	2,29%
Taux d'absentéisme sans les congés maternité et paternité	1,23%	1,21%	1,80%

(1) Les données présentées pour 2021 sont sur le périmètre France. À compter de 2022 le périmètre est Groupe.

Principaux enjeux sociaux d'Interparfums

- le développement du sentiment d'appartenance ;
- le maintien d'un niveau élevé de compétences ;
- l'égalité des chances ;
- l'égalité professionnelle ;
- le respect du dialogue social ;
- la qualité des conditions de travail ;
- le souci de préserver la santé et la sécurité de chacun ;
- l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

L'ensemble de ces sujets a été formalisé en 2022, dans la charte « Employeur responsable », portée à la connaissance de l'ensemble des collaborateurs et disponible sur le site Internet www.interparfums-finance.fr. Ce document a pour objectif de fixer un cadre de fonctionnement pour tous. En effet, attentif et engagé pour la réussite de tous, Interparfums agit au quotidien, dès le process de recrutement et pendant toute la durée de vie du contrat de travail, en s'attachant à :

- donner les meilleures chances de succès à tous ses collaborateurs ;
- préserver la qualité de vie de chacun au travail.

Interparfums s'attache à faire vivre au quotidien ses valeurs :

- Respect et Bienveillance ;
- Créativité ;
- Confiance ;
- Engagement ;
- Loyauté.

En 2023, une enquête d'engagement des collaborateurs a été conduite sur le périmètre France. Le taux de participation a été de 81,9 % et le taux de recommandation de 80,4 %, ce qui est très satisfaisant. Un plan d'actions a été initié pour répondre aux attentes des collaborateurs. Des frigos connectés ont été installés afin de leur donner accès à une offre de restauration saine, de saison et économiquement intéressante. La communication interne va être également améliorée avec l'édition régulière d'informations. Cette enquête a vocation à être reconduite en 2024 sur un périmètre Groupe.

7.1 — ATTIRER, ACCOMPAGNER ET FAIRE PROGRESSER TOUS LES TALENTS

7.1.1 — Politique

Avec un management très familial et proche des collaborateurs, chacun est libre de partager ses idées dans le respect des valeurs de l'entreprise. La Direction attache une importance primordiale à la compréhension et l'adhésion de chacun à la stratégie du Groupe.

La souplesse de l'organisation, composée essentiellement de petites équipes, permet de s'adapter en permanence à tout changement ou évolution du contexte extérieur.

Le partage de l'esprit « Interparfums » passe également par l'adhésion et la connaissance par chacun des collaborateurs des valeurs éthiques mais également par l'épanouissement des collaborateurs au travail et le respect des bonnes conditions de travail.

Cet engagement éthique a été formalisé dans une charte appelé « Code de bonne conduite », à laquelle chacun adhère, et qui met l'accent notamment sur l'hygiène, la sécurité, la discipline, la prévention des risques, le harcèlement, le respect des libertés individuelles, les transactions sensibles, la fraude et la confidentialité des affaires.

En 2017, le Groupe a également mis en place une charte relative au droit à la déconnexion, à laquelle chacun des collaborateurs a adhéré.

7.1.2 — Égalité de traitement et évolution des compétences

La Direction des Ressources Humaines est particulièrement vigilante dans chacun de ses recrutements. Seules les compétences, l'expérience, les qualifications et la personnalité des candidats sont retenues pour la sélection des nouveaux entrants. Cette diversité de profils, de cultures, d'âges ou encore de genres sont autant de richesses qui font la force de ses équipes, premier atout de l'entreprise.

Une démarche d'« onboarding » est formalisée avec un parcours d'intégration complet et riche pour que tout nouveau collaborateur comprenne et s'approprie la culture d'Interparfums et y découvre tous les métiers.

Depuis 2019, Interparfums organise annuellement une campagne de sensibilisation au handicap. En 2023, durant la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées, du 20 au 26 novembre 2023, Interparfums a eu l'honneur d'accueillir Théo Curin, athlète handisport renommé, au sein de ses locaux. Il a animé une conférence inspirante sur le thème « Faire de sa différence une force ».

Théo Curin, amputé de ses quatre membres à l'âge de 6 ans après avoir contracté une méningite, a partagé avec nos équipes son parcours, sa résilience à travers la natation, ainsi que ses nombreux projets. Il a abordé des sujets tels que l'acceptation de son handicap et sa remarquable reconstruction. Doté d'une personnalité volontaire et attachante, Théo Curin a conquis les salariés par son humour et sa détermination.

En parallèle de ses exploits sportifs, il est également conférencier, mannequin, et désormais animateur TV, démontrant ainsi sa polyvalence.

À l'issue de sa présentation, Théo Curin a pris le temps de répondre aux questions des collaborateurs. Ces échanges ont permis d'approfondir les réflexions sur la manière d'aborder les difficultés de la vie, mais aussi de transformer ces obstacles en opportunités, tant sur le plan personnel que professionnel.

Ses réponses ont suscité des discussions enrichissantes et apporté une perspective unique sur la façon de surmonter l'adversité et de puiser dans ses propres forces pour atteindre ses objectifs.

Ce moment d'interaction a renforcé l'impact de la conférence en permettant à chacun de s'engager dans un dialogue direct avec un individu enthousiaste, créant ainsi une expérience inoubliable pour tous les participants.

Interparfums a décidé de poursuivre son engagement auprès de Théo en participant à son prochain défi, une aventure sportive et solidaire dans la ville du Cap (Afrique du Sud), en compagnie de l'animateur Ismaël Khelifa.

Grâce à ces campagnes de sensibilisation et à un accompagnement de proximité par les équipes Ressources Humaines, trois collaborateurs se sont vus reconnaître la qualité de travailleur handicapés via la RQTH (Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé).

Le Groupe participe également indirectement à l'emploi de personnes en situation de handicap et lutte contre l'exclusion et la discrimination. Il a notamment choisi de faire appel à une Entreprise Adaptée (EA) pour le conditionnement de ses coffrets de parfums. En 2023, le coût total de ces prestations de services confiées représente 1 074 511 euros.

Par ailleurs, des plans d'actions en faveur de l'emploi des seniors et de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes sont mis en place au sein du Groupe.

	2021	2022	2023
Parité H/F sur l'effectif global	H 25 % – F 75 %	H 26 % – F 74 %	H 26 % – F 74 %
Parité H/F sur l'effectif des postes de Direction	H 32 % – F 68 %	H 35 % – F 65 %	H 39 % – F 61 %
Index Égalité Professionnelle (périmètre France)	85/100	84/100	84/100

La qualité du travail effectué par les équipes est renforcée tout au long de la carrière des collaborateurs afin de conserver un niveau de compétence élevé, et ce, dans toutes les catégories de métiers. Dans cet objectif, Interparfums

propose à l'ensemble de ses collaborateurs des plans de développement permettant à chacun d'élargir ses compétences techniques, managériales ou personnelles.

Périmètre France	2021	2022	2023
Part des collaborateurs formés au moins 1 fois dans l'année	50 %	32 %	55 %
Nombre d'heures de formation	668 h	1 591 h	2 635 h
Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur	3,12 h	6,98 h	11,31 h

Tout en poursuivant ses efforts de formation sur les thématiques telles que la bureautique, le management, l'apprentissage des langues, les formations métiers et le développement personnel, de nouveaux sujets ont été abordés en 2023. Afin que chacun puisse intégrer dans son quotidien les enjeux relatifs au changement climatique et à la biodiversité, les Fresques du Climat ont été déployées avec des ateliers réguliers. Des formations à l'éthique des affaires ont également été initiées avant d'être déployées de manière plus étendue. Ces formations à impact ont d'ores et déjà concerné 28 % des collaborateurs en France.

En complément, Interparfums a signé un partenariat avec l'entreprise solidaire d'utilité sociale « Work for good ». À l'aide d'une plateforme interactive dédiée, Work for Good a pour vocation en quelques clics seulement de sensibiliser et de mobiliser les collaborateurs sur leurs modes de consommation aussi bien sur leur lieu de travail, que chez eux, également sur l'évolution, nécessaire, de nos métiers. La plateforme permet par ailleurs de s'informer tout au long de l'année sur la stratégie d'Interparfums. De nombreux modules sont également dédiés à la compréhension de l'évolution climatique. Et pour ceux qui le souhaitent, des formations clés en main, sur les enjeux environnementaux et sociétaux ainsi que des solutions simples à intégrer au quotidien, sont disponibles.

7.1.3 — Dialogue social, santé, sécurité et conditions de travail

Concernant les collaborateurs travaillant en France et conformément à la loi, les élections relatives aux institutions représentatives du personnel sont effectuées tous les quatre ans. À ce titre, le Comité Social et Économique (CSE) a été renouvelé en juin 2023. Il est composé de 4 collaborateurs cadres dont un référent harcèlement. Réuni ordinairement une fois par mois, le CSE est informé et consulté sur des questions stratégiques et organisationnelles ayant un impact sur les collaborateurs du Groupe.

Suite au renouvellement du CSE en juin 2023, une commission « Santé et Sécurité au Travail » a été maintenue dans la continuité du précédent Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT). La commission est constituée de deux collaborateurs non-cadres et est réunie ordinairement une fois par trimestre. Un salarié désigné compétent en matière de santé, sécurité et conditions de travail a été nommé en interne. Plusieurs Sauveteurs Secouriste du Travail (SST) sont formés tous les deux ans et des référents santé ont également été désignés depuis l'apparition de la crise sanitaire en 2020.

En 2023, quatre accidents de travail ont été recensés, dont un seul avec arrêt. Aucune maladie professionnelle n'a été déclarée. Interparfums ne disposant pas de site de production, les risques d'accident du travail sont minimes. En outre, l'activité du Groupe n'est pas génératrice de situations dangereuses.

Périmètre France (2021 et 2022) et périmètre Groupe pour 2023	2021	2022	2023
Nombre d'accidents du travail avec arrêt	0	1	1
Nombre d'accidents de trajets avec arrêt	2	0	0
Taux de fréquence (nombre d'accidents du travail avec arrêt par millions d'heures travaillées)	5,26	2,48	1,87
Taux de gravité (nombre de jours d'absence pour motif d'accidents pour mille heures travaillées)	0,04	0,03	0,01
Nombre de maladies professionnelles (avec et sans arrêts)	0	0	0

Les collaborateurs, travaillant essentiellement dans les bureaux du siège parisien, bénéficient d'excellentes conditions de travail. En 2022, les locaux ont été transférés sur un seul site, rue de Solférino, dans un bâtiment rénové selon les dernières normes en termes de confort d'usage. La domotique permet à chacun de gérer ses propres conditions d'éclairage et de ventilation. Le site est accessible par de nombreux transports en commun et dispose dans son parking d'emplacement vélos et de deux bornes de recharge de véhicule.

De plus, le Groupe est particulièrement sensible au sujet des bonnes postures à adopter au travail et à la prévention des risques musculosquelettiques y afférant. Les collaborateurs itinérants sont pourvus de voitures de société de qualité ainsi que d'un matériel informatique adapté à leur besoin. Des sièges ergonomiques équipent les collaborateurs qui les nécessitent. Interparfums a également mis en œuvre de nombreuses mesures afin de maintenir de bonnes conditions de travail, à l'attention des collaborateurs de ses prestataires, et notamment des personnes travaillant de façon permanente dans son entrepôt logistique telles que : entrepôt chauffé à 11° avec fourniture de vêtements adaptés, vestiaires et douches individuels, locaux bénéficiant de lumière naturelle, espace déjeuner dédié et entretenu...

Suite à l'établissement de la cartographie des postes destinés à mesurer la pénibilité au travail, le Groupe n'a identifié aucun poste comme étant pénible.

Par ailleurs, dans le cadre de la prévention des risques psychosociaux, un service d'écoute et d'accompagnement psychologique est mis à disposition des collaborateurs via un numéro vert, spécialement dédié, en partenariat avec l'Institut d'Accompagnement Permanent Psychologique et de Ressources (IAPR).

7.1.4 — Rémunérations, avantages et leurs évolutions

Interparfums a mis en place des règles de rémunération ainsi que des systèmes de classification des emplois et d'évaluation des performances appliqués à tous les collaborateurs, qui contribuent à garantir l'équité ainsi que l'égalité Homme/Femme. La rémunération comprend une part fixe et une part variable permettant d'associer l'ensemble du personnel aux résultats du Groupe.

La rémunération de la Direction ainsi que les critères ESG de la rémunération variable du Président-Directeur Général sont présentées au § 4. en partie 2 de ce présent document.

7.1.4.1 — Mutuelle

La mutuelle dite « socle » est à 100% financée par Interparfums pour l'ensemble de l'effectif (CDI, CDD, contrat d'apprentissage ou de professionnalisation). Elle s'applique à chaque collaborateur dès son entrée dans les effectifs sans observation de période préalable dite de « carence ».

Une mutuelle « surcomplémentaire » est également proposée à tous les collaborateurs, dès leur entrée dans les effectifs, sans période de carence.

Le rapport sinistre/cotisations étant bénéficiaire depuis plusieurs années (respect des obligations du contrat responsable décrites par la loi de financement de sécurité sociale ainsi que du cahier des charges établi en 2019 avec la réforme 100% santé entre autres), certains postes de consommations ont été nettement améliorés en 2022 en faveur des collaborateurs.

7.1.4.2 — Participation

Conformément à la loi française, un accord de participation aux résultats de l'entreprise a été signé en 2001. Au titre de l'année 2023, comme pour les années précédentes, un montant brut significatif de 3,9 millions d'euros sera redistribué aux collaborateurs début 2024, en augmentation de 6% comparativement à 2022.

7.1.4.3 — Plan d'Épargne Entreprise et Plan d'Épargne Retraite Collectif

La Société fait bénéficier l'ensemble de ses collaborateurs d'un Plan d'Épargne Entreprise (PEE) permettant de favoriser l'épargne salariale en proposant plusieurs types de fonds correspondants aux projets de chacun. Depuis 2017, elle a fait évoluer son dispositif en proposant un fond « Interparfums Actionnariat » leur permettant ainsi de profiter de l'évolution de la valeur de l'action Interparfums dans un cadre fiscal avantageux. Ces versements dans le fond « Interparfums Actionnariat » sont assortis d'un abondement important de la part de l'entreprise.

Par ailleurs, un Plan d'Épargne Retraite Collectif (PERCOL) permet à chacun des collaborateurs de préparer sa retraite et de bénéficier également d'un abondement important de la part de l'entreprise. Les collaborateurs ont également la possibilité de transférer chaque année une partie de leurs jours de congés non pris dans le PERCOL.

7.1.4.4 — Contrat de Retraite supplémentaire à cotisations définies (Article 83)

Les collaborateurs cadres bénéficient d'un contrat de retraite supplémentaire à cotisations définies et adhésion obligatoire. Ce contrat individuel est alimenté par le prélèvement de cotisations salariales et patronales mensuelles, la répartition de ces dernières étant libre. La Société a choisi d'aider ses collaborateurs dans la constitution de cette rente, complément de retraite, en prenant à sa charge une part importante des cotisations. Dans le cadre de l'évolution de sa politique de rémunération, ce dispositif a été, depuis

le 1^{er} janvier 2024, étendu à l'ensemble des collaborateurs (cadres et non cadres) avec l'ajout d'une cotisation employeur sur la tranche A des salaires pour tous les collaborateurs en complément des cotisations tranche B et C déjà définies.

7.1.4.5 — Actionnariat salarié/Actions gratuites

De plus, et afin de développer l'actionnariat salarié, le Groupe a mis en décembre 2018 puis en mars 2022, deux plans d'attribution gratuite d'actions destinés à l'ensemble des collaborateurs.

8 — UNE GOUVERNANCE MOBILISÉE ET ENGAGÉE

Interparfums soutient le code de Gouvernement d'Entreprise Middlednext et dans ce cadre fait évoluer sa gouvernance en cohérence avec les enjeux ESG identifiés dans sa matrice de matérialité présentée dans la section 2 de cette partie.

8.1 — INTÉGRER LA RSE À LA STRATÉGIE DU GROUPE

Depuis son introduction en Bourse de Paris, il y a près de 29 ans, Interparfums a fait en sorte d'offrir la plus grande transparence possible, en expliquant régulièrement sa stratégie, ses perspectives, ses préoccupations et en répondant le mieux possible aux questions de l'ensemble de ses actionnaires.

Depuis près de trois ans, le Groupe s'est engagé dans une approche plus dynamique, plus active et plus contributive sur les problématiques sociales, sociétales, de gouvernance et surtout environnementales.

C'est dans l'optique de renforcer ses échanges avec les actionnaires, et de répondre toujours mieux à leurs attentes légitimes, que le Groupe a décidé de constituer un Comité Consultatif des Actionnaires Individuels.

Échanger ponctuellement avec ses actionnaires lors de l'Assemblée Générale, une fois par an, ne satisfaisait plus le Groupe et c'est la raison d'être de ce Comité Consultatif qui permet de répondre toujours mieux à leurs questions. Composé d'une dizaine d'actionnaires

dont deux collaborateurs, il s'est déjà réuni une fois en 2022 et une fois en 2023. Afin de leur partager la vision d'Interparfums en matière de RSE, ses membres ont pu, à cette occasion visiter un site d'un parfumeur et assister à une présentation des avancées du Groupe en la matière.

En 2023, les membres du Conseil d'administration ont suivi des sessions de partage d'information visant à leur faire anticiper au mieux les futures réglementations notamment en termes de changement climatique, d'éthique des affaires, de lutte contre la corruption et le travail forcé. Ils ont été formés spécifiquement à la lutte contre la corruption.

En 2023, le Comité d'audit est devenu un Comité d'audit et des rémunérations doté d'une charte décrivant son organisation et son fonctionnement, ses compétences et ses attributions.

En 2024, un Comité RSE sera formé au sein du Conseil d'administration pour renforcer encore un peu plus l'importance de ce sujet au sein de la gouvernance.

Par ailleurs, Interparfums ne procède à aucune activité de lobbying. Interparfums est adhérent à Middlednext afin que la direction soit informée et formée aux nouvelles réglementations notamment relatives à la CSRD. Interparfums est membre du Comité Colbert, de la FEBEA et de l'UNIFAB afin que la Société soit accompagnée dans le développement de ses activités.

Les modalités de fonctionnement du Gouvernement d'Entreprise sont précisées dans la partie 4 du présent Document d'Enregistrement Universel.

Objectifs	Actions	Situation Actuelle	Performance attendue	Échéance
Renforcer les règles de bonne gouvernance sur la base des recommandations du code de Gouvernement d'Entreprise Middlednext	Présence de 50 % d'administrateurs indépendants au Conseil d'administration	50 %	50 %	mi 2023
	Présence de 50 % de femmes au Conseil d'administration	50 %	50 %	mi 2023
	Assurer la formation aux membres du Conseil d'administration sur une période de trois ans	3 jours ⁽⁵⁾	4 à 6 jours	période 2022-2024
	Mise en place d'un Comité Consultatif des Actionnaires Individuels	Oui	Oui	2022
	Mise en place d'un comité RSE	Non	Oui	2024

(5) Période 2021-2023.

8.2 — AGIR EN TOUTE ÉTHIQUE ET CONFORMITÉ

Dans le cadre de sa démarche RSE, le Groupe s'attache à conduire ses activités tant internes qu'externes, avec intégrité et responsabilité. Il a donc décidé d'adopter le Code de conduite anticorruption Middledext afin d'exprimer ses convictions sur ce sujet et les partager avec l'ensemble de ses collaborateurs ainsi qu'avec tous les tiers avec qui il est amené à travailler.

Ce Code de conduite précise les lignes directrices qui doivent être appliquées par tout collaborateur, qu'il soit en France ou à l'étranger. L'objectif est que chaque collaborateur du Groupe le lise et l'assimile afin d'adopter un comportement éthique dans le cadre de ses activités au sein du Groupe.

De plus, une charte éthique des affaires a été mise en place et sera opposable à ses partenaires afin de leur faire respecter les règles d'éthique, de morale et de droit sur lesquels le Groupe s'engage. Cette charte éthique leur a été partagée, à l'aide d'une plateforme de suivi lancée en octobre 2023 et d'un mécanisme de signature électronique. Son déploiement est ainsi mesuré et des plans d'amélioration pourront être demandés aux partenaires.

	2023
Nombre de fournisseurs qui ont reçu la charte éthique	113
Part des fournisseurs qui ont signé la charte éthique au 31 décembre 2023	51 %

En complément de la diffusion de la charte éthique, la Société a décidé de former l'ensemble des collaborateurs à l'anti-corruption à l'aide d'un module e-learning déployé début 2024. Les collaborateurs les plus exposés en matière de risque bénéficieront quant eux d'une journée spécifique conçue sur mesure et animée par un expert.

Une cartographie des risques de corruption sera finalisée au premier semestre 2024.

8.3 — MÉCANISME D'ALERTE ET DE RECUEIL DES SIGNALEMENTS

Interparfums met à la disposition de ses collaborateurs et de toutes ses parties prenantes, une plateforme de signalement d'EQS Group, prestataire indépendant, accessible via le lien <https://interparfums.integrityline.app/>.

Mise en place fin 2023, cette plateforme – sécurisée et garantissant la confidentialité et la sécurité des échanges – permet à tous de remonter toute situation qui semblerait non conforme à l'éthique du Groupe. Précédemment, un autre moyen permettait de remonter les alertes et aucun signalement n'a été recueilli en 2023.

La mise en place de cette plateforme a été accompagnée d'une communication précisant la procédure pour déposer un signalement ainsi que la politique de confidentialité des données conformément au Règlement Général sur la protection des données (RGPD).

De manière plus générale, un Délégué à la protection des données (DPO) est garant de l'ensemble des mesures relatives au RGPD.

En cas de remontée d'alerte, un Comité Éthique composé de la Directrice Juridique, de la Directrice Ressources Humaines, et de la Responsable Compliance & DPO, a la charge de traiter les alertes en conduisant les enquêtes et en faisant appel, si besoin, à un cabinet extérieur spécialisé.

8.4 — DEVOIR DE VIGILANCE

Dans le cadre des relations partenariales instaurées avec les fournisseurs, un plan d'actions en prévention des situations de dépendance économique des partenaires du Groupe est exercé.

Cette vigilance s'exerce plus particulièrement vis-à-vis des partenaires pouvant être exposés de par leur taille et leur infrastructure. Le Groupe a mis en place une veille afin d'identifier les partenaires qui pourraient, à terme, évoluer vers un risque de dépendance économique mettant en péril leur relation.

La vigilance du Groupe se concrétise aussi par une communication transparente sur des éléments permettant à ses partenaires de prévenir ce risque de dépendance en ayant une visibilité à moyen et long terme sur ses niveaux prévisionnels d'activité, ses stratégies d'évolution, ses besoins en termes d'innovation afin de permettre à ses fournisseurs de construire leur propre stratégie et de faire évoluer leurs capacités d'adaptation pour atteindre les objectifs souhaités.

Par ailleurs, le Groupe a engagé, depuis quelques années, une sécurisation de ses achats sur un certain nombre de composants critiques de ses lignes stratégiques. Cela s'est traduit par un dédoublement de ses moules et outillages chez 2 fournisseurs différents.

Le cas échéant, le Groupe, exerçant son devoir de vigilance, peut également envisager un désengagement vis-à-vis du fournisseur concerné de manière anticipée et progressive en fonction du contexte de cette dépendance. D'une manière générale, dans le cadre de sa politique de vigilance en matière de risque de dépendance économique, le Groupe invite ses fournisseurs à régulièrement diversifier leur clientèle. De même, un fournisseur ayant développé une technique novatrice lui conférant un monopole peut également mettre le Groupe dans une situation à risque en termes d'approvisionnement, qui de ce fait pourra convenir avec celui-ci d'un commun accord de la recherche d'une seconde source d'approvisionnement.

9 — INDICATEURS EXTRA-FINANCIERS

Le Groupe en préparation de la CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*) partage sa performance extra-financière sur le même périmètre que pour sa performance financière.

	Indicateurs	2021	2022	2023
Social				
Emploi	Effectif permanent groupe	298	317	334
	Effectif par zone géographique :			
	— France	214	228	233
	— États-Unis	65	70	77
	— Asie	19	19	24
	Effectif par type de contrat :			
	— Permanent	287	307	323
— Non permanent	11	10	11	
	Création de postes permanents	5	18	22
Absentéisme <i>(périmètre France pour 2021)</i>	Lié aux accidents du travail et de trajet	0,04 %	0,03 %	0,31 %
	Lié à des maladies professionnelles	- %	- %	- %
	Lié aux congés maternité et paternité	1,24 %	1,13 %	0,49 %
	Lié à la maladie	1,23 %	1,20 %	1,49 %
	Taux d'absentéisme total	2,47 %	2,34 %	2,29 %
<i>(Périmètre 2021 : France / 2022-2023 : France et Asie)</i>	Nombre d'appel service d'écoute et d'accompagnement psychologique	0 appel	0 appel	1 appel
Formation <i>(périmètre France)</i>	Part des collaborateurs formés au moins 1 fois dans l'année	50 %	32 %	55 %
	Nombre heures de formation	2 603	1 591	2 635
	Part des entretiens annuels réalisés	100 %	100 %	100 %
Diversité	Répartition sur effectif permanent :			
	— Femmes	75 %	74 %	74 %
	— Hommes	25 %	26 %	26 %
	Répartition sur postes de direction :			
	— Femmes	68 %	65 %	61 %
	— Hommes	32 %	35 %	39 %
	Score de l'index Égalité professionnelle (périmètre France)	85/100	84/100	84/100
Nombre de stagiaires au 31/12	13	4	0	
	Nombre de collaborateurs en situation de handicap	2	3	3
Fidélisation	Ancienneté moyenne	10,1 ans	8,1 ans	7,5 ans
	Turnover	11 %	19 %	22 %
	Part des collaborateurs ayant accès aux dispositifs d'épargne salariale	> 95 %	94 %	96 %
	Charge comptable liée aux actions de performance	1,4 M€	2,5 M€	1,2 M€
Environnemental				
Emballages	Part de carton FSC	1 %	10 %	88 %
	Quantité de carton FSC utilisée dans les produits <i>(en tonnes/M€ de CA)</i>	0,03	3,20	1,98
	Part de verre recyclé PCR	46 %	37 %	78 %
	Quantité de verre PCR utilisée dans les produits <i>(en tonnes/M€ de CA)</i>	5,79	11,30	7,80
	Quantité de plastique utilisée dans les produits <i>(en tonnes/M€ de CA)</i>	2,08	1,91	1,77
Gestion des déchets <i>(périmètre France)</i>	Quantité de déchets dangereux <i>(tonnes)</i>	8,80	10,00	0,00
	Quantité de déchets non dangereux <i>(tonnes)</i>	29,2	32,3	30,0
	Part des déchets valorisés (déchets triés)	78 %	83 %	90 %

	Indicateurs	2021	2022	2023
Émissions CO₂	Émission de gaz à effet de serre (GES) scopes 1 et 2 (en Teq CO ₂)	255	235	221
	Consommation d'énergie (en MWh)	1 846	1 754	1 696
	Émission de gaz à effet de serre (GES) scope 3 (en Teq CO ₂)	174 685	152 702	191 031
	Intensité des émissions de GES scopes 1, 2, et 3 (en kg de CO ₂ par k€ de CA)	312	216	240
Relations partenaires	Part des achats réalisée chez des fournisseurs évalués par Ecovadis	68 %	88 %	92 %
	Part des achats réalisée chez des fournisseurs/ relation depuis + de 10 ans	86 %	86 %	83 %
	Part des achats réalisée auprès des fournisseurs situés en Europe	85 %	83 %	85 %
	Part des achats réalisée auprès des fournisseurs situés en France	62 %	58 %	54 %
Gouvernance	Indice Gaïa	70/100	76/100	84/100
	Note Sustainalytics	ND	34,60	24,80
Conseils	Respect du Code de Gouvernance Middlednext	Oui	Oui	Oui
	Part des administrateurs indépendants	40 %	45 %	50 %
	Part des femmes	40 %	45 %	50 %
	Taux de présence des administrateurs	100 %	98 %	99 %
	Formation des administrateurs	0,5 jour	1,0 jour	2,0 jours
	Comité d'audit	Oui	Oui	Oui
	Comité RSE	Non	Non	Non
Comités exécutifs	Comité Consultatif des Actionnaires Individuels	Non	Oui	Oui
	Comité de Direction : part des femmes	27 %	27 %	27 %
Compliance	Comité RSE	Oui	Oui	Oui
	Nombre de signalements droit d'alerte	0	0	0
	Politique de protection des données personnelles (DPO)	Oui	Oui	Oui

nd : non défini.