



DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE (DPEF) DE BPI SA (SHISEIDO EMEA)

Ce document présente l'ensemble des informations requises par les articles L. 225-205, R. 225-105 et R. 225-105 1 du Code du Commerce français relatives à la déclaration de performance extra-financière. Conformément à l'obligation légale, il est structuré autour de trois chapitres :

- 1- Le modèle d'affaire de Shiseido EMEA
- 2- Présentation des principaux risques extra-financiers de Shiseido EMEA
- 3- Les politiques et indicateurs de performance associés

LE MODELE D'AFFAIRE DE SHISEIDO EMEA

VISION & MISSION DU GROUPE SHISEIDO

Le Groupe Shiseido a été fondé en 1872 dans le quartier de Ginza à Tokyo. A l'époque, Shiseido était la première pharmacie de style occidental du Japon. Plus de 145 ans plus tard, Shiseido est devenu un des principaux Groupes de cosmétique au monde, leader en Asie et reconnu mondialement pour son savoir-faire unique dans la création de produits cosmétiques fonctionnels, fiables, à la pointe de l'innovation et pour sa capacité à développer des marques appréciées des consommateurs du monde entier.

Convaincu par l'idée que la Beauté peut changer le monde, le Groupe Shiseido a traduit dans sa mission « Beauty Innovations for a Better World » son ambition de combiner performance économique et création de valeur durable en plaçant l'innovation au cœur de sa stratégie au service d'un monde meilleur. Pour mener à bien cette mission, le groupe Shiseido est convaincu que la confiance est le pilier pour bâtir une équipe gagnante et ambitieuse de devenir l'entreprise la plus digne de confiance pour l'ensemble de ses parties prenantes.

Shiseido se caractérise par son organisation matricielle construite autour de six divisions régionales (Japon, Chine, EMEA, APAC, Americas, Travel Retail) et de Centres d'Excellences localisés dans les pays les plus à la pointe de l'objet de ces centres. Les Centres d'Excellence digital et maquillage sont ainsi localisés à New-York alors que le Centre d'Excellence Fragrances est installé à Paris. Le Centre d'Excellence dédié aux soins est situé au Japon, berceau historique du Groupe. En 2019, deux nouveaux Centres d'Excellence seront créés en Asie.

Présent dans 120 pays avec plus de 46 000 employés et 70 nationalités, Shiseido propose une sélection unique de soins de la peau, de maquillage et de parfums générant près de 1 100 milliards de yen de chiffre d'affaires en 2018. En 2018, la région EMEA représente 10,4 % du chiffre d'affaires du Groupe Shiseido.

PRESENTATION DE SHISEIDO EMEA

Shiseido EMEA est le nom commercial de l'entité juridique BPI SA. En lien avec l'organisation matricielle mise en place par le Groupe, Shiseido EMEA a une double fonction :

- Siège régional du Groupe Shiseido en charge de la distribution des marques « Prestige » du Groupe Shiseido dans la région EMEA (Europe, Middle East, Africa) ; et
- Siège mondial des activités de développement de parfums du Groupe Shiseido.

Créé en octobre 2016, Shiseido EMEA pilote les activités mondiales des marques de parfum du Groupe - *Issey Miyake, narciso rodriguez, Elie Saab, Alaïa, Zadig & Voltaire, Shiseido Ginza Tokyo fragrances, Dolce&Gabbana* et *Serge Lutens* (création, production, commerce) ainsi que la distribution des marques soin & maquillage du Groupe Shiseido (la marque *Shiseido Ginza Tokyo, Clé de Peau, Laura Mercier, bareMinerals, Buxom* et *NARS*) dans la région EMEA.

PRESENTATION DES PARTIES PRENANTES DE SHISEIDO EMEA

Afin de toujours mieux répondre aux évolutions de son secteur et de ses marchés, Shiseido EMEA porte une attention particulière à ses parties prenantes. Shiseido EMEA est soucieux de garantir des relations de qualité et de confiance avec elles. Le tableau ci-dessous présente les principales parties prenantes de Shiseido EMEA.

| | |
|--|--|
| Les collaborateurs | Dans le cadre de la stratégie ressources humaines du Groupe - PEOPLE FIRST - Shiseido EMEA place l'écoute et le dialogue avec ses collaborateurs au premier plan afin de garantir leur santé, leur sécurité, leur développement et leur bien-être au travail. |
| Les consommateurs | En ligne avec les ambitions du Groupe d'être une entreprise de confiance pour ses consommateurs, Shiseido EMEA place l'écoute des besoins et des préoccupations actuels et futurs de ses consommateurs au cœur de sa stratégie. |
| Les Maisons de mode / donneurs de licence | Shiseido EMEA est extrêmement soucieuse d'établir et d'entretenir des relations de confiance, de transparence et de respect avec les maisons de mode qui ont fait le choix de confier à Shiseido EMEA la fabrication de leurs lignes cosmétiques. |
| Les partenaires commerciaux & distributeurs | Shiseido EMEA place l'éthique, l'intégrité et le respect des différences au cœur des relations que l'entreprise souhaite avoir avec l'ensemble de ses partenaires commerciaux. Shiseido EMEA veille à nouer des relations partenariales durables avec ses partenaires commerciaux. |
| Les fournisseurs & sous-traitants de production | Shiseido EMEA accorde une grande importance à la qualité de ses fournisseurs et veille à partager avec eux un ensemble commun de règles, d'usages et de principes en matière d'éthique, de responsabilité sociale et de protection de l'environnement qui sont énoncés dans son Code de Conduite Fournisseurs. |
| Le Groupe Shiseido | En tant que filiale du Groupe Shiseido, Shiseido EMEA s'applique à défendre et mettre en œuvre la stratégie et les engagements pris par le Groupe. |
| Le monde associatif | Shiseido EMEA s'engage auprès d'associations qui œuvrent en faveur des communautés les plus vulnérables. Cet engagement se traduit entre autre par des donations financières, des donations en produits et la possibilité pour ses salariés de passer une journée de travail par an au sein d'une association. |
| Les associations professionnelles | Shiseido EMEA est membre de la FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté) et d'autres associations professionnelles de l'industrie. Elle participe à plusieurs groupes de travail parmi lesquels SPICE (Sustainable Packaging Initiative for CosmEtics) ou la MRI (Mica Responsible Initiative). A travers cet engagement, Shiseido EMEA souhaite contribuer au développement de solutions sectorielles aux enjeux sociaux et environnementaux auquel l'industrie de la beauté est exposée. |
| Les étudiants | Shiseido EMEA a mis en place une stratégie Campus dans le but d'aider des étudiants et jeunes diplômés à trouver un stage ou un premier emploi en ligne avec leur diplôme et leurs attentes professionnelles. Shiseido EMEA porte une attention particulière au recrutement de profils variés grâce à son réseau d'écoles partenaires. |
| Le monde culturel | Depuis son origine, le Groupe Shiseido cultive et soutient les arts. La famille Fukuhara fondatrice de la marque avait un désir fervent de voir art et science s'unir et leur passion pour l'art, la culture et le design européen s'est illustrée naturellement dans l'expression graphique de la marque. Shiseido EMEA décline cet engagement en soutenant diverses manifestations artistiques et culturelles via du mécénat et du sponsoring. |

ENJEUX ET PERSPECTIVES D'AVENIR POUR SHISEIDO EMEA

Une étude de Euromonitor prévoit un taux de croissance du marché de la beauté en EMEA de 3,7% entre 2018 et 2020.

Cette situation ne doit pas pour autant occulter les défis auxquels le secteur de la beauté doit faire face et notamment :

- Une clientèle de produits de Luxe qui élargit sa consommation aux expériences (hôtels, croisières, restaurants, etc.).
- Des générations plus jeunes qui sont de plus en plus influencés par le digital (contenus éditoriaux et marketing en ligne, media sociaux) et avec de nouveaux comportements d'achat nécessitant d'intégrer de plus en plus de fonctionnalités et de moyens digitaux (achats en ligne, internet des objets, réalité virtuelle, intelligence artificielle, paiement mobile).
- Des consommateurs qui sont à la recherche de produits et de marques de confiance et qui souhaitent plus de transparence sur les ingrédients et la composition de leurs produits de beauté.
- Des consommateurs attentifs à leur santé et bien-être et à ceux de leurs proches.

LE MODELE DE CREATION DE VALEUR DE SHISEIDO EMEA

| Nos Actifs | | Notre Stratégie | Nos impacts |
|----------------------------|--|--|---|
| Nos ressources économiques | <ul style="list-style-type: none"> • Un portefeuille de produits complémentaires et variés : <ul style="list-style-type: none"> ○ 8 marques de parfum (<i>Dolce&Gabbana, Issey Miyake, narciso rodriguez, Zadig & Voltaire, Shiseido Parfums, Elie Saab, Serge Lutens, Alaïa</i>) ○ 5 marques de maquillage (<i>Shiseido, bareMinerals, NARS, Laura Mercier, Buxom</i>) ○ 2 marques de soin (<i>Shiseido, Clé de Peau Beauté</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Proposer une gamme de produits diversifiée, associée à une offre de services différenciants pour une expérience client unique. • Déployer un modèle d'affaires durable | <ul style="list-style-type: none"> • Plus de 800 millions d'euros de chiffres d'affaire en 2018 |
| Notre savoir-faire | <ul style="list-style-type: none"> • Expertise dans le développement de parfum • Connaissance approfondie des marchés EMEA et de leur singularité • Gestion de licences de lignes cosmétiques • Respect des consommateurs • Maîtrise de la distribution sélective | <ul style="list-style-type: none"> • Générer de la confiance dans les produits que nous développons. • Penser le parfum et les rituels beauté de demain. • Anticiper les tendances et s'adapter au marché. | <ul style="list-style-type: none"> • 203 recrutements en CDI en 2018 pour maintenir notre savoir-faire |
| Notre écosystème | <ul style="list-style-type: none"> • 88 pays de distribution • Deux usines de production de parfum basées dans la Cosmetic Valley en France (<i>Shiseido International France</i>) • Des relations historiques avec le monde de la culture et des arts | <ul style="list-style-type: none"> • Développer un modèle d'affaire qui repose sur la confiance, l'éthique et le respect. • Contribuer au développement économique local à travers une production française des parfums. • Développer des relations fortes avec les étudiants | <ul style="list-style-type: none"> • Relations de confiance avec les fournisseurs grâce à notre Code de conduite fournisseur • 100 % des parfums distribués en EMEA sont fabriqués en France. • 33 % des écoles partenaires sont des écoles d'art ou de design |
| Notre capital humain | <ul style="list-style-type: none"> • 710 collaborateurs (CDI et CDD) • Age moyen des effectifs : 35 ans • 90 % des collaborateurs en CDI • 37 nationalités | <ul style="list-style-type: none"> • Maintenir un niveau de compétence élevé et accompagner vers l'acquisition de nouvelles compétences. • Faire de l'égalité Femme/Homme un atout • Accompagner nos collaborateurs dans l'identification & le renforcement de leurs forces | <ul style="list-style-type: none"> • 8182 heures de formation • 83 % de femmes dans les effectifs • 52% de femmes parmi les managers • 1843 jours de travail réalisés en home office en 2018 |

PRESENTATION DES PRINCIPAUX RISQUES EXTRA-FINANCIERS DE SHISEIDO EMEA

Soucieux de pérenniser son activité et de protéger les marques de son portefeuille des risques sociaux, éthiques et environnementaux auxquels elles peuvent être exposés, Shiseido EMEA a réalisé en 2018 une cartographie de ses risques extra-financiers.

Pour ce faire, un comité de pilotage, composé de deux représentants du Comité Exécutif de Shiseido EMEA et des équipes développement durable & contrôle de gestion sociale, a été mis en place. L'identification des risques a été réalisée par les membres de ce comité sur la base de leur expertise et de l'analyse de matérialité menée par Shiseido. Pour des enjeux de cohérence et d'efficacité, cette analyse a été réalisée grâce aux outils développés par le département Risk Management de Shiseido. L'analyse vient définir la probabilité d'occurrence et le niveau d'impact pour le risque identifié et la manière dont l'entreprise est organisée pour maîtriser au mieux ledit risque.

Cet exercice a permis de faire ressortir les risques susceptibles d'affecter la performance de Shiseido EMEA, de porter atteinte à sa réputation ainsi qu'à celle des marques de son portefeuille et d'impacter l'environnement et les parties prenantes de Shiseido EMEA. Les risques suivants ont été qualifiés comme « principaux » :

- Risque A Santé & la sécurité des collaborateurs & des consommateurs
- Risque B Perte de compétences et savoir-faire clés pour l'entreprise
- Risque C Faible diversité dans l'organisation
- Risque D Non-adaptation aux évolutions et nouvelles attentes des consommateurs & des collaborateurs
- Risque E Corruption
- Risque F Bien-être animal
- Risque G Epuisement des ressources naturelles
- Risque H Changement climatique
- Risque I Economie circulaire

Le tableau ci-dessous présente les grands engagements pris par Shiseido EMEA en réponse aux risques identifiés et les relie aux ODD (Objectifs de Développement Durable fixés par l'ONU).

| AXE 1 - Protéger la beauté de la planète | | |
|--|--|----|
| Lutter contre le changement climatique | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque H | 13 |
| Soutenir l'économie circulaire | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur les risques G & I | 12 |
| Gagner la confiance de nos consommateurs autour des ingrédients utilisés | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur les risques D | 12 |
| Respecter le bien-être animal | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque F | 12 |
| AXE 2 - Promouvoir la beauté sous toutes ses formes | | |
| Soutenir la diversité | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque C | 5 |
| Assurer la santé et sécurité de nos collaborateurs | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque A | 3 |
| Accompagner nos collaborateurs dans leur développement | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque B | 8 |
| Agir en faveur de nos communautés | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque D | 10 |
| AXE 3 - Donner du sens à la beauté | | |
| Lutter contre la corruption | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque E | 8 |
| Respecter les droits humain fondamentaux | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque D | 8 |
| Protéger les données personnelles qui nous sont confiées | A travers cet engagement, Shiseido EMEA agit sur le risque D | 12 |
| Soutenir l'Art et la Culture | | NA |

LES POLITIQUES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE ASSOCIES

La politique de développement durable de Shiseido EMEA est pilotée par un département développement durable composé de deux personnes. Créé en 2017, sa mission est de déployer dans la région les engagements pris par Shiseido et de contribuer au rayonnement du Centre d'Excellence Parfums grâce au développement de projets innovants et créatifs en matière de développement durable.

L'ensemble des actions mises en place doit répondre à un des trois objectifs prioritaires de Shiseido EMEA en matière de développement durable :

- 1- Protéger les marques gérées par Shiseido EMEA en mettant en place ou renforçant les standards développement durable en collaboration avec les équipes achats et les équipes de Shiseido International France (Shiseido Opérations) en charge du développement packaging, de la R&D et de la formulation. L'ensemble de ces standards s'applique à l'ensemble du portefeuille de marques et constitue en cela un socle commun pour toutes les marques gérées par Shiseido EMEA.
- 2- Accompagner les marques gérées par Shiseido EMEA dans leur propre approche de développement durable. Pour cela, le département développement durable travaille avec les équipes marketing et consumer insights dans l'identification des territoires développement durable des marques et dans la déclinaison opérationnelle de leurs engagements.
- 3- Mobiliser les collaborateurs autour du développement durable. Dans le cadre de ce troisième objectif, l'équipe développement durable collabore avec l'équipe ressources humaines et communication interne. Ce troisième axe fait écho à la mission du groupe « Beauty Innovations for a Better World » et vise à répondre aux attentes grandissantes des collaborateurs concernant la mission sociale de l'entreprise et sa place dans la société tout en assurant l'acquisition des compétences développement durable nécessaire au maintien d'un haut niveau d'employabilité de ses collaborateurs.

Après une année 2017 dédiée à la structuration de la démarche, l'année 2018 a été marquée par l'aboutissement des premiers résultats. Ces résultats sont présentés ci-dessous à partir des trois piliers de la politique développement durable du Groupe Shiseido.

AXE 1 - PROTEGER LA BEAUTE DE LA PLANETE : L'ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL DE SHISEIDO EMEA

Shiseido EMEA a fait le choix en 2016 d'installer son siège régional dans un bâtiment disposant de la certification HQE (Haute Qualité Environnementale). Parallèlement, l'entreprise s'est doté en 2017 d'une série d'indicateurs environnementaux lui permettant de suivre avec précision sa consommation d'électricité, d'eau et de papier ainsi que sa production de déchets.

Lutter contre le changement climatique

Les émissions de CO₂ de Shiseido EMEA se sont élevées à 3629 tonnes en 2018 (calculées à partir de la base Carbone 2017 de l'ADEME). Ces émissions se répartissent de la manière suivante : 1,5% liée à la consommation d'énergie du siège de Shiseido EMEA, 8,3 % liées à la flotte interne de véhicules, 0,1% liée aux taxis, 0,2% liée aux coursiers, 0,2% liée aux serveurs informatiques et près de 89,6% liées aux déplacements aériens & ferroviaires de ses collaborateurs.

Cette année et pour la première fois, Shiseido EMEA a décidé de mesurer les émissions de CO₂ liées aux coursiers, aux taxis et à ses serveurs informatiques afin d'identifier l'impact de ces sources. A périmètre pro-forma, les émissions de CO₂ 2018 sont en hausse de 28% en raison exclusivement de la hausse de 34% des émissions de CO₂ liés au transport aérien des collaborateurs.

Les émissions de CO₂ liées à la flotte de véhicules et à la consommation d'énergie sont quant à elles en baisse attestant de l'impact des actions mises en place au cours de l'année sur ces deux postes. La politique voitures de fonction de Shiseido EMEA comprend ainsi une incitation financière permettant aux collaborateurs qui feraient le choix d'une voiture hybride ou électrique de bénéficier d'un bonus de 20 % sur le loyer de base. Les émissions de CO₂ des véhicules sont limités à 120g/km. En vue de limiter sa consommation énergétique, le siège de Shiseido EMEA est équipé de capteurs qui allument et éteignent automatiquement la lumière en fonction de la lumière



extérieure. De la même manière, la gestion de la climatisation et des systèmes de chauffage est automatique afin de garantir le meilleur niveau de confort tout en limitant la consommation énergétique du site.

Soutenir l'économie circulaire

Dans le cadre de ses activités, Shiseido EMEA développe des actions en vue de soutenir l'économie circulaire. Shiseido EMEA travaille à la fois sur les matières premières consommées et recyclées directement sur son siège et sur des projets d'éco-conception avec ses marques.

Convaincu que le meilleur déchet est celui qui n'existe pas, Shiseido EMEA s'efforce de diminuer sa consommation de matières premières liées à ses activités de bureau au premier rang desquelles sa consommation de papier. En 2018, le site a diminué sa production de déchets de 28% en comparaison à 2017.

Concernant le papier, Shiseido EMEA a un triple objectif : réduire la consommation de papier, assurer son recyclage et consommer du papier qui ne contribue pas à la déforestation. Le Groupe est engagé à consommer 100% de papier certifiés d'ici à 2020. En 2018, Shiseido a consommé 11,8 tonnes de papier, toutes issues à 100% de forêts durables permettant ainsi à Shiseido EMEA d'atteindre l'objectif fixé avec 1 an d'avance. La consommation de papier provient à 56% de la consommation de ramettes (dont 100% sont certifiées FSC) et à 44% des différentes publications internes et externes éditées au cours de l'année 2018. Sur l'année, Shiseido EMEA a recyclé plus de papier et de carton que ce qu'il en a consommé puisque 61 tonnes de papier et carton ont été recyclées en 2018. Cela s'explique par les systèmes de recyclage mis en place sur le site qui permet de diriger vers des filières de valorisation des papiers et cartons provenant de l'extérieur (courriers et publications reçues, mise à la poubelle de vieux stocks de documents, cartons de livraison...).

Au total, Shiseido EMEA a généré 85 tonnes de déchets. Au Restaurant Inter Entreprise du siège de Shiseido EMEA, géré par un prestataire externe, les collaborateurs de Shiseido EMEA ont la possibilité de faire le tri de leurs déchets. Les thématiques imposées par la réglementation relatives à l'alimentation responsable, équitable et durable et celles liées à la lutte contre le gaspillage et la précarité alimentaire ne sont pas pertinentes au regard de l'activité de BPI SA.

En complément des actions menées sur le site, l'année 2018 a été marquée par la réalisation des premières Analyses de Cycle de Vie au sein des marques de cosmétiques Issey Miyake et Dolce&Gabbana. Ces analyses ont été menées sur des produits iconiques des deux marques avec pour objectif d'identifier les forces et faiblesses desdits produits sur le plan environnemental. La réalisation de ces analyses a été menée pour aider les marques à mieux concevoir leurs futurs produits et pour les aider à identifier les gisements de réduction possibles sur les produits existants. Ces travaux ont permis de confirmer l'intérêt environnemental de travailler sur les emballages de parfums et notamment le verre. Les conclusions de ces travaux ont été partagées avec les équipes marketing mais également avec les équipes formulations & emballages.

Sur la base de ces travaux, l'équipe développement durable a travaillé en 2018 avec l'équipe emballages à la structuration d'une approche « packaging responsable » reposant sur trois piliers :

- L'optimisation du poids des emballages.
- L'intégration de matières responsables.
- Une conception qui facilite le recyclage des produits.

Cette approche a été validée tout début 2019 par le Centre d'Excellence Parfums et fera l'objet d'un déploiement tout au long de l'année.

Gagner la confiance de nos consommateurs autour des ingrédients utilisés

Shiseido EMEA place la confiance de ses consommateurs au cœur de la relation que l'entreprise et ses marques souhaitent nouer avec ses consommateurs. En matière d'ingrédients, Shiseido EMEA place la santé et la sécurité de ses clients au premier plan et s'assure ainsi de la qualité et de la sûreté de ces produits. L'entreprise dispose pour cela d'un service réglementation dont la mission est de s'assurer que les produits et leurs ingrédients ont été rigoureusement évalués avant leur mise sur le marché. Dans le cadre de l'écoute que Shiseido accorde à ses clients, l'entreprise va plus loin et veille également à mesurer que les ingrédients utilisés n'ont pas d'impacts négatifs sur le plan environnemental et sociétal.

C'est dans ce contexte que Shiseido EMEA travaille avec l'ensemble de ses fournisseurs d'huile de palme sur un plan de conversion visant à atteindre 100% d'huile de palme certifiée RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) d'ici à fin 2020. A fin 2018, 73% de l'huile de palme achetée en direct par la région EMEA disposait d'une certification



RSPO Mass-Balance. Ce travail est la contribution de Shiseido EMEA aux engagements pris par le Groupe Shiseido pour lutter contre la déforestation.

En matière d'ingrédients à risque, les équipes achats & développement durable de Shiseido EMEA ont supervisé en 2018 la réalisation d'une cartographie de l'origine du mica utilisé par les marques gérées par Shiseido EMEA. A travers cet exercice, Shiseido EMEA a souhaité mesurer la part de mica en provenance d'Inde, région du monde où des cas de travail forcé d'enfants ont été avérés. Ce travail a été mené dans le cadre des engagements pris par le Groupe Shiseido auprès de la *Responsible Mica Initiative* visant à éradiquer les cas de travail forcé dans les régions d'Inde d'où peut provenir le mica naturel.

Enfin, Shiseido EMEA est attentif aux ingrédients pour lesquels les consommateurs et les parties prenantes de l'entreprise peuvent avoir des interrogations. Dans un souci d'écoute et compréhension de ses préoccupations, Shiseido EMEA travaille avec ses fournisseurs sur la manière de formuler différemment ses produits tout en assurant la qualité et la sécurité attendus par les consommateurs. Ce travail d'anticipation est mené conjointement avec les équipes R&D du Groupe Shiseido basées en France, aux Etats-Unis et au Japon.

Respecter le bien-être animal

Depuis 2013, le Groupe Shiseido ne teste plus ses produits cosmétiques sur des animaux. Shiseido Groupe a établi des règles de sécurité internes basées sur des méthodes alternatives. En complément, le Groupe encourage de manière proactive les agences gouvernementales du monde entier à adopter officiellement des méthodes alternatives efficaces.

En complément, Shiseido EMEA a travaillé en 2018 avec Dolce&Gabbana sur l'origine des poils utilisés dans les instruments de maquillage de la marque. La division beauté de la Maison de mode italienne a ainsi pris l'engagement de n'utiliser que des poils synthétiques dans les nouvelles références qui seront mises sur le marché à compter de 2019.

AXE 2 - PROMOUVOIR LA BEAUTE SOUS TOUTES SES FORMES : L'ENGAGEMENT SOCIAL DE SHISEIDO EMEA

En ligne avec la stratégie PEOPLE FIRST du Groupe Shiseido, Shiseido EMEA considère que ses collaborateurs sont ses plus grands atouts pour atteindre les objectifs que l'entreprise s'est fixée. En 2018, les effectif de Shiseido EMEA étaient de 773 collaborateurs au 31 décembre 2018, à 99% basés en France (le 1% correspondant à des VIE basés en Europe). Les moins de 24 ans représentent 6 % des effectifs en CDI, 42 % des effectifs en CDI ont entre 24 et 30 ans , 41% des effectifs en CDI ont entre 30 et 40 ans, 30 % des effectifs en CDI ont entre 40 et 50 ans. 9 % des effectifs en CDI ont plus de 51 ans.

Favoriser la diversité

Le respect de la différence est une valeur forte de Shiseido EMEA. Cet engagement est inscrit dans la stratégie PEOPLE FIRST de l'entreprise et constitue également un engagement de l'approche développement durable de Shiseido EMEA. En matière de diversité, Shiseido EMEA a fait le choix de concentrer ses efforts autour de trois axes : la diversité culturelle, l'égalité Femme/Homme et l'acceptation du handicap.

La diversité culturelle est une priorité pour Shiseido EMEA dans le cadre de sa stratégie de recrutement et de mobilité dans un souci d'avoir à son siège des collaborateurs qui sont le reflet des communautés où les produits de l'entreprise sont vendus. Des efforts ont ainsi été menés en 2018 en vue d'attirer toujours plus de profils internationaux dans les locaux du siège. En 2018, le siège est ainsi composé de 37 nationalités au 31 décembre 2018. Des cours de langues étrangères et de langue française sont également proposés aux collaborateurs qui ont le besoin de se perfectionner (représentant 9% des heures de formation reçues en 2018) ou qui souhaitent découvrir une nouvelle culture. Compte-tenu des relations étroites qui unissent certaines équipes situées à Paris avec les équipes japonaises basées au siège du Groupe à Tokyo, Shiseido EMEA a mis en place des formations d'initiation à la culture japonaise. Celles-ci visent à favoriser les échanges et l'efficacité entre la région EMEA et le siège du Groupe.



L'égalité Femme/Homme est un sujet porté au plus haut par le Groupe Shiseido puisque le Groupe au Japon a signé un partenariat en 2017 avec UN Women dans le cadre de la campagne #HeForShe. Chez Shiseido EMEA, la part des femmes dans les effectifs atteint 83 %, dont 52% de managers. Pour autant, Shiseido EMEA peut observer un nombre de femmes moins important dans les positions de direction que dans les autres positions de l'entreprise. Face à ce constat, Shiseido EMEA a décidé de mettre en place le programme SHEseido portant sur le leadership au féminin. Face au succès du pilote organisé en 2017 avec 15 femmes, il a été décidé de lancer une nouvelle session en 2018 ouverte à 20 collaboratrices de la région EMEA. Plusieurs femmes travaillant au sein de Shiseido EMEA ont eu l'opportunité de participer à ce programme.

Alors même que l'emploi de personnes en situation de handicap est un sujet d'importance pour Shiseido EMEA, le nombre de travailleurs en situation de handicap est aujourd'hui extrêmement bas dans l'entreprise. En 2018, Shiseido EMEA comptait 3 travailleurs reconnus en situation de handicap dans ses effectifs. Fort de ce constat, il a été décidé en 2019 de revoir la stratégie de l'entreprise sur ce sujet et de mener des actions concrètes dans le but d'avoir des résultats dès fin 2019. Le siège de Shiseido EMEA est accessible aux personnes à mobilité réduite.

Assurer la santé et sécurité de nos collaborateurs

Shiseido EMEA s'engage à assurer la santé et la sécurité de tous les collaborateurs de l'entreprise aussi bien dans les locaux qu'à l'occasion de leurs déplacements professionnels. Dans les locaux, des exercices incendie ont ainsi été réalisés au siège de l'entreprise au cours de l'année 2018. 97 personnes ont bénéficié de formations incendies en 2018.

L'utilisation d'une agence de voyage unique est le moyen utilisé par Shiseido EMEA pour gérer les éventuelles situations d'urgence lorsque ses collaborateurs sont en déplacement. Via ce système, l'entreprise est en effet en mesure de connaître en temps réel le nombre de collaborateurs en déplacement ainsi que leur date et lieu de voyage.

Accompagner nos collaborateurs dans leur développement

Le développement des collaborateurs est un enjeu stratégique au cœur du plan stratégique VISION 2020 de Shiseido EMEA en raison du contexte concurrentiel dans lequel l'entreprise évolue et de la transformation actuelle au sein de l'organisation.

Dans le cadre de sa stratégie Ressources Humaines, Shiseido EMEA souhaite favoriser l'émergence d'équipes performantes, diversifiées et agiles, en capitalisant sur les forces uniques de chacun. L'objectif de la direction des ressources humaines est ainsi d'aider les collaborateurs de Shiseido EMEA à identifier leurs forces et les développer afin d'atteindre une performance individuelle et collective de haut niveau. En 2018, 10414 heures de formations ont été données aux collaborateurs de Shiseido EMEA dont 7660 dédiées aux développements des savoir-faire et savoir-être.

L'ensemble du plan de formation est construit sur la base des besoins recueillis durant les entretiens annuels d'évaluation qui se déroulent en début d'année. Afin de faciliter l'échange entre les collaborateurs et leurs managers, un nouvel outil RH, appelé MIRAI a été mis en place. Cet outil a été déployé tout au long de l'année 2018 et permet à l'ensemble des collaborateurs de Shiseido EMEA de disposer d'un seul et même outil sécurisé pour faire leurs démarches. Cet outil regroupe également l'ensemble de leurs informations personnelles.

En 2018, l'entreprise a signé un accord d'entreprise sur le temps de travail visant notamment à étendre le dispositif existant relatif au travail à domicile (Home Office).

Dans ses recrutements, Shiseido EMEA veille à favoriser la diversité de ses jeunes talents et soutient l'insertion professionnelle des jeunes. L'entreprise propose ainsi chaque année des contrats d'apprentissage et de professionnalisation à des étudiants qui bénéficient d'un suivi particulier de la part d'une personne de l'équipe ressources humaines de Shiseido EMEA.

En matière de développement durable et pour accompagner les collaborateurs dans l'acquisition de nouveaux réflexes et/ou compétences, de nombreuses séances de sensibilisation et d'information ont été menées en 2018 au sein des équipes. Le développement durable a également été intégré dans le catalogue de formation ouvert aux collaborateurs de Shiseido EMEA. Ce volet devrait se renforcer en 2019 avec la mise en place de formations différentes en fonction du niveau d'expertise attendu et des métiers.

Agir en faveur de nos communautés

Shiseido EMEA a reversé plus de 50 000 euros à des associations françaises en 2018 dans le cadre de ses engagements en faveur du milieu associatif. En 2018, un effort a été mené pour concentrer les actions de mécénat en faveur de la cause des femmes afin d'aligner les actions de Shiseido EMEA avec les engagements historiques du Groupe sur ce sujet. L'année 2018 a ainsi été marquée par :

- une nouvelle édition du "Charity Day" qui a offert à une centaine de collaborateurs la possibilité de passer une journée sur leur temps de travail au sein d'une des 8 associations sélectionnées pour l'occasion – toutes les associations ont pour but d'apporter un soutien à des femmes en situation de fragilité. Cet événement a connu un succès auprès des équipes qui ont exprimé pour 98% d'entre eux un sentiment d'utilité & d'enrichissement personnel suite à cette journée ; 100% d'entre eux se sont dits prêts à refaire le Charity Day en 2019.
- L'adhésion de Shiseido EMEA à l'association belle & bien, qui fait partie du réseau mondial *Look Good, Feel Better*. A travers cette adhésion, Shiseido EMEA s'est engagé à faire des donations produits à l'association dont la mission est d'organiser des ateliers de soins et de maquillages dans les hôpitaux français à destination de femmes atteintes du cancer. A travers cette adhésion, Shiseido EMEA vient rejoindre les engagements déjà pris par les entités du Groupe Shiseido basées en Allemagne, Angleterre, Espagne et Italie auprès du réseau local *Look Good, Feel Better*.

AXE 3 - DONNER DU SENS A LA BEAUTE : L'ENGAGEMENT ETHIQUE DE SHISEIDO EMEA

En ligne avec ses racines japonaises, Shiseido EMEA considère que l'éthique et l'intégrité sont des valeurs essentielles à respecter et considère donc que le développement de ses affaires doit être aussi beau que les produits développés par ses marques.

Lutter contre la corruption

En application de la loi Sapin 2, Shiseido EMEA a travaillé en 2018 sur la rédaction d'un programme complet visant à renforcer ses standards actuels en matière de lutte contre la corruption. Ce travail a amené Shiseido EMEA à réaliser une cartographie des risques de corruption sur son périmètre et à rédiger en conséquence un Code de conduite anti-corruption et des procédures de diligences associées. Ce travail a été réalisé en collaboration avec l'équipe risk management du Groupe Shiseido et piloté par la direction des ressources humaines. L'ensemble de ce dispositif s'appuiera également sur une nouvelle procédure d'alerte interne ouverte à l'ensemble des collaborateurs de Shiseido EMEA dès 2019.

Respecter les droits humain fondamentaux

En tant que filiale du Groupe Shiseido, Shiseido EMEA utilise le Code de conduite Fournisseurs du Groupe Shiseido comme document fondateur dans la relation qui lie l'entreprise avec ses fournisseurs. L'application du Code de conduite fournisseurs de Shiseido est assurée conjointement par les équipes Achats et développement durable de Shiseido EMEA. L'année 2018 a été marquée par la mise à jour par le Groupe du code de conduite fournisseurs. Dans le cadre de ce travail, Shiseido EMEA a été sollicité pour relire les différentes mises à jour proposées et pour également réaliser le suivi de la traduction du nouveau Code dans les langues parlées en Europe. La signature de ce nouveau Code a été lancée début 2019.

En complément de ce travail, les équipes achats et développement durable de Shiseido EMEA ont travaillé en 2018 à l'écriture d'une procédure renforcée en vue de mieux identifier les fournisseurs et/ou les commodités les plus à risques d'un point de vue éthique, social et environnemental. Ce travail a visé également la rédaction d'un programme de vérification de la qualité des usines des fournisseurs sur une base documentaire ou sur la base d'audits menés dans les sites. L'ensemble de ce dispositif sera présenté au Comité Exécutif de Shiseido EMEA en 2019.

Protéger les données personnelles qui nous sont confiées

Shiseido EMEA accorde une grande importance à la protection des données personnelles de ses consommateurs finaux, prospects, clients, employés, candidats, et autres parties prenantes avec qui Shiseido interagit. En 2018, un poste de Data Protection Officer a été créé afin de piloter la mise en conformité de Shiseido EMEA au nouveau Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Le Data Protection Officer bénéficie du support d'un réseau interne de personnes relais, au sein de chacune des principales filiales de la région EMEA de Shiseido.

Dans le cadre du programme de conformité au RGPD, les politiques de confidentialité, mentions d'information, modalités de recueil du consentement et de dépôt de cookies ont été mises à jour sur les sites internet des différentes marques du Groupe. Une politique de confidentialité destinée aux candidats a également été mise en place. Plus d'une dizaine d'ateliers de formation et de sensibilisation seront organisés en 2019.

Plus de 150 processus et activités impliquant une utilisation de données personnelles ont été identifiés dans le cadre de l'audit des traitements de données personnelles de Shiseido EMEA.

Soutenir l'Art et la Culture

Depuis son origine Shiseido cultive et soutient les arts. La famille Fukuhara fondatrice de la marque avait un désir fervent de voir art et science s'unir et leur passion pour l'art, la culture et le design européen s'est illustrée naturellement dans l'expression graphique de la marque. En 1919, Shinzo Fukuhara, premier président du Groupe Shiseido et fils du fondateur, ouvre une galerie d'art au siège de l'entreprise au Japon qui marque la première étape d'une longue histoire de mécénat artistique et culturel. Un siècle plus tard, cette galerie encore ouverte est considérée comme la plus ancienne du Japon.

En 2018, la France et le Japon célébraient les 160 ans d'amitié et de relations diplomatiques. Les deux nations ont organisé l'exposition « Japonismes 2018: les âmes en résonance », un festival d'art et de culture japonais organisé à Paris et dans plusieurs villes de France, où plus de 3 millions de visiteurs ont ainsi pu découvrir la diversité de la culture japonaise. Shiseido EMEA a naturellement participé à cette manifestations via différentes initiatives :

- Au *Musée des Arts Décoratifs*, Shiseido EMEA a soutenu financièrement en tant qu'unique mécène Beauté, l'organisation de l'exposition « Japon – Japonismes, Objets inspirés 1867-2018 » où près de 1500 œuvres ont été exposées dont certaines issues du musée Shiseido Collection.
- Shiseido EMEA a également soutenu la plateforme *Asia Now* consacrée à la scène artistique asiatique entend présenter la diversité et la vitalité de la scène contemporaine japonaise en tant que sponsor du vernissage VIP de l'exposition le 16 octobre 2018.
- A Paris, sur le parvis de l'Hôtel de Ville, la Ville de Tokyo en partenariat avec Shiseido, a invité les Parisiens et touristes à découvrir un pavillon *Furoshiki* géant éphémère. Technique d'emballage traditionnelle, le *Furoshiki* consiste en un pliage d'un carré de tissu autour d'objets, qui s'est installé au fil des siècles dans la vie quotidienne des Japonais. Certaines des pièces exposées ont été dessinées par des designers de Shiseido basées au siège à Tokyo.

Note méthodologique

Le contenu de ce document a été élaboré sur la base d'indicateurs sélectionnés de façon à rendre compte des principaux impacts économiques, sociaux, sociétaux et environnementaux des activités de BPI SA, une des entités juridiques françaises qui constitue l'entreprise Shiseido EMEA. Le périmètre des données mentionnées ci-dessous couvre la période du 1er janvier au 31 décembre 2018. Dans la mesure du possible, BPI SA s'est attaché à communiquer des données comparables (données pro-forma). Les indicateurs ont été collectés, calculés et consolidés avec l'appui d'outils informatiques dédiés pour les données sociales (MIRAI) et d'un outil Excel pour les données relatives à la formation et les données environnementales. Le protocole de reporting environnemental rédigé en 2017 a été mis à jour en 2018, notamment les facteurs d'émissions. Il regroupe l'ensemble de la méthodologie utilisée pour collecter, vérifier et consolider les données environnementales. L'ensemble des informations a fait l'objet d'une vérification de la part de KPMG, commissaire aux comptes de BPI SA, désigné comme Organisme Tiers Indépendant .