

# L'Oréal,



Thomas Cogy

## Entretien avec Alexandra Palt\*

**L'ambition de L'Oréal est, selon Jean-Paul Agon, son PDG, de devenir *carbon balanced* d'ici à 2020. Concrètement, qu'est-ce que cela signifie ?**

**Alexandra Palt** : Le groupe L'Oréal considère le développement durable comme une priorité stratégique et s'est donné des objectifs ambitieux et publics afin d'avancer de manière concrète et lisible pour ses parties prenantes. Pour réduire son empreinte carbone, L'Oréal poursuit une double approche, consistant tout d'abord à restreindre ses émissions. Fin 2014, le groupe a franchi le cap d'une réduction de 50 % des émissions de gaz à effet de serre liées à son activité industrielle par rapport à 2005, avec un an d'avance sur son objectif – il s'agit d'un engagement en valeur absolue, c'est important

D'ici à 2020, L'Oréal entend améliorer le profil environnemental et social de la totalité de ses produits. Ce changement de paradigme mobilise toutes les compétences du groupe ainsi que les consommateurs.

de le noter car, sur cette même période, la production du groupe a augmenté de 22 %. C'est un signal fort démontrant qu'une entreprise peut s'engager pour le climat sans compromettre sa croissance. Nous visons désormais une réduction de 60 % en valeur absolue d'ici 2020 des émissions liées à notre production industrielle. Par-delà cet objectif, nous travaillons également sur nos émissions résiduelles, celles que nous ne pourrions pas réduire. C'est le sens de notre ambition *carbon balanced*. Nous voulons « équilibrer » nos émissions de gaz à effet de serre, c'est-à-dire capter autant de CO<sub>2</sub> que les émissions résiduelles liées à notre activité industrielle. Pour cela, nous travaillons à un dispositif innovant de génération de gains carbone au sein de nos filières d'approvisionnement durable de matières premières, en partenariat avec nos fournisseurs.

\* Directrice RSE du groupe L'Oréal

# objectif *carbon balanced* EN 2020

## Un objectif est-il fixé pour tendre vers la neutralité carbone des usines du groupe ?

**A. P. :** Fin 2015, neuf sites industriels du groupe en Chine, en France, en Belgique, ou encore en Espagne auront atteint la neutralité carbone. Nous poursuivons cet objectif dès que nous le pouvons. Selon les pays ou les contextes locaux, ce n'est pas toujours possible. La réduction de l'empreinte carbone des usines et centrales de production de L'Oréal s'inscrit dans le cadre global fixé par notre objectif de réduction de 60 % de nos émissions en valeur absolue. Sur l'ensemble de nos sites, sont déployés des politiques ambitieuses d'efficacité énergétique et de grands projets de production d'énergies renouvelables : biomasse et cogénération, géothermie, mur solaire, photovoltaïque, etc.

## Les objectifs chiffrés en 2013 en termes de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> par le plan RSE, baptisé *Sharing Beauty with All*, ont-ils évolué ?

**A. P. :** Absolument. L'Oréal veut aller toujours plus loin dans sa transformation vers un modèle d'entreprise « bas carbone ». En 2014, nous avons pris l'engagement que plus aucun de nos produits ne soit associé à la déforestation à l'horizon 2020. C'est le sens de notre objectif « zéro déforestation ». Nous avons également complété nos objectifs de 2013 en septembre dernier avec l'ambition déjà évoquée d'être une entreprise *carbon balanced*.

## Comment peut-on concilier un modèle de *sourcing* bas carbone avec l'impératif que toute entreprise a de croître ?

**A. P. :** Le modèle de *sourcing* bas carbone est non seulement conciliable avec, mais aussi nécessaire à la logique économique de l'entreprise. Il est dans l'intérêt de L'Oréal à long terme de garantir un *sourcing* durable et respectueux de l'environnement, ainsi qu'un juste prix aux producteurs. Car si les producteurs auprès desquels L'Oréal s'approvisionne n'ont pas une méthode de production qui leur permette d'exploiter leur sol de manière durable et profitable, *in fine* la matière première sera moins disponible, soumise à plus de volatilité des prix et il sera plus difficile d'avoir accès à la bonne qualité. Prenons l'exemple du guar, une plante légumineuse utilisée en cosmétique pour ses vertus épaississantes. À travers la Sustainable Guar Initiative, menée en partenariat avec le groupe Solvay, L'Oréal « source » la gomme de guar en Inde, au Rajasthan. Dans cette région désertique déjà fortement exposée aux conséquences du changement climatique, bien souvent, le guar constitue l'unique source de revenus des populations. Avec l'appui local de l'organisation Technoserve, nous travaillons à un programme d'accompagnement de 1 500 fermiers vers des pratiques agricoles bas carbone plus productives, fondées sur la préparation des sols, la bio-fertilisation,

la lutte intégrée contre les ravageurs, etc. Ce programme va permettre de pérenniser tout à la fois les revenus des producteurs et l'approvisionnement de L'Oréal.

**Comment l'ambition bas carbone va-t-elle amener le groupe à changer la manière de concevoir ses produits, à améliorer leur empreinte carbone ? Sur quels leviers est-il possible d'agir ?**

**A. P. :** Nous nous sommes engagés à améliorer le profil environnemental et social de l'ensemble de nos produits d'ici à 2020. Cela concerne donc non seulement leur empreinte carbone, mais plus globalement leur empreinte environnementale. Les leviers d'amélioration sont nombreux. Nos équipes travaillent ainsi, par exemple, à améliorer la biodégradabilité des formules, ou encore à concevoir des formules à partir de matières premières d'origine renouvelable ou issues de la chimie verte. Nous pouvons également agir sur le packaging, son poids, sa composition, son caractère recyclable. Aujourd'hui, chez L'Oréal, toute création d'un nouveau produit ou toute rénovation de produit sont à chaque fois pensées dans une optique d'amélioration.

**Le département recherche de L'Oréal n'est-il pas un atout pour développer des nouveaux produits conformes aux enjeux climatiques ?**

**A. P. :** Effectivement, les équipes Recherche et Innovation du groupe sont un immense atout et sont très mobilisées, le changement de paradigme voulu par le groupe y est particulièrement bien intégré. Lors de la conception des formules notamment, les laboratoires sont très attentifs à l'utilisation des matières premières, à leur *sourcing*, leur empreinte en eau par exemple.



**Cela peut-il conduire à retirer du marché certains produits ?**

**A. P. :** L'Oréal est engagé depuis très longtemps en matière de sécurité des produits et leur impact sur l'environnement a toujours été regardé avec attention. Je n'ai pas d'exemple en tête de produits ayant été retirés pour ces raisons, notre politique d'évaluation des matières premières et des matériaux dans la phase de conception de nos produits est très stricte.

« Nous travaillons avec nos partenaires, fournisseurs et ONG, pour identifier des projets où des gains de carbone peuvent être générés ».

**Quels projets – approvisionnement, pratiques agricoles, gestion forestière... – L'Oréal a-t-il initié pour transformer ses programmes de *sourcing* vers des modèles bas carbone ?**

**A. P. :** Nous travaillons avec nos partenaires, fournisseurs et ONG, pour identifier des projets où des gains de carbone peuvent être générés. Ce travail concerne de nombreuses matières premières : le beurre de karité au Burkina Faso, le son de quinoa en Bolivie, le patchouli en Indonésie, ou encore le guar en Inde. Chaque fois, nous mettons en œuvre une stratégie différente. Au Burkina Faso, où près de 22 000 femmes récoltent les noix utilisées pour produire du beurre de karité, l'ébouillantage des noix se fait dans de grandes cuves posées sur trois pierres et des foyers ouverts. Cette méthode, très consommatrice de bois, émet beaucoup de carbone. Nous allons donc installer ce qu'on appelle des « foyers améliorés », en parallèle de la mise en œuvre d'un dispositif de lutte contre la déforestation. Ce projet va ainsi contribuer à réduire l'empreinte carbone de cette activité et à générer des économies pour les productrices. Au total, nous travaillons sur une vingtaine de projets de cet ordre.

**Quel sera le rôle dévolu au comité d'experts internationaux spécialistes du carbone présidé par Christian de Perthuis, professeur à l'université Paris Dauphine ?**

**A. P. :** Ce panel d'experts va accompagner et évaluer l'ensemble de notre démarche, en particulier notre méthodologie de comptabilisation des gains carbone au sein de nos projets d'approvisionnement durable en matières premières. De façon générale, nous aimons confronter nos approches et nos méthodes avec des experts indépendants,

Une usine L'Oréal exemplaire, à Burgos en Espagne, qui affiche une neutralité carbone grâce à la construction d'une centrale biomasse et à l'installation de panneaux solaires



Paco Santamaria pour L'Oréal

venant d'univers variés, avec le plus de transparence possible. Nous avons la même démarche avec le Panel of Critical Friends. Depuis l'annonce du programme Sharing Beauty with All en 2013, cette instance de gouvernance externe, qui rassemble de grands experts environnementaux et sociétaux internationaux, se réunit une fois par an en présence de Jean-Paul Agon pour examiner les avancées, apporter un regard critique sur les actions menées, suggérer des améliorations et interroger l'ambition de L'Oréal en matière de développement durable.

**Comment intégrer les contraintes du développement durable tout en continuant à faire rêver les consommateurs et les consommatrices ?**

**A. P. :** Les consommatrices attendent aujourd'hui des produits « responsables ». Elles intègrent le développement durable dans leurs préoccupations et critères de choix. Notre rôle est de réconcilier aspirations de beauté et de développement durable. Il faut rendre le développement durable « aspirationnel » et désirable, tout en proposant des produits durables.

**Comment souhaitez-vous sensibiliser les consommatrices et les engager dans une démarche de développement durable ?**

**A. P. :** D'abord, en agissant : en proposant aux consommateurs des produits responsables. Ensuite, en communiquant : les consommateurs veulent avoir des informations sur ces sujets, aussi, d'ici à 2020, toutes les informations sur l'impact environnemental et sociétal de nos produits seront disponibles ; nous travaillons à développer un outil qui le permettra. Nous utilisons également nos marques, dont un certain nombre sensibilisent leurs consommateurs, à recycler par exemple. Enfin, les consommateurs qui le souhaitent pourront s'engager avec nous : nous allons mettre en place cette année un « comité consultatif de consommateurs ». Les membres de ce comité pourront faire des suggestions à L'Oréal pour aller plus loin dans sa politique de développement durable. ■