

2 Responsabilité Sociétale des Entreprises

1 — Modèle d'affaires	72
2 — Matrice de matérialité	74
3 — Démarche RSE	76
4 — Responsabilités envers les collaborateurs : Un employeur attentif et engagé pour la réussite de tous	77
5 — Respect de l'environnement et responsabilités envers les consommateurs : Une offre de produits responsables tout au long de leur cycle de vie	80
6 — Responsabilités envers les parties prenantes opérationnelles et la société	86
7 — Une gouvernance mobilisée et engagée	90
8 — Indicateurs extra-financiers	90

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 trois axes : ses responsabilités envers les collaborateurs, l'environnement et les consommateurs, les parties prenantes opérationnelles et la société.

Depuis de nombreuses années, Interparfums 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, la société, 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 2011 et un sourcing à plus de 80 % en Europe témoignent d'ailleurs des efforts réalisés au cours des dernières années.

Cependant, compte tenu des enjeux en termes de protection de la planète, Interparfums entend désormais devenir un contributeur actif sur le volet environnemental.

Pour appuyer cette démarche, elle 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, Juridique et Communication, dont le rôle a consisté à formaliser la stratégie RSE de la société 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 (Scope 1, 2 et 3) afin d'initier une trajectoire bas carbone compatible avec les Accords de Paris ;
- 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 9 fois en 2022 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 ce chapitre.

Le lancement d'une première ligne à faible impact environnemental chez Rochas en 2021 en est la première pierre. 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* attendue au printemps proposera directement une recharge et s'inscrira dans la même dynamique.

I — Modèle d'affaires

Nos ressources



Humaines

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



Immatérielles

- Un portefeuille de **12 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** Middlednext
- Existence d'un **Comex RSE**



Financières

- Un **bilan très solide** avec une trésorerie nette de **89 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.



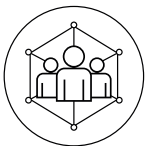
Outils de communication respectant les sensibilités des consommateurs

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
- **54 M€** versés à nos collaborateurs sous forme de rémunération et de participation en 2022
- Des **plans d'actions de performance** tous les 2/3 ans
- Une **qualité de vie au travail** (un siège social certifié HQE et BREEAM)
- **84/100** Index égalité homme / femme (périmètre France)
- **41 ans** d'âge moyen
- **9,7 années** d'ancienneté moyenne



Industrielle

- **86 %** de relations de + de 10 ans avec nos fournisseurs
- **240 M€** d'achats industriels en Europe en 2022



Sociétale

- Soutien aux **communautés productrices** de patchouli en Indonésie
- **384 000 €** de dépenses allouées au mécénat et aux dons en 2022



Environnementale

- **88 %** d'achats réalisés avec des fournisseurs notés Ecovadis
- **153 kt CO₂e** d'empreinte carbone (scope 1, 2 et 3)
- **66,7** : Note moyenne Ecovadis de nos fournisseurs



Financière

- **707 M€** de chiffre d'affaires en 2022
- **18,7 %** de marge opérationnelle en 2022
- **53,8 M€** de dividendes distribués à nos actionnaires en 2022
- **33,8 millions** de flacons et **4,2 millions** de coffrets expédiés en 2022
- Intégration au **SBF 120** et **CAC Mid 60**



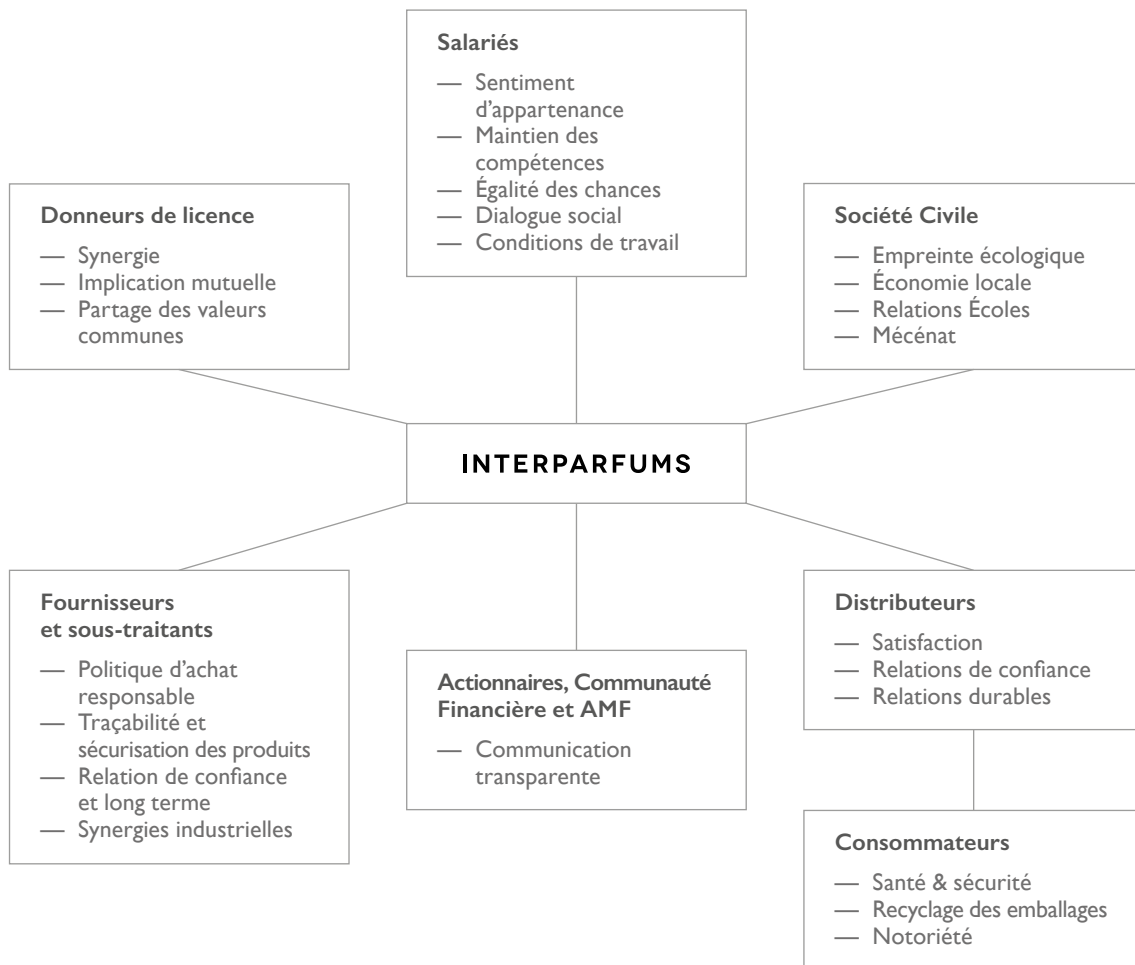
2 — Matrice de matérialité

Après avoir cartographié l'ensemble des parties prenantes d'Interparfums, 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 au caractère *intuitu personae* de la relation des dirigeants historiques avec leurs 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 mise en place récente d'un Comité d'actionnaires individuels va renforcer certains de ces liens.

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 d'Interparfums. 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



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).

Social	Actions	Situation 2022	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	2023		-	406,407, 408,409
Développer	Renforcer la formation	32% des collaborateurs	70% des collaborateurs	2025		Art. I-1-e	404-1 et 404-3
Développer	Formation des collaborateurs à la RSE	-	80% en 2 ans	2025		-	-
Diversifier	Sensibiliser les collaborateurs au sujet du handicap	1 fois par an	1 fois par an	-		Art. I-1-f	405-1
Proposer des emballages intégrant les enjeux environnementaux et sociétaux							
Suivre	Suivre les notes EcoVadis de nos fournisseurs	Note moyenne 66,7/100	Note moyenne > 70/100	2025		Art. I-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 l’empreinte carbone Scopes 1, 2 et 3 ⁽¹⁾	1 fois par an	Neutralité	2030		Art. I-2-d	305-1,2,3
	Réduire les émissions de gaz à effet de serre scopes 1 et 2 ⁽²⁾	- 3%/an	Neutralité (incluant la contribution)	2025		Art. I-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	100%	Engager 100% des fournisseurs industriels à lancer une trajectoire bas carbone	2025		Art. I-3-c	308
Agir avec éthique et conformité							
Déployer	Déployer la charte éthique des affaires auprès de l’ensemble des parties prenantes	50%	100%	2023		Art. I-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 Solférino.
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 — Responsabilités envers les collaborateurs : Un employeur attentif et engagé pour la réussite de tous

— Organisation et gestion des effectifs

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.

— Effectifs par métier

Présents au	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022
Direction Générale	5	5	5
Production & Logistique	45	49	58
Marketing	66	65	70
Export	71	76	77
France	42	40	39
Finances & Juridique	57	60	66
Rochas mode	4	3	2
Total	290	298	317

— Effectifs par zone géographique

Présents au	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022
France	213	214	228
Amérique du Nord	59	65	70
Asie	18	19	19
Total	290	298	317

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

— Effectifs par âge

Présents au	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022
Moins de 25 ans	5	12	16
Entre 25 et 35 ans	99	88	98
Entre 36 et 45 ans	92	95	97
Entre 46 et 55 ans	64	68	71
Plus de 55 ans	30	35	35
Total	290	298	317

L'âge moyen des collaborateurs est de 41 ans (Périmètre France).

L'ancienneté moyenne des collaborateurs est de 9,7 ans (Périmètre France).

Le taux de turn-over (Périmètre France) est de 22,22% pour l'année 2022.

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

Périmètre France	2020	2021	2022
Taux d'absentéisme	3,66%	2,47%	2,79%
Taux d'absentéisme sans les congés maternité et paternité	1,65%	1,23%	1,30%

— Enjeux et objectifs

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.

Dans ce contexte, les principaux enjeux sociaux d'Interparfums sont :

- 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 processus 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.

4.1 — Attirer, accompagner et faire progresser tous les talents

4.1.1 — 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.

Des communications hebdomadaires et des réunions d'informations régulières concernant l'évolution de l'activité permettent aux collaborateurs d'être au fait des attentes du management et du marché. 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.

4.1.2 — 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.

Depuis 2019, Interparfums organise annuellement une campagne de sensibilisation au handicap. En 2022, les collaborateurs ont eu l'occasion de participer à une conférence organisée en partenariat avec l'entreprise Café Joyeux qui emploie des personnes en situation de handicap, principalement avec trisomie 21 ou autisme. Grâce à ces temps d'échanges et de témoignages, les collaborateurs ont pu ainsi évoquer leurs éventuels freins, partager leurs visions et leurs expériences.

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).

La société participe également indirectement à l'emploi de personnes en situation de handicap et lutte contre l'exclusion et la discrimination. La société a notamment choisi de faire appel à une Entreprise Adaptée (EA) pour le conditionnement de ses coffrets de parfums ainsi qu'à une agence de communication globale dénommée « Les Papillons de Jour » pour l'animation de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH). En 2022, le coût total de ces prestations de services confiées représente 1 040 706 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.

	2020	2021	2022
Parité H/F sur l'effectif global	H 26 % – F 74 %	H 25 % – F 75 %	H 26 % – F 74 %
Parité H/F sur l'effectif des postes de Direction	H 30 % – F 70 %	H 32 % – F 68 %	H 29 % – F 71 %
Index Égalité Professionnelle (périmètre France)	85/100	85/100	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	2020	2021	2022
Part des collaborateurs formés au moins 1 fois dans l'année	45 %	50 %	32 %
Nombre d'heures de formation	668	2 603	1 591
Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur	3,14	12,16	7,00

Pour l'année 2022, les thématiques des formations ont été principalement la bureautique, le management, l'apprentissage des langues, les formations métiers et le développement personnel.

En 2023, l'effort en matière de formation va être accentué notamment sur les sujets relatifs à la RSE, afin que chacun puisse intégrer dans son quotidien les enjeux relatifs au changement climatique et à la biodiversité.

4.1.3 — 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, les dernières élections de juin 2019 ont donné lieu à la mise en place d'un Comité Social et Économique (CSE) 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 à la mise en place du CSE en juin 2019, une commission « Santé et Sécurité au Travail » a été instaurée 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 chaque année et des référents santé ont également été désignés depuis l'apparition de la crise sanitaire en 2020.

En 2022, quatre accidents de travail ont été recensés dont un avec prescription d'un arrêt de travail. 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	2020	2021	2022
Nombre d'accidents du travail avec arrêt	0	0	1
Nombre d'accidents de trajets avec arrêt	0	2	0
Taux de fréquence (nombre d'accidents du travail avec arrêt par millions d'heures travaillées)	0	5,26	2,48
Taux de gravité (nombre de jours d'absence pour motif d'accidents pour mille heures travaillées)	0	0,04	0,03
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, la société 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. Interparfums a mis également 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, la société 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).

4.1.4 — 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 à la partie 4 chapitre 2 de ce présent document.

4.1.4.1 — 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 « sur-complémentaire » est également proposée à tous les collaborateurs, dès leur entrée dans les effectifs, sans période de carence.

En 2021, le rapport sinistres/cotisations d'Interparfums ayant été bénéficiaire (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 ainsi pu être améliorés en 2022 de manière significative en faveur des collaborateurs.

4.1.4.2 — Participation

Conformément à la loi française, un accord de participation aux résultats de l'entreprise a été signé en 2001. En avril 2015, un avenant à cet accord a été signé, avec les membres de la Délégation Unique du Personnel en proposant une formule dérogatoire plus avantageuse pour les collaborateurs, élément de rémunération et de motivation important pour l'ensemble du personnel et renouvelé annuellement.

4.1.4.3 — 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.

4.1.4.4 — 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.

4.1.4.5 — Actionnariat salarié/Actions gratuites

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

5 — Respect de l'environnement et responsabilités envers les consommateurs : Une offre de produits responsables tout au long de leur cycle de vie

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 techniques et matériaux ;
- mesures de recyclage et d'élimination des déchets ;
- réduction des émissions de CO₂ générées par le transport.

Le Groupe assure la mise sur le marché des produits cosmétiques qu'il commercialise et est donc responsable de leur évaluation de la sécurité pour la santé.

5.1 — Proposer des composants et des emballages intégrant les enjeux environnementaux et sociétaux

— 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. Par ailleurs, le siège social du Groupe se situe au centre de Paris.

Une 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 sont présentés : verre, décor, capots, cales, étuis.

Les produits promotionnels ne sont pas oubliés avec les coffrets, les tubes et la PLV. La démarche est ainsi globale et va permettre à l'entreprise de se préparer 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.

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

- réduire les déchets à l'étape de fabrication, de consommation et de fin de vie du produit ;
- recycler la production imparfaite, notamment à l'étape de la fabrication ;
- réparer afin d'augmenter la durée de vie du matériau ou du produit, notamment les palettes.

5.1.1 — Maîtriser l'impact environnemental de nos opérations

Le Groupe utilise pour ses besoins logistiques et de stockage un entrepôt certifié HQE (Hautes Qualités Environnementales). 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.

La société suit en permanence des indicateurs de consommation d'énergie et d'eau pour déterminer les opportunités d'amélioration de l'efficacité énergétique portant sur l'éclairage, le chauffage et la ventilation de l'ensemble du site logistique comme la modulation des débits de ventilation et une programmation des ralents de chauffage/ventilation de week-end.

Dans cette optique, il est prévu une extinction automatique de l'éclairage de l'entrepôt lorsque les collaborateurs sont en pause à l'extérieur ou le maintien d'une température de l'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, la société

analyse les origines de cette surconsommation afin d'y remédier le cas échéant. Les mesures de consommation d'énergie font ressortir une consommation d'électricité et de gaz stables sur 4 ans, tandis que la consommation en eau a enregistré en moyenne une légère baisse. Enfin, dans un esprit de contribution au respect de l'environnement, la société a installé sur le site logistique des emplacements dédiés aux parcs à vélos et des bornes électriques pour les voitures.

	2020	2021	2022
Consommation énergétique totale en kWh	1 246 020	1 845 715	1 753 729
Consommation d'eau en m ³ (1)	1 067	2 495	3 949

Le Groupe a établi son entrepôt dans une région située au carrefour de ses sous-traitants afin de limiter les transports de produits finis. En 2021 et 2022, deux fuites d'eau sont responsables des augmentations de consommation. Celle de 2021 a été traitée et celle de 2022 est en cours de résolution.

Le Groupe suit attentivement sa production de déchets au niveau de l'entrepôt.

En 2022, ce sont 26,8 tonnes de déchets qui ont été valorisés dans différentes filières (plastique, palettes, papiers et cartons). En complément, 5,46 tonnes assimilées à des ordures ménagères (DND, déchets non dangereux) ont été incinérées avec récupération de chaleur.

Les actions entreprises en collaboration avec le gestionnaire de l'entrepôt 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.

En tonnes équivalent CO ₂	2020	2021	2022
Scope 1	208	226	205
Scope 2	25	29	30
Total	233	255	235

Les variations obtenues entre 2021 et 2020 sont liées aux périodes de confinement relatives à la pandémie sur 2020. En 2022, le groupe a déménagé son siège social dans des locaux certifiés BREEAM et HQE, qui devraient permettre un gain de l'ordre de 30% en termes de consommation énergétique. Par ailleurs, le recours à des énergies renouvelables et au réseau de chaleur de la ville de Paris permettront également une amélioration de ce bilan.

Compte tenu du déménagement qui a eu lieu au printemps 2022, les comparaisons doivent être effectuées avec précaution entre 2021 et 2022. Cependant, le bilan des émissions de gaz à effet de serre s'est amélioré de près de 8% sur la période.

Par ailleurs, courant 2018, le groupe a mis en fonctionnement un nouvel 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 a été calculée sur les scopes 1 et 2 pour l'année 2020, 2021 et 2022. Le scope 1 concerne les émissions directes de gaz à effet de serre (consommation de gaz 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 et les bureaux du siège social parisien. En ce qui le concerne, 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. Les facteurs d'émission de ces deux réseaux sont très favorables en termes d'empreinte carbone. La consommation de gaz est dorénavant réduite à celle de l'entrepôt.

En complément, le potentiel de production d'énergie renouvelable par les panneaux photovoltaïques installés en toiture est de 6 MWh.

Par ailleurs, la société dispose de 21 véhicules de fonction, notamment pour la force de vente. Les nouveaux véhicules sont équipés de motorisation essence.

En 2021 et 2022, 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.

Nous sommes convaincus que c'est en les associant à notre démarche que nous pourrions progresser sur une trajectoire bas carbone. Pour le moment, seuls 51% des fournisseurs du périmètre EcoVadis suivent leur empreinte carbone et 25% seulement ont réalisé une étude sur l'intégralité des scopes (1, 2 et 3). Mais, en 2022, 60% des achats ont été réalisés auprès de ces fournisseurs qui avaient communiqué

(1) La consommation d'eau ne concerne que l'entrepôt. Au siège, l'eau n'est utilisée que pour des raisons sanitaires et est donc considérée comme négligeable.

leur bilan carbone. Cependant, comme précisé au § 2.8, 82% des achats de biens et de services destinés à la production sont réalisés auprès de fournisseurs situés en Europe, ces derniers vont être soumis à la réglementation CSRD et vont

de fait initier ces démarches de mesure de leur empreinte carbone. S'ils le souhaitent, nous allons les accompagner en termes de méthodologie pour qu'ils progressent sur ces sujets cruciaux.

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

Les variations observées entre les deux années s'expliquent par des changements de fournisseurs dont certains sont plus avancés en termes de stratégie carbone. Plus de biens ont été immobilisés sur la période et moins de déplacements professionnels ont eu lieu.

En teqCO ₂	2021	2022	Variation 2021-2022
Bilan carbone (scope 1, 2 et 3)	174 940	152 937	- 12,6 %

L'intensité carbone d'Interparfums est dans la fourchette basse de son secteur d'activité. La variation importante observée entre 2021 et 2022 est également liée à l'augmentation du chiffre d'affaires réalisé.

En kg de CO ₂ par k€ de CA	2021	2022	Variation 2021-2022
Intensité carbone	312	216	- 30,8 %

L'étape de mesure du bilan carbone ayant été effectuée, il s'avère que 42% des achats de production sont réalisés chez des fournisseurs qui ont des objectifs de réduction de leur empreinte carbone à horizon 2030 (souvent alignés sur le fit for 55 européen). Nous considérons que ce n'est pas suffisant pour l'ambition que nous portons et allons poursuivre nos efforts de dialogue avec eux pour augmenter cette part de partenaires engagés et ainsi éviter des émissions carbone.

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 finance. 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 va être suivi attentivement par Interparfums qui le considère comme un pilote dans sa stratégie climat.

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 2022	Axes de travail pour 2023
Gouvernance Décrire la gouvernance de l'organisation concernant les risques et opportunités relatifs au climat	<p>a. Décrire la supervision des risques et opportunités relatifs au climat par le Conseil d'administration.</p> <p>b. Décrire le rôle du management dans l'évaluation et la gestion des risques et opportunités relatifs au climat.</p>	<p>Le Conseil d'administration est informé régulièrement par la chargée de mission RSE des risques et opportunités liés au climat et à la biodiversité.</p> <p>Le Comité exécutif a été informé des démarches engagées en matière de formalisation de la stratégie RSE.</p>	<p>Renforcer les compétences du Conseil d'administration sur les sujets clés relatifs au climat et la biodiversité. Mettre en place un comité RSE au sein du Conseil d'administration.</p> <p>Informé régulièrement le Comité Exécutif des risques et opportunités relatifs au climat et à la biodiversité.</p> <p>Renforcer les compétences du Comité exécutif sur les sujets clés relatifs au climat et la biodiversité.</p>
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	<p>a. Décrire les risques et opportunités relatifs au climat que l'organisation a identifiés pour le court, moyen et long terme.</p> <p>b. Décrire les impacts des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités de l'organisation, sa stratégie et sa planification financière.</p> <p>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.</p>	<p>Interparfums a identifié un niveau de vulnérabilité faible par rapport aux risques liés aux changements climatiques</p>	<p>Interparfums va initier un travail sur les risques et opportunités relatifs au climat et les partagera en répondant au CDP en 2023. Dans un second temps, Interparfums va structurer ses objectifs selon le cadre de référence défini par la <i>Science Based Target Initiative</i> (SBTi).</p>
Gestion des risques Décrire comment l'organisation identifie, évalue et gère les risques relatifs au climat	<p>a. Décrire les processus de l'organisation pour identifier et évaluer les risques relatifs au climat.</p> <p>b. Décrire les processus de l'organisation pour gérer les risques relatifs au climat.</p> <p>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.</p>	<p>Interparfums a identifié un niveau de vulnérabilité faible par rapport aux risques liés aux changements climatiques</p>	<p>Interparfums va interroger les parfumeurs avec lesquels l'entreprise travaille afin d'échanger sur les risques et opportunités relatifs au climat et à la biodiversité qui les concernent conjointement.</p>
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	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>c. Décrire les objectifs utilisés par l'organisation pour gérer les risques et opportunités relatifs au climat, et sa performance par rapport aux objectifs.</p>	<p>Interparfums publie son bilan carbone complet ci-dessus.</p>	<p>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.</p>

5.1.3 — Choisir des techniques et des matériaux optimisés au niveau de leur impact environnemental

Les actions en prévention des risques environnementaux et des pollutions consistent d'abord dans le choix de techniques et matériaux.

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.

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.

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, la société 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.

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. La société impose dorénavant un nombre minimal de palettes par camion.

Enfin, les cartons des testeurs sont entièrement recyclables.

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 vont être mis en place pour en suivre son appropriation par les uns et les autres. Une plate-forme permettra d'en suivre le déploiement, par un mécanisme de signature électronique.

Un travail de fond a été conduit sur les produits promotionnels qui représentent un volume d'unités important : plus de 4,5 millions de coffrets et près de 3 millions de GWP (cadeaux avec achats). La réflexion a consisté à remettre en question chacun des composants de ces segments sur tout leur cycle de vie. Il s'avère que l'ensemble des composants sont produits et assemblés en France, Espagne et Italie. 46 % de nos cadeaux avec achats sont labellisés Made in France (bougies, troussees...).

— Résumé des engagements concernant les produits promotionnels

Coffrets, étuis et calages

Optimiser la qualité des matériaux carton et plastique	Diminuer le format des coffrets	Remplacer les cales plastique par des calages carton	Favoriser la recyclabilité des emballages	Rendre les décors et impressions plus responsables
--	---------------------------------	--	---	--

Tubes

Réduction part plastique vierge	Insertion de plastique recyclé	Éligibilité des tubes à la recyclabilité
---------------------------------	--------------------------------	--

Cadeaux promotionnels

Géographie des lieux de production	Modes de transports	Minimiser les emballages	Tracer les produits	Utiliser des matières responsables et optimiser leur usage
------------------------------------	---------------------	--------------------------	---------------------	--

Premiers résultats : Les emballages des coffrets et étuis sont fabriqués depuis longtemps à partir de carton et papier issus de forêts gérées de façon responsable et reconnus par une certification 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.

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. Grâce à une proposition innovante d'un fournisseur, les nouvelles capsules ont permis une réduction d'utilisation de 3,6 tonnes de plastique PP vierge en 2022. Le remplacement du plastique vierge dans les étuis a été amorcé avec les étapes indispensables de tests de compatibilité avec les formules. En 2022, ce sont 60 % des tubes qui sont fabriqués 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 contiennent pas ou plus de noir de carbone (rendant complexe voire impossible leur recyclage).

Autre action qui vise à diminuer la consommation d'emballage inutile : la chasse à leur utilisation et leur remplacement, notamment des polybags.

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/consommatrices. La démarche RSE s'étend à leur sélection. Déjà, nos cinq fournisseurs sont évalués par EcoVadis, et leur note moyenne est de 77,6 (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 soit de 47, en fonction des entreprises). Nous exerçons ainsi notre devoir de vigilance sur ce sujet et en complément allons leur partager notre charte éthique en 2023. La recherche de produits écolabellisés est aussi privilégiée : OekoTex pour les tissus éponge, GOTS pour le Coton... Le PVC est définitivement banni pour les articles.

5.1.4 — 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 sodocalciques) qui sont des verres recyclables et d'éviter les verres techniques (i.e boro-silicate) 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.

Par ailleurs, 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. Nous encourageons ces démarches.

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.

Nous comptons aussi sur la qualité des produits que nous offrons sous forme de cadeaux à nos 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.

5.2 — Assurer la santé et de la sécurité des consommateurs

Le Groupe assure la mise sur le marché des produits cosmétiques qu'elle commercialise et est donc responsable de l'évaluation de la sécurité pour la santé. À ce titre, le Groupe fait pratiquer des tests d'innocuité cutanée et oculaire. Conformément au règlement CE 1223/2009, aucun de ces tests n'est effectué sur 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 CE N° 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. Il n'est pas soumis à l'enregistrement en tant qu'utilisateur en aval de substances. Il a cependant souhaité rester actif afin de s'assurer du bon déroulement des enregistrements et de la continuité d'approvisionnement des substances chimiques présentes dans ses produits.

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 personne 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.

5.3 — 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. Ceci sachant que l'intégralité des parfumeurs avec lesquels nous travaillons 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 ses autres produits (baume après-rasage, crème pour les mains, gel douche et lotion pour le corps), la société utilise dans ces formulations une part d'ingrédients d'origine naturelle comprise entre 79 et 88%.

Rochas Girl, présenté en page 71 de ce Document d'Enregistrement Universel, est une première étape de cette démarche.

6 — Responsabilités 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 carbone et leur trajectoire ;
- développer des relations durables et de confiance avec ses clients distributeurs.

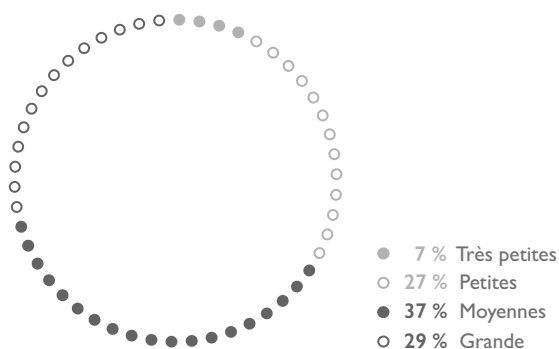
6.1 — Relations avec les donneurs de licences

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 historiques 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.

— Origine géographique des achats réalisés par la Direction des opérations

	2020	2021	2022
France	59 %	59 %	58 %
Europe (hors France)	7 %	25 %	25 %
Asie	18 %	7 %	18 %
Amérique	- %	9 %	- %

— 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.

C'est par une collaboration étroite entre les services marketing et les Maisons, accrue au fil des ans, que 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 permettent 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.

6.2 — Partenariat durable avec les partenaires industriels

6.2.1 — Par un partage d'information et des relations de confiance avec les partenaires industriels

Les usines des sous-traitants ainsi que l'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.

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.

La société 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.

De plus, la société a mis en place une charte éthique des affaires qui sera opposable à ses partenaires afin de leur faire respecter les règles d'éthique, de morale et de droit que la société s'engage de respecter. Cette charte éthique va leur être partagée au premier semestre 2023, à l'aide d'une plateforme de suivi et d'un mécanisme de signature électronique. Son déploiement pourra être ainsi mesuré et des plans d'amélioration pourront être demandés aux partenaires.

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 de la société pour une collaboration étroite et constructive avec des fournisseurs et des partenaires.

Ainsi, le cadre que la société s'est fixée 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 de la société et des fournisseurs et de décider des mesures appropriées pour en assurer la réalisation. La société accompagne ses fournisseurs dans leurs efforts d'amélioration des prestations si leurs contributions ne répondent pas aux attentes.

C'est dans ce contexte que la société 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 de la société.

Par le biais des cahiers des charges et du portail, la société 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.

La société 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.

Dans ce cadre collaboratif s'inscrit, par ailleurs, un plan d'actions en prévention des situations de dépendance économique des partenaires de la société. Cette vigilance s'exerce plus particulièrement vis-à-vis des partenaires pouvant être exposés de par leur taille et leur infrastructure. La société a mis en place une veille afin d'identifier les sociétés qui pourraient, à terme, évoluer vers un risque de dépendance économique mettant en péril leur relation.

La vigilance de la société 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, la société a engagé, depuis quelques années, une sécurisation de ses achats sur un certain nombre de composants critiques de nos lignes stratégiques. Cela s'est traduit par un dédoublement de nos moules et outillages chez 2 fournisseurs différents.

Le cas échéant, la société, 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, la société invite ses fournisseurs à régulièrement diversifier leur clientèle. De même, un fournisseur ayant développé une technique novatrice lui conférant un monopole peut également mettre la société 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.

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 (au 31/12/2022)

	2022
Part des fournisseurs évalués par EcoVadis, certifiés ISO 14001	34 %
Part des fournisseurs évalués par EcoVadis, certifiés ISO 45001/OHSAS 18001	25 %

6.2.2 — Par l'application des 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 consistent dans :

- 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 — Par l'évaluation de 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.

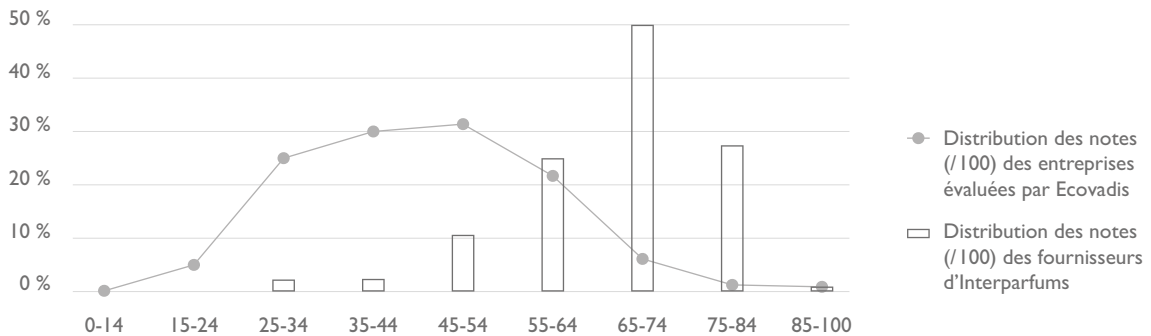
EcoVadis opère une plateforme mondiale d'évaluation et de mutualisation des performances RSE et leur méthode d'évaluation se base sur des normes RSE internationales.

En 2022, 119 fournisseurs ont été évalués ou étaient en cours d'évaluation, représentant 88% de l'activité des achats d'Interparfums. 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.

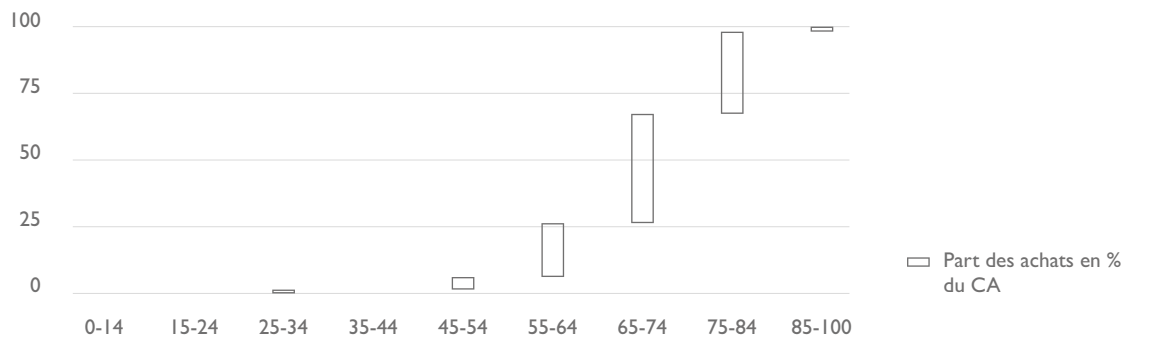
6.2.3.1 — Résultats des évaluations EcoVadis

Nombre de fournisseurs évalués	Note moyenne EcoVadis (score global)	Note moyenne			
		Score Environnement	Score Social et droits de l'Homme	Score Éthique des affaires	Score Achats responsables
91	66,7/100	69,5/100	66,9/100	60,7/100	65,3/100

6.2.3.2 — Comparaison entre la performance RSE des fournisseurs d'Interparfums et celle de l'intégralité des entreprises évaluées par EcoVadis



6.2.3.3 — Répartition des achats (en % du montant des achats réalisés en 2022), en fonction de la note EcoVadis des fournisseurs (note sur 100)



98% du montant des achats réalisés par Interparfums 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 4 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.

6.2.3.4 — 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
97% des fournisseurs ont été réévalués sur la période	+ 4,9 points	+ 4,7 points	+ 4 points	+ 6,1 points	+ 7,1 points
Comparaison avec l'ensemble des entreprises évaluées par EcoVadis	+ 4 points	+ 4,1 points	+ 4 points	+ 4,2 points	+ 3 points

6.3 — Relations de confiance avec ses clients distributeurs

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 elle est présente. Ce sont plus de 60 collaborateurs qui déploient leur expertise en France et dans plus de 100 pays au service de la distribution de ses parfums.

Tous les deux à trois ans, Interparfums organise un séminaire de plusieurs jours dans lequel elle réunit l'ensemble de ses distributeurs du monde entier. Ce séminaire, prévu en 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.

6.4 — Relations avec les associations

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.

6.4.1 — Dons et Mécénat

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'accompagner sept écoles dans la gestion de leurs bibliothèques. En 2022, le programme d'installation

des bibliothèques scolaires a pu se poursuivre en Sulawesi avec l'ouverture de 2 nouvelles bibliothèques à Mamuju (Sulawesi occidentale). Un total de plus de 5 000 livres y ont ainsi été apportés au bénéfice de 1 163 enfants et 95 professeurs des écoles. Interparfums a renouvelé ce partenariat pour l'année 2023.

En 2022, un soutien a 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. Des dons ont également été faits au bénéfice de la Croix Rouge dans le cadre du conflit en Ukraine et à l'association Delivering Good, pour soutenir les personnes en situation de précarité. Ces quelques exemples illustrent l'engagement d'Interparfums.

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 2022, à 384 milliers d'euros.

En 2023, le Groupe souhaite structurer sa démarche sociétale en continuant à soutenir des causes qui lui tiennent à cœur et s'inscrivent dans sa démarche RSE.

6.4.2 — Établissements d'enseignement

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.

En 2022, Rochas a rejoint la Fondation Institut Français de la Mode pour l'aider dans sa politique d'ouverture sociale en s'engageant financièrement au fond de bourses sociales mis en place.

7 — 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 ce chapitre.

Depuis son introduction en Bourse de Paris, il y a près de 27 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 deux ans, nous nous sommes engagés 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 nos échanges, et répondre toujours mieux aux attentes légitimes des actionnaires, que nous avons décidé de constituer un Comité Consultatif des Actionnaires Individuels.

Échanger ponctuellement avec ses actionnaires lors de l'Assemblée Générale, une fois par an, ne satisfait plus la société et c'est la raison d'être de ce Comité Consultatif qui doit nous permettre 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.

En 2023, les membres du Conseil d'administration vont suivre 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. 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	45 %	50 %	mi 2023
	Présence de 50 % de femmes au Conseil d'administration	45 %	50 %	mi 2023
	Assurer la formation aux membres du Conseil d'administration	0,5 jour	4 à 6 jours	2024
	Mise en place d'un Comité Consultatif des Actionnaires Individuels	-	-	2022
	Mise en place d'un comité RSE	-	-	2024

8 — Indicateurs extra-financiers

Même si la société, du fait de sa taille, n'est pas soumise à la Déclaration d'Indicateurs Extra-Financiers, elle présente ci-après, à titre indicatif, les indicateurs qu'elle suit dans le cadre de sa stratégie Sociale, Sociétale et Environnementale.

Indicateurs		2020	2021	2022
Social				
Emploi (périmètre Groupe)	Effectif permanent groupe	290	298	317
	Effectif par zone géographique			
	— France	213	214	228
	— États-Unis	59	65	70
	— Asie	18	19	19
	Effectif par type de contrat			
— Permanent	273	287	307	
— Non Permanent	17	11	10	
(périmètre France)	Création de postes permanents	3	5	14
Absentéisme (périmètre France)	Lié aux accidents du travail et de trajet	-	0,04 %	0,03 %
	Lié à des maladies professionnelles	-	-	-
	Lié aux congés maternité et paternité	2,01 %	1,24 %	1,30 %
	Lié à la maladie	1,65 %	1,23 %	1,48 %
	Taux d'absentéisme total	3,66 %	2,47 %	2,78 %
	Nombre d'appel service d'écoute et d'accompagnement psychologique	0	0	0
Formation (périmètre France)	Part des collaborateurs formés au moins 1 fois dans l'année	45 %	50 %	32 %
	Nombre heures de formation	668	2 603	1 591
	Part des entretiens annuels réalisés	100 %	100 %	100 %

	Indicateurs	2020	2021	2022
Diversité (périmètre France)	Répartition sur effectif permanent			
	— Femmes	72 %	73 %	72 %
	— Hommes	28 %	27 %	28 %
	Répartition sur postes de direction			
	— Femmes	56 %	52 %	60 %
	— Hommes	44 %	49 %	40 %
	Score de l'index Égalité professionnelle	85/100	85/100	84/100
	Nombre de stagiaires	8	13	4
	Nombre de collaborateurs en situation de handicap	2	2	2
Fidélisation (périmètre France)	Ancienneté moyenne	9,9 ans	10,1 ans	9,7 ans
	Turnover	7 %	11 %	22 %
	Part des collaborateurs ayant accès aux dispositifs d'épargne salariale	> 95 %	> 95 %	> 95 %
(périmètre Groupe)	Charge comptable liée aux actions de performance	1,4 M€	1,4 M€	2,5 M€
Environnemental				
Emballages	Part de carton FSC	< 1 %	1 %	10 %
	Quantité de carton FSC utilisée dans les produits (en tonnes/M€ de CA)	0,01	0,03	3,20
	Part de verre recyclé PCR	46,9 %	46,1 %	37 %
	Quantité de verre PCR utilisée dans les produits (en tonnes/M€ de CA)	5,68	5,79	11,30
	Quantité de plastique utilisée dans les produits (en tonnes/M€ de CA)	2,32	2,08	1,91
Gestion des déchets (périmètre France)	Quantité de déchets dangereux (tonnes)	3,78	8,80	10,00
	Quantité de déchets non dangereux (tonnes)	nd	29,2	32,3
	Part des déchets valorisés (déchets triés)	nd	78 %	83 %
Émissions CO₂	Émission de gaz à effet de serre (GES) Scope 1 et 2 (en Teq CO ₂)	233	255	235
	Consommation d'énergie (en MWh)	1 246	1 846	1 754
	Émission de gaz à effet de serre (GES) Scope 3 (en Teq CO ₂)	nd	174 685	152 702
	Intensité des émissions de GES Scope 1, 2, et 3 (en kg de CO ₂ par K€ de CA)	nd	312	216
Relations partenaires	Part des achats réalisée chez des fournisseurs évalués par EcoVadis	68 %	68 %	88 %
	Part des achats réalisée chez des fournisseurs/ relation depuis + de 10 ans	86 %	86 %	86 %
	Part des achats réalisée auprès des fournisseurs situés en Europe	80 %	85 %	82 %
	Part des achats réalisée auprès des fournisseurs situés en France	59 %	62 %	58 %
Gouvernance				
	Indice Gaïa	71/100	74/100	81/100
Conseils	Respect du Code de Gouvernance Middlednext	Oui	Oui	Oui
	Part des administrateurs indépendants	40 %	40 %	45 %
	Part des femmes	40 %	40 %	45 %
	Taux de présence des administrateurs	100 %	100 %	98 %
	Formation des administrateurs	-	0,5 jour	1 jour
	Comité d'audit	Oui	Oui	Oui
	Comité RSE	Non	Non	Non
	Comité Consultatif des Actionnaires Individuels	Non	Non	Oui
Comités exécutifs	Comité de Direction : Part des femme	27 %	27 %	27 %
	Comité RSE	Non	Oui	Oui
Compliance	Nombre de signalements droit d'alerte	0	0	0
	Politique de protection des données personnelles (DPO)	Oui	Oui	Oui

nd : non déterminé.