

A close-up photograph of a hand holding a bunch of yellow flowers, likely chamomile, in a field. The background is a soft-focus field of similar flowers. The text 'L'OCCITANE Group' is written in a white, elegant script font, and 'CARES' is written in a large, bold, white sans-serif font below it.

L'OCCITANE *Group*
CARES

.....

二零一九財政年度
環境、社會及管治
報告

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Melvita



erborian
KOREAN SKIN THERAPY



L'OCCITANE
AU BRÉSIL



LimeLife by Alconé

ELEMIS

本報告所載資料涵蓋L'OCCITANE集團以及旗下五個品牌L'OCCITANE en Provence、Melvita、Erborian、LimeLife及L'OCCITANE au Brésil自二零一八年四月一日起至二零一九年三月三十一日止財政年度的所有活動。自二零一九年三月起成為本集團一部分的品牌Elemis並無納入本報告範圍。

此處所呈列的數據主要與L'OCCITANE集團的法國附屬公司Laboratoires M&L（負責L'OCCITANE en Provence、Melvita及Erborian產品配方、生產及主要物流）有關。所提供超出該範圍的資料將會明確列明。於本報告內，「本集團」一詞將用於指L'OCCITANE集團。



.....

概要

致辭

序言

本集團與可持續發展

- 01 推動可持續採購及購買
- 02 配製負責任產品
- 03 減少我們價值鏈的
環境足跡
- 04 確保僱員福祉及
專業發展
- 05 致力推行帶來正面影響的項目

附錄

致辭

REINOLD GEIGER 的話

L'OCCITANE 集團行政總裁

對於 L'OCCITANE 集團而言，二零一九財政年度標誌著企業社會責任(CSR)的一個轉折點。通過加強保護生物多樣性及對抗塑膠垃圾的行動，我們決心應對本世紀兩項重大挑戰。

本人深感自豪，L'OCCITANE en Provence以確定其承諾的六個支柱為指引，以便將可持續發展納入其策略核心。我們的可持續發展政策現已得到本集團全體員工的支持及體現。

為確保承諾的相關性，我們已更新我們的重要性分析。我們已對必須作出回應的事項重新排列優先次序，以便調整我們的CSR政策，使其盡可能貼近所有持份者的現有期望。

年內，我們亦推出若干旗艦項目(如與Loop Industries的多年合作關係)，以加大我們在塑膠用途方面採納循環經濟模式的力度。此合作關係將支持我們過渡至100%可持續PET¹塑膠。我們的目標明確：於二零二五年前實現L'OCCITANE en Provence瓶子使用100%回收塑膠。

此外，我們的團隊正透過多個合作夥伴及植物成分(蠟菊、薰衣草、乳木果油等)供應鏈幫助保存1,000種植物物種及品種。

在行業深化改革的背景下，本集團將其僱員培訓計劃進行整合。確保員工能夠在職業生涯中發展及提高技能對我們至關重要。

最後，除企業責任行動外，本集團亦繼續其慈善活動：例如，支持女性創業及賦權以及L'OCCITANE en Provence的歷史性目標對抗可預防性失明。

¹ PET是一種塑膠，又稱聚對苯二甲酸乙二醇酯。

序言

在近90個國家有據點，本集團設計、製造及分銷高端美容產品。於二零一八年一月收購 LimeLife (前稱 LimeLight by Alcone) 及於二零一九年三月收購 Elemis 後，旗下有六個品牌：

- **L'OCCITANE en Provence**，創立於一九七六年，提供涵蓋天然成分的香氛以及護膚、身體護理及頭髮護理產品，大部分均於南法生產。
- **Melvita** 由一名養蜂人於三十年前成立，提供符合 Cosmebio 有機標籤及獲 Ecocert 認證的 100% 有機美容產品。
- **Erborian** 開發結合護膚及化妝品的混合產品，受到韓國傳統藥典及產品配方技術所啟發。
- **L'OCCITANE au Brésil** 於二零一三年成立，提供一系列香氛以及頭髮護理及身體護理產品，推動巴西天然財富及文化豐富性。
- **LimeLife** 為美國美容及化妝品牌，通過其網站及「美容顧問」銷售產品。
- **Elemis** 為於一九九零年成立的高端護膚品牌。其美容產品將前沿技術與功效強大的天然成分相結合。該品牌透過其網站及批發商向各分銷渠道(電子商務、零售、QVC、專業水療及郵輪)銷售產品。收購 Elemis 使集團得以提升其在包括互聯網在內的所有渠道的分銷能力，及擴大其產品範圍，尤其是護膚品。

L'OCCITANE en Provence、LimeLife 及其他品牌 (Melvita、Erborian 及 L'OCCITANE au Brésil) 分別佔本集團營業額的 87%、6% 及 7%。

本集團業務結構可分為兩個主要範疇：

- 轉售銷售(佔銷售總額 25%) 集中於本集團設計及製造的產品，並售予如多品牌美容用品店、酒店及機場候機樓直銷店等分銷商。
- 直銷銷售(佔銷售總額 75%) 涉及透過本集團自營店舖網絡及網上分銷渠道向消費者直接銷售產品。

二零一九財政年度

主要數據

- 六個品牌
- 合併收益 1,426.9 百萬歐元
- 1,572 間店為本集團自營店
- 超過 10,845 名僱員，超過 9,000 名全日制工作人員
- 在約 90 個國家有據點

公司地址

- 盧森堡：總部
- 瑞士：總辦事處
- 香港：證券交易所上市

由於本集團於香港聯交所上市，故每年須刊發若干社會、環境及管治資料。本集團亦須就刊發非財務資料及有關多元化的資料及於二零一六年七月將有關資料轉換為盧森堡法律而遵守 2013/34/EU 歐盟指令條文。

本報告目的為履行有關非財務報告責任。提述表格列出香港聯交所規定，並於本報告末作為附錄提供。



L'OCCITANE 集團與可持續發展

本集團及其品牌可持續發展策略

本集團可持續發展政策以三個主要方向為基礎：

- **尊重環境及生物多樣性：**我們希望在整個價值鏈(從配方到分銷)減少我們的環境影響，及保護我們經營所在區域的生物多樣性。
- **資助社區：**與生產商合作開發可持續及本地供應鏈。
- **提升產品安全及質素。**

該等優先策略獲得我們二零一七年制定的**企業責任政策**的支持。其基於以下主要原則：

- **道德：**非政治取向、正直、保障私隱及個人資料²、防止貪污、負責任的原材料採購、保護知識產權、遵守稅收義務。
- **互相尊重工作環境：**合適工作時間、結社自由及集體談判權權利、消除不安全工作、反對歧視及禁止強制勞工及童工。
- **健康及安全：**保障消費者健康及職業衛生、防範工作相關疾病及工作場所意外。

企業責任政策推廣至所有持份者(僱員、供應商及合作夥伴)並可進行審計以確保遵守本集團的政策。

非財務風險分析及持份者對話

於二零一九財政年度，為重新評估本集團面臨的問題及其內部及外部持份者的期望，本集團更新了重要性分析。此次更新將使本集團得以調整其於二零一九至二零二零財政年度的CSR政策。

確定為高度優先處理的問題如下：

- **產品：**配方的安全性、產品的生態化及社會化設計、負責任的消費者溝通及資料。
- **環境足跡：**配方的環境影響、保護生物多樣性。
- **供應鏈：**負責任的供應鏈、負責任的原材料採購。
- **人力資源：**發展人力資本。
- **道德：**道德及打擊貪污、與持份者對話。

本報告所討論的上述問題將為CSR策略的演變及與持份者對話提供資料。其亦將有助於更新下文呈列的非財務風險分析。

聯合國全球契約

Laboratoires M&L(負責品牌L'OCCITANE en Provence、Melvita及Erborian配方、生產及主要物流的法國附屬公司)自二零一一年起一直是聯合國全球契約(United Nations Global Compact)的簽署方。根據該計劃，公司誓言尊重有關人權、工作環境、環境保護及打擊貪污等十項核心原則。

² 保密方面，本集團及其僱員承諾，根據本地及國際法律對其業務活動範圍內獲得的所有資料保密，包括個人資料及客戶及供應商傳遞的資料。



主要非財務風險

風險類別	風險例子	所推行政策及行動	表現指標
有關產品風險	<ul style="list-style-type: none"> 使用對人體健康或環境有不良影響的成分 有關消費者健康及安全等理由而召回產品 失去CSR認證（Cosmebio有機標籤、ESR標準等） 	<ul style="list-style-type: none"> 監察規例 質量控制檢查 原材料憲章 L'OCCITANE天然實驗室 配方可持續發展 為Melvita品牌取得Cosmebio有機標籤 	<ul style="list-style-type: none"> 有關消費者健康及安全等理由而召回產品數目 配方生物降解能力 天然來源產品成分百分比（目前正進行重新定義）
有關工廠對環境影響風險	<ul style="list-style-type: none"> 工廠產生污染物 	<ul style="list-style-type: none"> 環境管理系統及ISO 14001認證 對排放到空氣及水的廢物進行檢查 廢物減少及再回收 RE100承諾（100%可再生能源） 	<ul style="list-style-type: none"> 水及能源消耗 廢物產生及處理類型（堆填區、焚化、循環再造） 溫室氣體排放 使用可再生電力的處所百分比
有關供應鏈風險	<ul style="list-style-type: none"> 供應商或分包商不遵守人權責任 供應商或分包商產生污染物 無法取得主要原材料 	<ul style="list-style-type: none"> 集團CSR政策 審核供應鏈風險 按CSR評估供應商 與生產商訂立多年期合約 主要原材料獲有機及公平貿易認證 	<ul style="list-style-type: none"> 按CSR評估供應商百分比 多年期合約涵蓋的生產商數目 獲有機或公平貿易認證的主要原材料百分比
有關人力資源風險	<ul style="list-style-type: none"> 侵犯人權行為（歧視、欺凌等） 工作場所意外 裁員計劃 	<ul style="list-style-type: none"> 集團CSR政策 多元化憲章 OHSAS 18001認證 意外防範及工作場所安全計劃 內部工作委員會 	<ul style="list-style-type: none"> 曠工率 曠工頻率及嚴重性
有關道德風險	<ul style="list-style-type: none"> 欺詐行為（貪污、稅務欺詐等） 	<ul style="list-style-type: none"> 道德憲章 採購道德守則 	<ul style="list-style-type: none"> 貪污法律訴訟數目



L'OCCITANE en Provence 品牌的承諾

繼 L'OCCITANE en Provence 的 CSR 策略具體實施工作後，本集團公佈該品牌的六項承諾，具體目標如下：



尊重生物多樣性：
於二零二五年前協助保護 1,000 個植物物種及品種。



支持生產商：
於二零二五年前與所有作為直接供應商的生產商建立公平貿易關係。



減少廢物：
於二零二五年前將所有瓶子使用 100% 回收塑膠，並在本集團全球 100% 的自營店舖提供回收服務。



對抗可預防性失明：
於二零二零年前使一千萬名眼科保健患者受益。



支持女性領導：
於二零二零年前支持 33,000 名女性的社會經濟發展。



推廣工藝：
支持工匠及分享技能。



業務道德及打擊貪污

於二零零九年，本集團採納一項道德憲章，為其所有僱員制定行動及行為原則，目前仍在施行。

二零一九年正式為採購團隊建立專門的道德守則。

於二零一九財政年度，本集團並未涉及任何有關貪污的法律訴訟。

L LimeLife by Alconne · Paraben Free · Cruelty Free · Worry-Free Skin Care





推動可持續
採購及購買

01

負責任的購買政策

本集團政策陳述

本集團持續致力於確保其採購的所有原材料及產品的可溯源性、可持續性及質素。除確保其供應鏈外，本集團旨在找出相關度最高的供應商，以進行創新及加強承擔。

於二零一八年，本集團成立了負責任的採購崗位。其首要任務是對企業社會責任風險最高的類別及國家進行採購方面的企業社會責任風險管理，並鞏固本集團全球可持續採購政策。

Laboratoires M&L及本集團主要分銷附屬公司採購團體的全體僱員均已簽署企業責任政策，並已接受將企業社會責任事宜融入採購過程的培訓。

採購團隊有專門的道德守則，訂明如何應用企業責任政策的道德原則。

三年期間，L'OCCITANE en Provence及Melvita 100%的採購者均已接受有關負責任的採購及生態設計方面的培訓。

評估供應鏈的社會及環境風險

於過往三年，本集團在評估其供應鏈社會及環境風險時重點關注三個風險類別：商品、傢具及促銷品。

於二零一八年底，於該等類別採購不使用任何高風險供應商的目標已基本達成。二零一七年至二零一八年就企業社會責任而言被視為高風險的105家供應商中，僅有三家未被排除在供應商小組外。針對該等合作夥伴所採取的方法是為了支持其改善企業社會責任風險管理的計劃。中等風險供應商可能需要有針對性的行動計劃。

評估Laboratoires M&L供應商的企業社會責任

詳細的企業社會責任評估涵蓋直接採購的**18%**，即較二零一七年高出6個百分點。

目標區域內**98%**的供應商承諾遵守企業責任政策。



供應商評估乃基於文獻審查及關鍵指標分析框架。在法例規定與歐洲不同的地區，供應商或須具備由第三方組織根據國際認可標準（如BSCI、SMETA或SA 8000）進行的社會及環境審計報告。為了識別及減低在整個集團的供應鏈中的企業社會責任風險，集團於二零一九年將企業社會風險製圖。

L'OCCITANE en Provence店

二零一八年，「零售及概念」團隊知悉店舖負責任的採購慣例（生態設計的傢俱、模塊化、材料的環境足跡等）。我們已制定一份列出材料對環境影響的指南，並將於二零一九年舉辦旨在將生態設計融入到店舖理念的研討會。

於二零一九財政年度 按地區劃分的Laboratoires M&L 直接採購的分佈 (按購買額計)

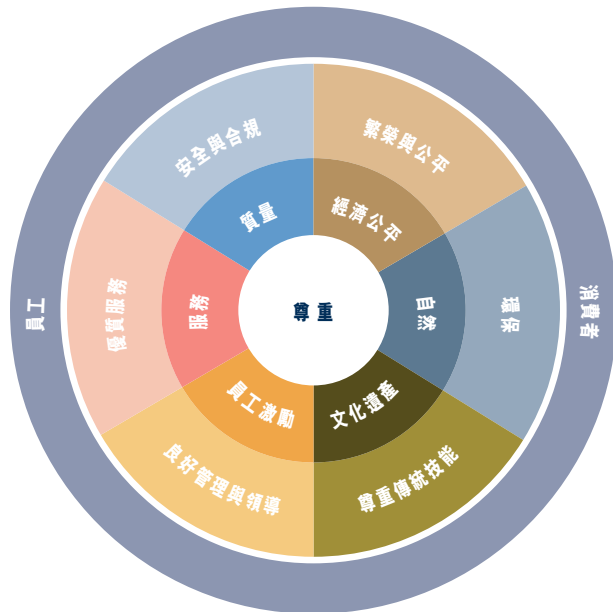
73% 於歐洲

25% 於亞洲

2% 於非洲



主要原材料可持續採購



可溯源性對主要原材料，以及我們系列產品中的主要有效成分極其重要。為評估有關主要成分的可持續性，本集團已根據集中於安全及質量、經濟公平性、尊重環境、尊重傳統技術及文化傳承、管治及管理，以及與生產商的業務關係等準則制定評估工具。

可持續採購的專門部門

本集團其中一項戰略挑戰為保護及加強植物供應。此一方面意味著保護植物物種及生物多樣性，另一方面意味著在分享增值、促進當地供應渠道、保存傳統技術及發展本地社區及地區的基礎上與生產商建立長期合作關係。

一支九名僱員的團隊特別專門管理 L'OCCITANE en Provence、Melvita 及 L'OCCITANE au Brésil 品牌的主要天然供應鏈。有關稱為「可持續社區」的內部策略的目標如下：

- 讓本集團有責任地創新，使用天然成分；
- 確保長期主要供應鏈，同時亦確保最高度的可溯源性；
- 保存生物多樣性；
- 在生產商地區發展擔當角色。

66條策略性供應鏈

本集團二零一九年三月底前開發。





主要原材料為本集團作出的重大承諾對象：

- 對於分類為敏感的原材料，即稀有植物及供應鏈不確定的植物，本集團確保點對點可溯源性，並與生產商於植物收割前就購買數量達成承諾。可就植物耕作、個別成分處理方法或特定質量準則與相關生產商界定一套特別要求。例如，已對桃金娘及牡丹的規格作出規定。
- 對於構成本集團產品系列旗艦成分的主要原材料，本集團與生產商預先協定根據固定購買量及價格的多年期合約，亦可向生產商提供首期款項或零息貸款。此類別包括上普羅旺斯薰衣草(原產地命名保護)、科西嘉有機蠟菊或公平貿易的布基納法索有機乳木果油。

此外，只要我們的合作夥伴能夠提供該等資料，我們就會逐步對所有其他植物或植物原材料進行審查，以便提高其可溯源性，追溯至其生產國，甚至是其耕種地。

就L'OCCITANE en Provence及Melvita品牌而言，截至二零一九年三月底，主要原材料佔：

植物原材料總量的**9.8%**

購買成分總值的**12%**



支持生產商及本地社區

本集團原材料採購策略使其能夠支持生產商經濟發展以及生產商所位處當地地區。本集團支持家庭農業，其有助於保護地區及傳統技術。我們支持本地採購、與生產商簽訂多年期合約及採取公平貿易舉措。

L'OCCITANE en Provence 及 Melvita 系列的五種成分獲公平貿易認證，並獲「Fair for Life」認證³：乳木果油、摩洛哥堅果、橙花、芝麻油及椰子油。

L'OCCITANE en Provence 及 Melvita 品牌承諾所有主要原材料均於二零二五年前獲公平貿易認證。

對於主要原材料，L'OCCITANE en Provence、Melvita 及 L'OCCITANE au Brésil 品牌與主要原材料生產商訂立為期二至十年的多年期合約，於期內保證固定收入。

有關合約設定了最低購買價格及／或量，令本集團作出承諾預先支付收成，使生產商獲得期內所需的現金流。於二零一九財政年度，預付款項佔 L'OCCITANE en Provence 及 Melvita 品牌主要原材料整體預算 40% 以上。



本集團的其中一項主要成分—科西嘉蠟菊項目中亦採取此做法。L'OCCITANE en Provence 與九名蠟菊生產商及提煉廠簽訂介乎五至七年的合約，並預先支付所有收成成本 80%。對於乳木果油，預付款項可涵蓋收成前乳木果油價格的 80%。對於摩洛哥堅果，預付款涵蓋油價的 50%。

此外，本集團提倡非獨家性合約，讓生產商保持其獨立性並擴大其收入來源。本集團亦支持生產商轉為更加環保及有機的耕作方式。

於二零一九年，本集團發起創建團結基金，以於發生特殊事件時（例如生產商遭受自然災害的打擊時）支持生產商。



95%的土地

用於關鍵原成分（或 4,731 公頃）獲有機認證。



L'OCCITANE au Brésil : 利益共享



作為名古屋議定書執行工作的一部分，L'OCCITANE au Brésil承諾共享採用巴西生物多樣性所產生的利益。採取環保或發展措施的項目已展開，與當地社區分享利益。自二零一四年起，已開發本地及有機農作物，並為農林間作地區的結構提供資金。措施亦包括為兒童開設一間書店，協助本地手工藝品的生產及營銷，以及兒童製瓷項目。

³ 「Fair for Life」標準乃根據多項核心承諾而定，分類為下列主題：公平(確保生產商獲得可觀薪金的公平價格)；社會方面(尊重人權、良好工作環境、集體談判權權利)；環境(可持續耕種慣例)；可持續當地發展(按當地情況訂制的發展項目)；以及培養穩固、長期商業合作。

保存生物多樣性

• 與法國 IUCN 合作的生物多樣性研究

在本集團與法國 IUCN⁴ 合作的第三年，Laboratoires M&L 簽署與法國 IUCN (國際自然保護聯盟) 合作創建的「Act for Nature」的集體承諾。

本次合作目標有兩重：確定 L'OCCITANE en Provence 品牌活動對生物多樣性的影響；及支持法國 IUCN 的項目。

本次合作使 L'OCCITANE en Provence 得以實施保護生物多樣性的行動計劃。

過往三年的研究表明，L'OCCITANE en Provence 活動對生物多樣性的主要影響是其原材料採購。這促使品牌制定一項行動計劃，以改善原材料的可溯源性，確保其供應不會對生物多樣性造成威脅。

現時，法國 IUCN 繼續就多個項目向本集團提供意見，例如對刺柏⁵ 的資源管理計劃。

• 遵守名古屋議定書

名古屋議定書為旨在確保遺傳資源獲取與公平平等分享使用惠益的國際性協議。Laboratoires M&L 與 Union for Ethical Biotrade (UEBT) 合作，確保其行動遵守本議定書及改善天然成分的可追溯性：

- 在無原產地證書的情況下，Laboratoires M&L 不接受含有天然來源成分的新原材料。
- 倘原材料不符合名古屋議定書的國家規定，將會被拒收。
- 創建數據庫，記錄 Laboratoires M&L 所使用的 600 種天然原材料中每一種成分的產地。

• 推動供應鏈生物多樣性的舉措

保存生物多樣性為本集團可持續供應鏈政策的重要一環。我們推廣本地品種，以適應各地區，支持認證有機成分及使用 RSPO⁶ 認證購買含有棕櫚油的原材料。

在本集團 66 條主要供應鏈 (不包括 Erborian 及 LimeLife) 中，42 條獲認證為有機。Melvita 品牌已獲全部 Cosmebio 認證，最少 95% 原成分認證為有機。

截至二零一九年三月底，

本集團 95% 主要供應鏈

(不包括 Erborian 及 LimeLife) 獲有機認證。

Laboratoires M&L 與其當地合作夥伴共同制定了可持續收成憲章，旨在保護部分植物棲息地的完整性。迄今為止，該憲章已獲我們所有的收成合作夥伴簽署。就乳木果、摩洛哥堅果、刺柏、桃金娘、玫瑰果及繡線菊供應與本集團品牌合作的 17,000 名收成方即是如此。

在社會及環境影響方面，棕櫚油一直為爭議主題，特別是有關森林砍伐及對瀕危動物棲息地的破壞。Laboratoires M&L 不會於其配方直接購買或使用棕櫚油。然而，香梘及部分衍生產品等若干產品可能含有棕櫚油⁷。自二零一一年起，Laboratoires M&L 一直為 RSPO 成員，RSPO 為旨在推動及認證棕櫚油可持續生產的非牟利組織。二零二零年前目標為全部存在於原材料的棕櫚油以達致 RSPO 認證。

截至二零一九年三月底，

Laboratoires M&L 有 93%

存在於原材料的棕櫚油獲 RSPO 認證。

Laboratoires M&L 亦承諾於二零二五年前將其棕櫚油消耗量減少 25%。目前，正在探索包括生產不含棕櫚油的香梘的可能。

• 應對氣候危機及促進培育生物多樣性

保護生物多樣性與氣候危機之間存在密切的聯繫。部分物種，如薰衣草，會受到乾旱的影響，而農作物害蟲則不再受冬季寒冷時期的壓制。本集團通過重點關注地區、優先考慮當地品種及保護作物多樣性，確保各條供應鏈的抗禦能力。

此外，於二零一九年至二零二零年，本集團與 PURProjet 建立合作關係，以支持本集團經營所在國家的重新造林項目。

本集團眾多項目及合作與該等行動互補：

- Conservatoire méditerranéen partagé (Shared Mediterranean Conservatory) 是一個由組織、機構及生產商組成的社區，致力於保護及推廣地中海週邊種植區域的植物及植物品種。
- France Amande 是法國第一個杏仁種植者跨專業聯盟，其目標是在法國復耕 2,000 公頃杏仁樹，以恢復可持續生產。
- Fonds de dotation de sauvegarde de la lavande de Provence (Endowment Fund for the Protection of Lavender in Provence)，是首個對抗疾病的項目，已於二零一八年結束，其下一階段的重點是減少化石能源消耗及二氧化碳排放。

Les vergers de L'OCCITANE ([L'OCCITANE Orchards])

為提高認知，使員工參與保護其主要供應鏈的生物多樣性，Laboratoires M&L 啟動「Les vergers de L'OCCITANE」項目：每名資歷為三年的員工均可以其自身名義與當地生產商一起種植一棵普羅旺斯杏仁樹。



- 4 國際自然保護聯盟法國委員會(Union internationale pour la conservation de la nature en France、UICN)。
- 5 刺柏是一種小喬木或灌木，通常生長於地中海沿岸地區。
- 6 棕櫚油圓桌倡議組織。
- 7 棕櫚油可在提取過程中進行分餾，生成固態或液態棕櫚油衍生物。





配製負責任
產品

02

提升產品安全及質量

本集團對消費者的主要責任為保證美容產品質量及安全。多項措施以確保整條價值鏈內美容產品質量及安全經已落實。

本集團於出售產品的各個國家及地區設立了積極監察系統以追溯有關成分、化妝品及食品的規例變動。

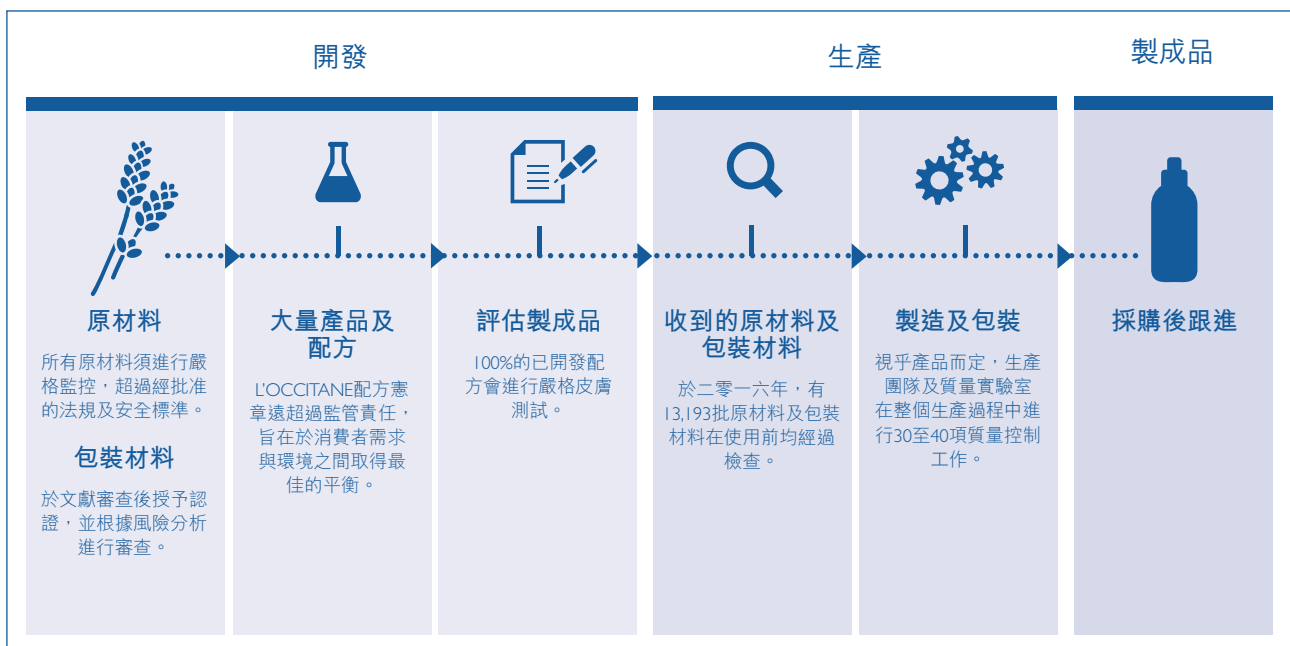
這讓本集團預料未來監管變動，因而確保其產品符合國際標準。

在更廣泛層面上，於產品開發流程各步驟進行質量檢查：由收取原材料及包裝項目、至配製及製造，直至製成品。

於二零一九財政年度，L'OCITANE en Provence、Melvita、Erborian或L'OCITANE au Brésil品牌出售的產品並無由於對消費者安全有不良影響或威脅而召回或收回。



於整個設計週期，定期獲監控的產品



環保產品設計

L'OCCITANE集團品牌相信天然化妝品的益處。本集團致力加強產品天然含量及生物可分解特質，同時亦支持可持續供應鏈。

配方憲章作為公司內各支團隊指引，亦由與Laboratoires M&L在開發更天然配方合作的供應商及分包商所用。其釐定配方須遵守規則，並包括禁用及優先成分名單。該憲章是基於現有規例及自願承諾訂立。

本集團亦設有L'OCCITANE天然實驗室，集中於改善全新及現有配方。對於L'OCCITANE en Provence產品的每項配方或重新配方，本集團會根據多項準則給予環保設計評級：所用天然成分比例、所用對環境構成風險的成分數量、配方所用成分數目，以及生物可輕易分解的成分百分比。

此外，Laboratoires M&L從綠色化學中汲取靈感，使用綠色溶劑(如水或植物油)及綠色提煉方法(如超聲波及超臨界流體或酶水解)以提取其活性成分。此外，副產品(提取過程中產生的物質)被回收為廢物或重複提取。

於二零一九年，為符合國際準則規定及超越其規格，Laboratoires M&L採納定義「天然來源」的ISO 16128標準。Melvita品牌即是如此，其已全部獲得Cosmebio認證，該認證施行比ISO 16128準則更嚴格的要求；同樣，L'OCCITANE en Provence品牌已禁用對經基苯甲酸酯或基因改造生物體。

68%的沖洗產品

L'OCCITANE en Provence達到生物可分解性標準。

本集團越來越重視配方的生物可分解性，並逐步替代矽化合物或防腐劑等合成成分。L'OCCITANE en Provence品牌目標為全部沖洗產品所用生物可分解成分百分比於二零二零年前達至95%。



L'OCCITANE en Provence承諾審查其配方，作為其生態設計方法的一部分，逐步取代某些成分：

- 於二零二零年前，環矽氧烷 (D5) ，
- 於二零二二年前，零售香梘中的棕櫚油，
- 於二零二三年⁸前，苯氧乙醇。

於二零一九年三月底，L'OCCITANE en Provence系列

86%的產品不含矽化合物

77%的產品不含苯氧乙醇

目前生產的B2B Verbena酒店系列不含苯氧乙醇、矽化合物、著色劑、礦物油；淋浴啫喱、洗髮水及護髮素含有98%的生物可分解成分。此外，LimeLife的Perfect Sunscreen是含有有機植物成分的防曬霜，尤其是不會對珊瑚造成損害。

為以公開方式告知消費者，配方憲章已於本集團網站及L'OCCITANE en Provence品牌網站刊發。該憲章列出所有配方中所使用、禁止或限制的成分。Erborian正致力於建立一個類似的憲章。

⁸ 生產年份

環保設計包裝

L'OCCITANE 集團意識到包裝對環境的影響。我們的目標為加快產品的環保設計及減少環境足跡。

本集團可持續包裝策略包括下列各項：

- 減低包裝重量；
- 使用循環再造或可再生材料；
- 使用可輕易分離可循環再造材料及成分以簡便廢物分類；
- 為消費者提供可再補充容器(環保補充裝)。

L'OCCITANE en Provence 及 Melvita 正在研究不同的解決方案，以消除不必要的包裝或提供更可持續的替代品：

- 使用 FSC 認證的家居可降解薄膜⁹替代產品包裝中的玻璃紙；
- 減少樣品包裝；
- 電子商務只使用紙板包裝；
- 於二零二一年前，L'OCCITANE en Provence 承諾不再對其產品使用塑膠抹刀，並向門店供應由可持續材料制成的抹刀。

新塑膠經濟

為使減輕包裝對環境影響的承諾正式化，L'OCCITANE 集團於二零一八年十一月簽署了 Ellen Macarthur 基金會的新塑膠經濟全球承諾。

L'OCCITANE en Provence 多年來一直致力於提高瓶子的可回收塑膠比例。目前，該比例為 24%，而我們的目標是於二零二五年前達致 100%。

我們與 Loop Industries 的承諾

Loop Industries 與 L'OCCITANE en Provence 於二零一九年二月就供應 100% 可持續性 Loop™ 標誌的 PET 塑膠簽署多年期協議。根據該協議，品牌將於二零二二年前開始將該塑膠融合至其包裝瓶，使我們能夠於二零二五年前將門店所出售的容器中回收塑膠的比例提高至 100%。

L'OCCITANE en Provence 正在為其部分暢銷產品推廣使用環保補充裝。與傳統容器裝相比，補充裝節省高達 90% 的材料，並減少產品運輸過程中的二氧化碳排放。我們的目標是於二零二一年前為 L'OCCITANE en Provence 品牌提供 25 種環保補充裝，從而減少 10% 的塑膠供應。

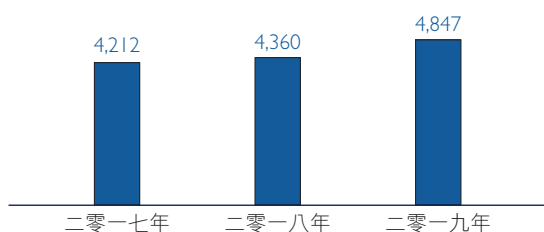
L'OCCITANE en Provence

產品現有 15 種環保補充裝：使我們於二零一九財政年度節省 **152 噸** 材料。

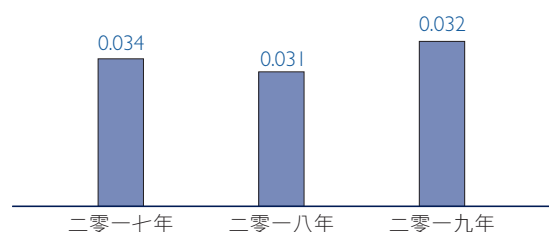
LimeLife 補充裝腮紅盤

LimeLife by Alcone 提供 100% 可回收及補充裝彩妝盤。客戶可自由選擇想納入彩妝盤的色調，並在使用時隨時替換。該定制化過程減少了 30% 的廢物。

Laboratoires M&L 包裝材料消耗量
(按噸計)



Laboratoires M&L 包裝材料消耗集中度
(按所生產噸/千單位計)



⁹FSC 認證 – 森林管理委員會 – 旨在促進世界各地負責任的森林管理。



減少我們價值鏈
的環境足跡

03



保護天然資源

優化耗水

對於本集團而言，水是十分重要的資源，是產品配方的主要成分及生產過程中必要的材料。優化水資源管理是Laboratoires M&L及其兩家工廠的首要任務。

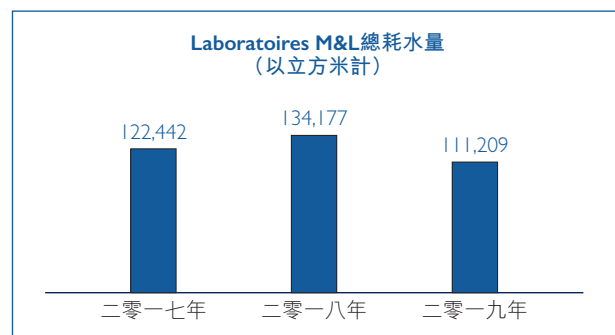
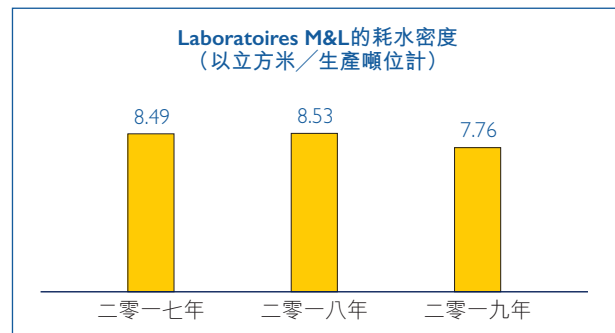
由於拉戈爾斯場地處於有用水壓力的地區，因此受到特別密切的監測。馬諾斯克場地超出其於二零一八年底制定的將每噸生產的耗水量減少5%的目標：截至二零一九年三月底，其實現減少9.5%。該目標現為於二零二零年前將馬諾斯克工廠每噸生產的耗水量減少7%。

環境管理系統

本集團生產大部分自身的產品：集團附屬公司 Laboratoires M&L (包括兩間位於法國馬諾斯克及拉戈爾斯的工廠) 負責生產 L'OCCITANE en Provence 及 Melvita 品牌的全部產品 (小部分外判生產的產品除外)¹⁰，而 Erborian、L'OCCITANE au Brésil 及 LimeLife 的全部產品則由外部供應商按要求定製。本集團亦擁有自營店網絡，而 LimeLife 產品透過網絡直接銷售或透過「美容顧問」銷售。這些價值鏈的運作中，由生產至物流及分銷每個環節都會對環境造成影響，本集團一直致力盡量減低這些影響。

自二零一二年起，我們的部分場地已實行自願性的 ISO 14001 認證。於二零一九年，Laboratoires M&L 工廠的產品開發及生產營運已獲授升級 ISO 14001 認證，位於日內瓦的總辦事處、位於巴黎的行政辦事處以及本集團在法國擁有的所有 L'OCCITANE en Provence 店及 Melvita 品牌亦已取得該項認證。在此新認證過程中並無發現任何違規事項。

於二零一九財政年度，Laboratoires M&L 使用大約 111,209 立方米水 (即於一年內節省 22,968 立方米水)。與二零一八年比較，耗水密度 (以每生產噸位的立方米計算) 下降 9%。



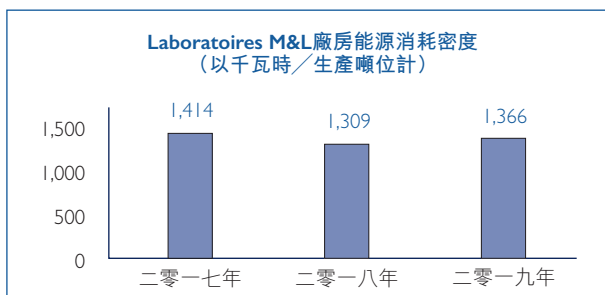
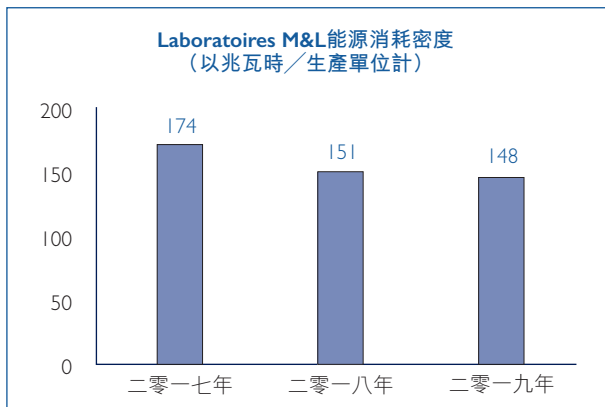
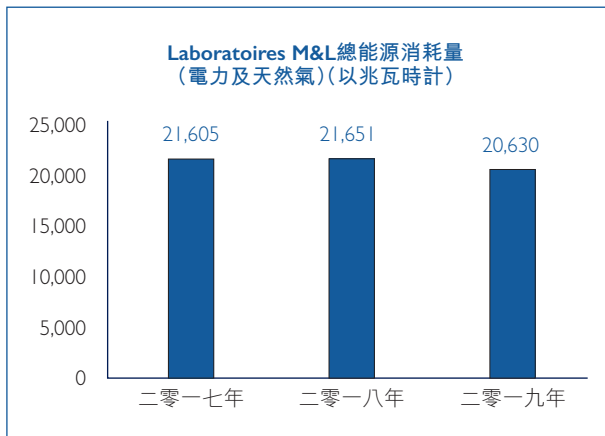
¹⁰ 化妝品及氣霧劑產品。

減少能源消耗

在生產過程中，本集團優先採用能源耗用量較少(如冷製)及生產時間較短的生產方法。Laboratoires M&L已於拉戈爾斯場地建立廢水熱回收流程，對廢水進行預熱處理。

L'OCCITANE品牌亦承諾於二零二零年前，其於全球的店舖將只會使用LED照明。

於二零一九財政年度，Laboratoires M&L的能源(電力及天然氣)消耗量近20,629兆瓦時。與二零一八年相比，本集團場地的能源消耗密度以每生產單位的千瓦時計已減少15%及以每生產噸位的千瓦時計已減少3.4%。



未來幾個月，Laboratoires M&L將對拉戈爾斯及馬諾斯克場地進行能源審計。該等審計(最後一次進行是在四年前)將為新能源過渡政策奠定基礎，例如，根據ISO 50001標準¹¹為該等場地制定新目標。



減少污染物及廢物

向水及空氣排放

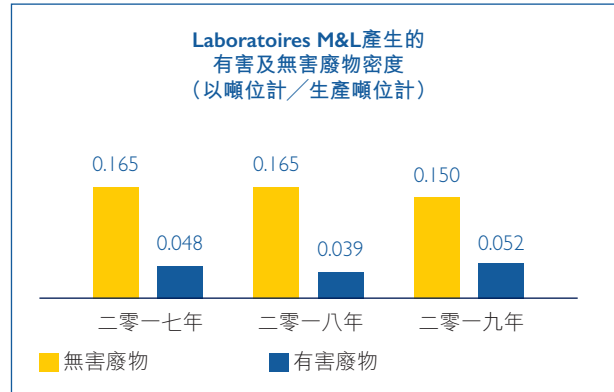
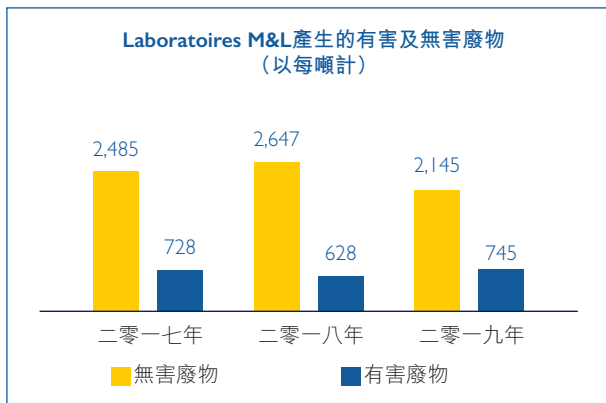
Laboratoires M&L向水的排放遵守目前的規例¹²。

馬諾斯克工廠擁有廢水預處理設施，廢水經設施處理後再輸送至當地濾水廠。拉戈爾斯場地自置採用生物處理及超過濾系統的廢水處理設施。

Laboratoires M&L主要空氣排放物為二氧化碳排放物(請參閱下一節有關氣候變化的描述)。除二氧化碳外，場地排放物包括揮發性有機化合物及二氧化氮。Laboratoires M&L定期檢查排放，以確保場地符合有關規例。

廢物處理

於二零一九財政年度，產生總廢物量達2,890噸，比二零一八年減少13%。若以生產噸位計算，Laboratoires M&L產生0.05噸有害廢物，比二零一七年略微增加，及產生0.15噸無害廢物，比二零一七年減少10%。



零堆填

自二零一八年四月一日起對Laboratoires M&L廢棄物實現及100%回收(熱能、有機或材料)

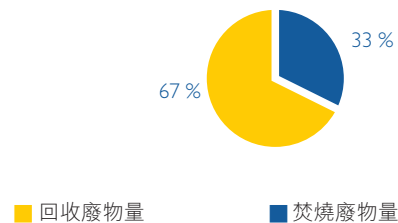
與TerraCycle合作的店內回收計劃

自二零一四年起，L'OCCITANE en Provence及Melvita門店與TerraCycle合作，向客戶提出空包裝容器回收計劃。該計劃目標為鼓勵消費者回收化妝品，尤為注重難以回收的材料製成的包裝(唇膏管、瓶子及卸妝泵)，特別是在並無回收設施的國家。該計劃最初在法國設立，現已推廣到九個國家。於二零一九財政年度，美國、英國、愛爾蘭、韓國及日本均已加入該計劃，現亦包括LimeLife等新品牌。L'OCCITANE en Provence 42%的門店提供店內回收服務，目標是於二零二五年前達到100%。

員工參與回收工作

於二零一九年，本集團若干附屬公司組織自然清理遠足行動，例如在日本、英國及法國。英國附屬公司與由冒險家Kiko Matthews建立的Kic-Plastic組織合作，清理布萊頓、伯恩茅斯、卡迪夫及愛丁堡的海灘。

按處理方法劃分的廢物分析圖(以量計)



¹¹ ISO 50001標準指引各界機構推行能源管理系統，善用能源。

¹² 目前正在解決馬諾斯克設施排放的廢水溫度過高的問題。

應對氣候緊急狀況

碳足跡

本集團於二零一六年進行碳足跡分析。分析範圍涵蓋本集團的工業附屬公司及五間其他附屬公司的直接及間接排放，這些活動佔二零一六財政年度收益的43%。結果確定，本集團碳排放的三大主要來源為：輸入(原材料及包裝)、貨運及能源。

本集團於該項分析後設定了目標，於二零二零年前，本集團產生的排放量將較二零一零年錄得的水平減少30%。

本集團計劃於二零二一年進行下一次全球性的碳足跡分析。這將使我們能夠對自二零一零年以來取得的進展及本集團為減少溫室氣體排放所採取行動的結果作出評估。

減少排放二氧化碳

• 員工交通

行動包括首選軌道交通、給予參加汽車共享計劃的員工獎勵，實行在家辦公計劃、推行員工運輸計劃、

使用電動或混合動力汽車(日內瓦)及為騎單車人士提供財政補助(法國)。

在巴黎，本集團92%的員工使用環保型交通方式上下班(公共交通、單車、步行等)。在日內瓦，30%的員工乘坐公共交通上下班，10%的員工騎單車，通過預留停車位鼓勵共享汽車。

• 物流鏈：雙層堆疊¹³

二零一九年，我們將每個集裝箱的托板從24個增至44個：使我們將集裝箱的運輸數量減少了一半，特別是運往新加坡、香港、中國、英國及美國的集裝箱數量。

於二零二零年，將有更多國家採用雙層堆疊。

為盡量避免使用空中運輸，本集團日漸轉用對環境影響較小的運輸模式。自二零一八年起，本集團一直使用連接中國與歐洲的綜合運輸／陸路運輸。Laboratoires M&L倉庫與歐洲倉庫之間的貨物運輸100%使用背負式運輸。

¹³ 雙層堆疊是旨在通過托板堆疊兩層而非一層，藉以優化集裝箱裝載量的技術。





提倡運用可再生能源

二零一七年五月，本集團成為最早加入國際RE100計劃的天然美容品牌之一。RE100乃將致力於使用100%可再生電力的公司匯聚在一起的全球計劃。

本集團已訂定下列步驟，藉以於二零三零年前逐步實現本集團在全球使用100%可再生能源的目標：

- 第一步已於二零一八年實現，本集團在法國的所有自營店及位於馬諾斯克及拉戈爾斯的所有工業場地均已轉用可再生電力能源，亦已於二零一九年在馬諾斯克場地停車場安裝太陽能光伏板。
- 第二步是，本集團的店舖及其主要分銷附屬公司多個場地（該等地點耗電量佔本集團總耗電量80%）將使用可再生能源。
- 第三步（最後一步）是，將於其餘分銷附屬公司實施這項策略。

最後，自二零一八年四月起，Laboratoires M&L已簽訂沼氣供應合約，以進一步降低馬諾斯克場地能源消耗對環境的影響。



整體產品噸位1.4%

於二零一九財政年度，Laboratoires M&L倉庫運往全球附屬公司的整體產品噸位中，1.4%使用空中運輸。

電力100%

於二零一九財政年度，Laboratoires M&L消耗的電力100%（即超過11,459兆瓦時）來自可再生資源。

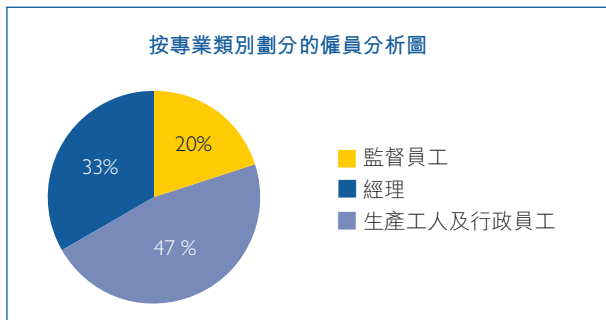
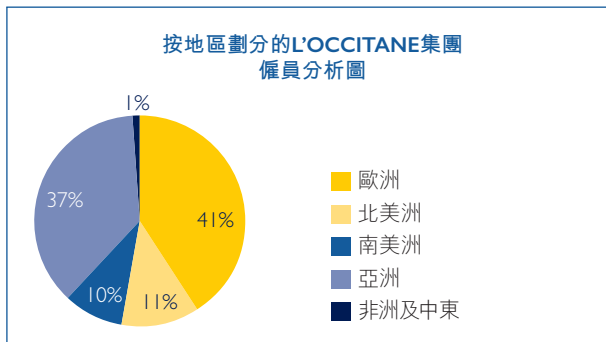


確保僱員福祉及
專業發展

職業及人力資本發展

本集團內部僱傭數據概覽

截至二零一九年三月底，L'OCCHITANE集團全球僱用10,845名人士，或8,747名全職僱員。本集團僱員中86.5%為女性¹⁴。本集團傾向簽訂穩定合約，95%的僱員簽訂長期合約。



培訓人才

本集團正逐步鞏固及協調其人力資源政策。除提供傳統及本地培訓外，近期已執行若干培訓計劃。

「My True Story」是一個數碼學習平台，已於二零一七年推出。其為本集團美容顧問提供有關銷售技巧、產品專門知識及個人發展的網上培訓。自二零一八年四月起，除最初覆蓋的國家¹⁵外，該工具已推行至墨西哥、香港、新加坡、泰國、馬來西亞、台灣、澳門、韓國、意大利、西班牙、葡萄牙及俄羅斯。

「My True Story」現已推廣至6,500名附屬公司僱員及1,370名分銷商僱員。其為成功的培訓工具：

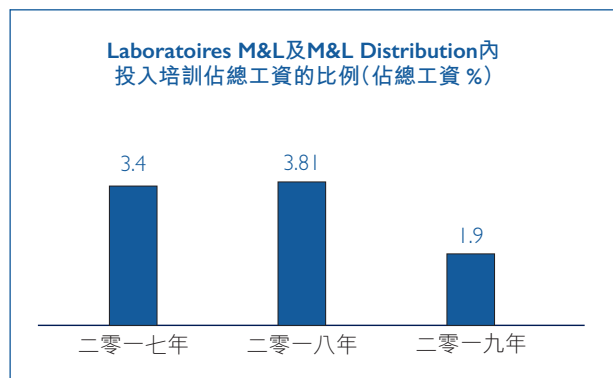
- 較二零一八年增加129%的學員，乃由於地理範圍擴大及接受程度提高；
- 95%註冊率；
- 98%完成率；
- 每名學員平均每年瀏覽36項內容。

本集團已落實專為管理人員而設的管理專業發展計劃。該項計劃已於法國及瑞士實施，其中包括多種不同元素，如管理人員會議及聚會、以人力資源安排的焦點小組，以及支援及座談會。亦已於香港及美國實行類似管理專才計劃。

「文化反饋」是一項令員工理解及體驗反饋基本原理的計劃。該計劃旨在通過初創企業獲得靈感，使組織更高效及更能吸引青年人才。249名人士於日內瓦接受培訓。

於二零一九財政年度，每名僱員平均培訓時間為**15.6小時**，或共計**17,000小時**。

71.5% Laboratoires M&L員工於二零一九財政年度完成最少一次培訓課程。



¹⁴ 與二零一八財政年度相比，11個百分點的增幅乃由於數據範圍的變動，此前，該等數據僅限於少數附屬公司。

¹⁵ 美國、加拿大、英國、澳洲、巴西、法國、德國及瑞士。

Laboratoires M&L於二零一九年三月底前按職業類別劃分接受培訓的僱員明細

職業類別	僱員人數	接受培訓的僱員數目	接受培訓的僱員百分比
生產工人及行政員工	345	321	93%
監督員工	253	211	83%
經理	466	264	56%
高級行政人員及董事會成員	10	7	70%
總計	1,074	803	75%

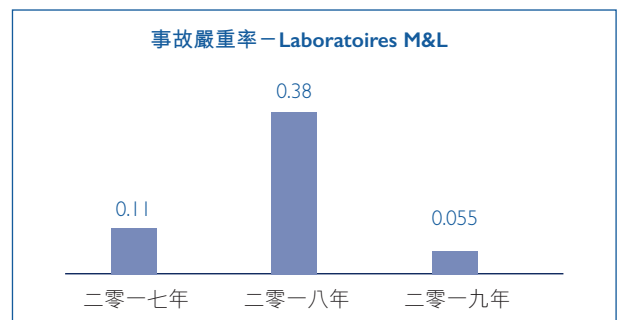
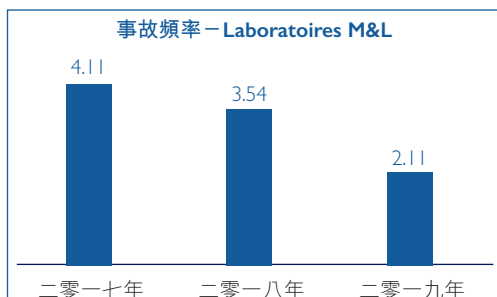


工作場所健康、安全及福祉

僱員健康及安全

Laboratoires M&L設立了防範政策以於工作場所推動健康及安全，以便預計及管理生產場所相關風險。

於馬諾斯克及拉戈爾斯的兩個場所已取得OHSAS 18001認證，充分展示對安全管理的承諾。



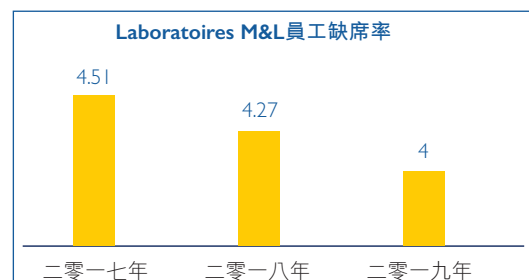


理想工作場所

自二零一五年以來，本集團每年均有數家附屬公司參與「理想工作場所」(GPTW)計劃。此重要基準顯示了公司在作為理想工作場所方面的優勢，並突出了需要改進的地方。

有關基準乃以向所有員工發送的15分鐘問卷，稱為「信任指數」及一系列與公司文化相關的問題為基礎，稱為「文化審查」調查，該調查的資料僅發送予人力資源部。此基準結果讓本集團每年汲取重要經驗，了解到如何改善員工在工作場所的福祉。

上一次活動是在二零一七年，超過5,100名僱員參與。全球平均信任指數達65%。目標為於三年內獲得70%的評分。本集團已決定每兩年重複此項研究，並將其擴展至更多附屬公司。下一次活動定於二零一九年至二零二零年。



多元化、平等機會及包容性

性別平等

於二零一三年，Laboratoires M&L在性別平等方面作出了四項承諾：

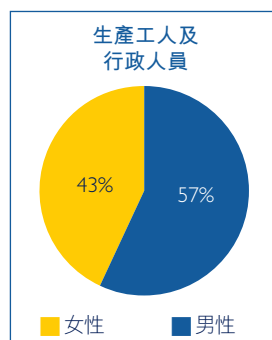
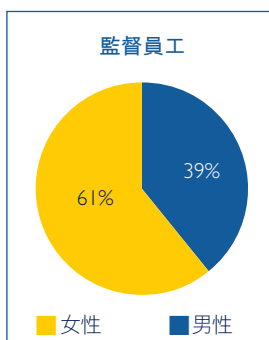
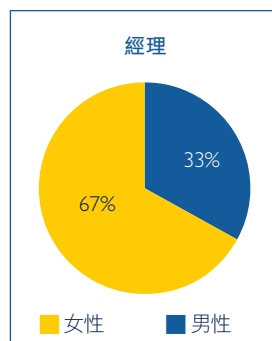
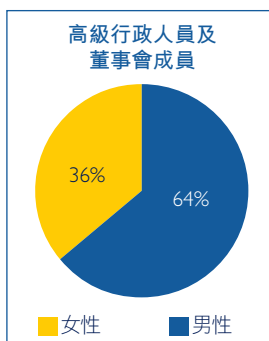
- 改善職位申請人的性別平衡；
- 更完善地為產假開始及結束作準備；
- 減少管理層的薪酬差距；
- 推行以提高女性在行政級別的參與度為目標的政策。

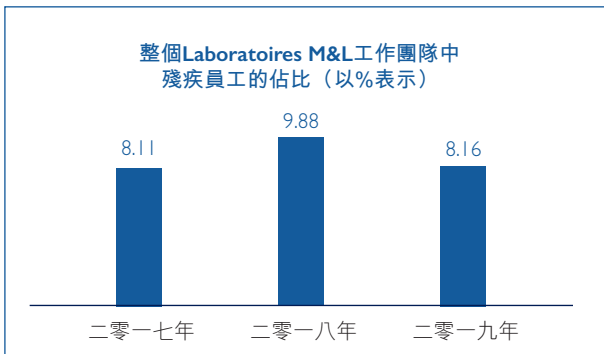
特別是對於LimeLife品牌，透過「美容顧問」的地位，讓女性有機會成為成功的企業家，在團體中建立有意義的聯繫。

聘用殘疾人士

殘疾人士的融入是Laboratoires M&L多元化政策的重要承諾。我們已實施具體的支援計劃，工作場所亦已根據個別同事的具體殘疾情況進行符合人體工學的修改。作為該政策的一部分，於二零一八年十月在馬諾斯克舉辦促進殘疾人士就業週。

按職業類別劃分的二零一九財政年度 Laboratoires M&L員工性別明細：





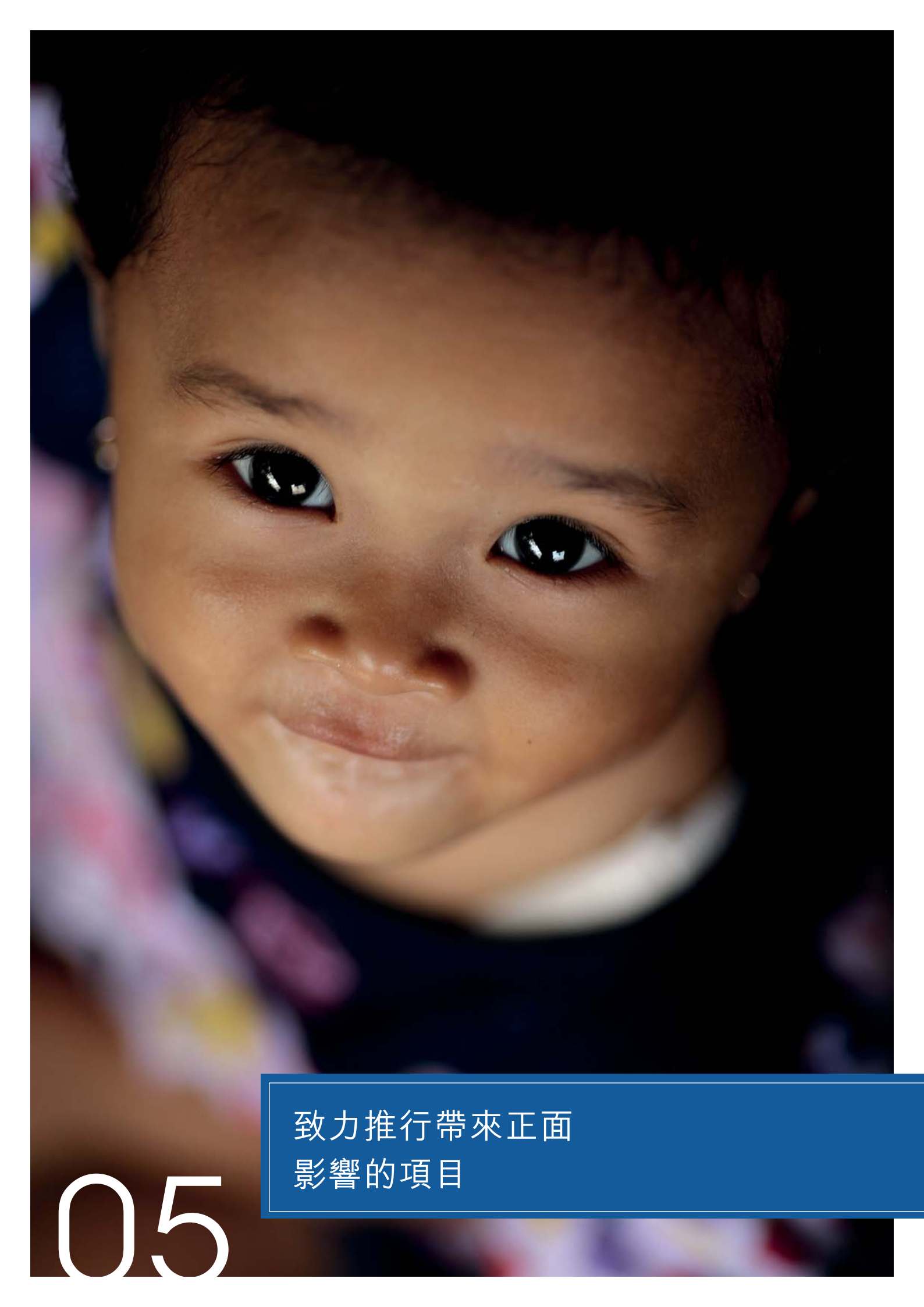
僱員社區投資計劃，站在同一陣線

社區投資計劃（Program Engagement Salariés (PES)）由Laboratoires M&L設立，讓員工以實際行動支持社會事業。

員工可透過以下兩種方式參與：

- 參與慈善機構的志願服務：本集團讓法國及瑞士員工每年騰出一天向公司員工所推薦的慈善機構提供志願服務。二零一八年有212名員工參與了「社區投資」日，為在自然、愛心、殘疾及地方傳承領域工作的慈善機構提供相當於1,500個小時的志願服務。
- 向慈善機構捐款：法國員工可參與社會企業Microdon提供的方案「約整薪水」。該等捐款僅為每月數歐分，或可由員工捐出更大金額，以協助支持L'OCCITANE基金會推薦的慈善項目。然後，L'OCCITANE基金會將捐出員工捐款數目的雙倍。於二零一九財政年度，為慈善機構總捐款為9,600歐元。





致力推行帶來正面
影響的項目

05

本集團慈善計劃概覽

自成立以來，本集團特別重視集體利益。現時，本集團以慈善計劃政策來支持產生正面影響的項目。該等項目受益於多樣化及互補資金來源：

- L'OCCITANE 及 LimeLife (Brighter Together Foundation) 公司基金會；
- 銷售指定「愛心產品」產生的利潤；
- 本集團附屬公司直接向慈善機構捐款；
- L'OCCITANE 集團員工捐款，例如在法國通過發放的工資。

L'OCCITANE en Provence 支持布基納法索女性領導，保護普羅旺斯及地中海地區生物多樣性及自然遺產，並繼續在世界各地與對抗可預防性失明。Melvita 致力於保護生物多樣性，並透過保育蜜蜂及推廣養蜂展現出來。LimeLife 致力於發展女性企業家精神。Erborian 正在法國啟動一個旨在支持女性領導的項目。

視力關懷

本集團的旗艦「Union for Vision 10 by 20」計劃匯集了本集團及其基金會有關對抗可預防性失明的所有舉措。該計劃訂立了目標，在二零二零年之前向全球一千萬人提供的眼科保健項目撥資。

該計劃獲得非政府組織多名合作夥伴的支持，進行了多個篩查、治療及手術項目，並為設備及醫療團隊的培訓提供資金。

為了盡量融入防盲組織的生態系統，L'OCCITANE 基金會成為 IAPB¹⁶ 的成員，IAPB 是一個由非政府組織、公司及專業組織組成的聯盟。

於二零一六年，L'OCCITANE 基金會與聯合國兒童基金會 (UNICEF)¹⁷ 訂立了重要的國際合作夥伴關係。是項為期三年的合作夥伴關係包括每年最少出資 1 百萬歐元，旨在通過制定維生素 A (其為兒童免疫系統的基本要素) 補充計劃，在玻利維亞、緬甸及巴布亞新畿內亞幫助預防失明。

於二零一九財政年度，聯合國兒童基金會 (UNICEF) 愛心香梘成為全年銷售的旗艦產品。聖誕節期間本集團在歐洲推出 UNICEF 蠟燭。該項目籌得多於最低限額的資金，令集團可為尼日爾其他項目提供資金，使 360,000 多名兒童受益。

基金會亦支持非政府組織 Light for the World 及 Sight Savers 在布基納法索展開防止可預防性失明的活動。

最後，除 L'OCCITANE 基金會的工作外，本集團的 38 家附屬公司、分銷商及生產基地亦為當地與視力相關的慈善機構提供資金。

超過 2 百萬歐元捐往眼部護理項目。

Race for Vision：提高僱員對可預防性失明的認識

自二零一六年以來，L'OCCITANE 集團僱員每年都能參加「Race for Vision」：一場為視力障礙人士籌集資金的聯網比賽。於二零一八年，共 43 個國家參加第三屆比賽。由於 3,871 名僱員的參與，行程超過 850,000 公里，基金會撥出 300,000 歐元支持附屬公司的本地項目。

Madame Figaro 的媒體合作夥伴 Iris

在法國，L'OCCITANE en Provence 與 Madame Figaro 合作出版一份包容性平面雜誌及數碼平台，提高對「可預防性失明」的認知，並為視力障礙人士提供可獲取的內容。



¹⁶ 國際防盲協會。

¹⁷ UNICEF 並無為任何公司、品牌或產品代言。



爭取婦女賦權

鑑於本集團自一九八零年代以來已在布基納法索購買乳木果油，本集團決定擴大其與布基納法索婦女的合作，並更廣泛地促進布基納法索婦女創業及獨立。

L'OCCITANE 基金會活躍於四大範圍：

- 讀寫能力
- 微型貸款
- 女童教育
- 創業

二零二零年前的目標是為布基納法索 33,000 多名婦女提供社會經濟發展方面的支持。

於二零一九財政年度，L'OCCITANE 基金會大力支持三大合作夥伴：

- 非政府組織「Aide et Action」及其為農村婦女而設的讀寫能力計劃；
- 「Entrepreneurs du Monde」協會，其致力於增加布基納法索弱勢社群自給自足的能力。協會協助布基納法索農村女性更易獲得微型貸款、推廣儲蓄及獲得社會經濟方面的教育；
- 聯合國兒童基金會（UNICEF）及其為布基納法索 Centre-Ouest 地區的女童提供小學後教育的教學課程。

二零一九年成立名為「Empow'Her」的新計劃。「Étincelles」項目（「Sparks」）針對生活在布基納法索農村的婦女而設。目標為使其獲得專業及創業培訓，促進在化妝品、農產品加工、縫紉、動物生產或生態農業等部門活動的發展。

自二零一八年十二月以來，
已有來自四個村落的**37名婦女**
受益於為期14個月的Empow'Her計劃。

「L'OCCITANE pour Elles」比賽於二零一六年舉辦，為四名獲勝者提供量身定制的培訓，幫助其發展業務。

595,000歐元捐往婦女賦權的項目。

LimeLife Brighter Together Foundation

於二零一七年，LimeLife 創立 Brighter Together Foundation，培養生活在弱勢社群女性的創業精神。Brighter Together Foundation 與 Project Concern International (PCI) 領導的「Women Empowered」(WE) 項目合作。此為以儲蓄為基礎的微型融資計劃，教導婦女如何開創及發展業務以及如何設立社群微型融資計劃。PCI 將該等女性企業家培訓為其在社群的領導者，目標是提高其經濟、文化及政治地位。坦桑尼亞、布隆迪和危地馬拉有超過 **750,000 名婦女** 受益於該等課程。



保護自然遺產

於二零一九財政年度，基金會為七個以保護地中海地區的生物多樣性為目標的項目提供支持。其中包括：

- IUCN 識別法國地中海沿岸地區及森林的瀕危生態系統；
- 保護瓦爾省森林協會 (ASDFV) 用於維護由克羅港島國家公園提供的溫室果園；
- 與 Verdon 區域自然公園合作，在瓦朗索爾高原的農田上種植 1,860 棵樹，恢復灌木籬牆；
- Conservatoire Méditerranéen Partagé (Shared Mediterranean Conservatory) 領導的「Vergers d'avenir」(「未來果園」) 計劃：保護及種植各種果樹，以保護和宣傳地中海栽培生物多樣性。

於二零一九財政年度，基金會撥出 53,000 歐元用於保護地中海地區的自然遺產。

除地中海地區的自然遺產外，L'OCCITANE en Provence 計劃透過與社會企業 PUR Projet (其開展再造林及農林間作計劃) 的合作關係，將行動擴展至其他國家。十家自願附屬公司或分銷商將在 L'OCCITANE 基金會的資助下為該等計劃撥資。

保育蜜蜂

Melvita 品牌正致力於一項透過保育蜜蜂及推廣養蜂以保護生物多樣性為目標的慈善計劃。於二零一九財政年度，Melvita 向以下三個項目捐出超過 45,000 歐元：

- 與 Réseau Coccagne 合作推行「Coccagne Bees」計劃：於有機市場花園建立養蜂場，以協助有需要人士可重投社會工作；
- 與 Man & Nature 團體成為合作夥伴，推行「Argan Bees」計劃，於摩洛哥的堅果油工業中的婦女合作社拓展養蜂業；
- 與上下一心的 L'OCCITANE 員工合作的「Le Rucher du Cade」計劃，旨在提高公眾對蜜蜂保育及推廣養蜂的重要性的意識。

另一個目標是發展城市養蜂項目，因城市中沒有殺蟲劑而更有利於蜜蜂。該目標憑藉阿維尼翁「Les abeilles du Palais des Papes」項目(提出於聖羅蘭塔樓的露台上安裝六個蜂箱)而於二零一九年三月實現。

二零一九年，已設立 **154 個蜂箱** 及 **166 人** 已接受養蜂培訓。

香港聯交所要求的資料參考條目表

環境指標		披露
層面A1 排放物	A1. 有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地排污、有害及無害廢棄物的產生等的： - 政策；及 - 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	第20至25頁
	A1.1 排放物種類及各自的排放數據。 Laboratoires M&L對空氣的主要排放物與二氧化碳(CO ₂)排放有關。除CO ₂ 外，場地排放物包括揮發性有機化合物(VOCs)及二氧化氮(NO ₂)。正常排放物檢查乃為了確保場地符合相關規例而進行。	第22頁
	A1.2 溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度 （如以每產量單位、每項設施計算）。	第22至24頁
	A1.3 所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度 （如以每產量單位、每項設施計算）。	第23頁
	A1.4 所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度 （如以每產量單位、每項設施計算）。	第23頁
	A1.5 描述就減低排放量所採取的措施及所得成果。	第22至25頁
	A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	第23頁
層面A2 資源使用	A2. 有關有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策資料。	第18至23頁
	A2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第22頁
	A2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第21頁
	A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	第22頁
	A2.4 描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	第21頁
A2.5 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	第19頁	
層面A3 環境與天然資源	A3. 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	第10至15頁及 第18至25頁
	A3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	第10至15頁及 第18至25頁

社會指標		披露
層面B1 僱傭	B1. 有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： - 政策；及 - 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	第4頁及第27至31頁
	B1.1 按性別、僱傭類別、年齡組別及地理區域劃分的總職工人數。	第27頁
	B1.2 按性別、年齡組別及地理區域劃分的僱員流失率。	未獲取
層面B2 健康與安全	B2. 有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： - 政策；及 - 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	第28頁
	B2.1 與工作相關意外的數目及比率。	第28頁
	B2.2 因工傷而失去的天數。	第28頁
	B2.3 描述已採取的職業健康與安全措施，以及如何實施及監測有關措施。	第28頁
層面B3 發展及培訓	B3. 有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	第27頁
	B3.1 已培訓的僱員百分比（按性別及僱員類別劃分）。	第28頁
	B3.2 每名僱員已完成的平均培訓時數（按性別及僱員類別劃分）。	第27頁
層面B4 勞工準則	B4. 有關防止童工或強制勞工的： - 政策；及 - 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	第4頁
	B4.1 描述審查僱傭措施以避免童工及強制勞工的措施。	第4頁
	B4.2 描述在發現此類做法時所採取的消除步驟。	第4頁
層面B5 供應鏈管理	B5. 有關管理供應鏈的環境及社會風險的資料。	第9至15頁
	B5.1 按地區劃分的供應商數目。	第9頁
	B5.2 描述與委聘供應商有關的措施、實施該等措施的供應商數目、有關措施的實施及監控方式。	第9至15頁

社會指標（續）		披露
層面B6 產品責任	B6. 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： - 政策；及 - 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	第17至19頁
	B6.1 因安全及健康原因而收回已出售或已付運的產品總數佔比。	第17頁
	B6.4 描述質量保證過程及產品收回程序。	第17頁
	B6.5 描述消費者數據保護及隱私政策，以及其實施及監控方法。	第4頁
層面B7 反貪污	B7. 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： - 政策；及 - 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	第7頁
	B7.1 在報告期內就貪污行為針對發行人或其僱員提出的法律案件的數目以及案件結果。	第7頁
	B7.2 描述預防措施及舉報程序，以及其實施及監控方法。	第7頁
層面B8 社區投資	B8. 有關以社區參與來了解發行人營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	第12頁至15頁及第33至35頁
	B8.1 重點貢獻領域（例如教育、環境問題、勞動力需求、健康、文化、體育）。	第12頁至15頁及第33至35頁
	B8.2 在重點領域的資源貢獻（例如金錢或時間）。	第12頁至15頁及第33至35頁

主要數據

第一部分 — 採購	單位	覆蓋範圍	二零一七年	二零一八年	二零一九年
購買價值在評估系統中社會及環境風險一部分獲涵蓋的佔比 (按曆年計)	%	Laboratoires M&L	23	-	18
主要供應鏈數目	數目	本集團	-	66	66
採購成分中以主要原材料製成的佔比 (按量計)	%	Laboratoires M&L	-	13	9.8
採購成分中以主要原材料製成的佔比 (按價值計)	%	Laboratoires M&L	-	12	12
獲公平貿易認證的附屬公司：已簽訂長期合約的主要原材料生產商佔比	%	本集團	-	100	-
沒有獲公平貿易認證的附屬公司：已簽訂長期合約的主要原材料生產商佔比	%	本集團	-	35	-
獲公平貿易認證的主要原材料佔比 (按量計)	%	本集團	-	80	-
獲確認為有機的主要原材料佔比 (按量計)	%	本集團	-	77	-

第二部分 — 產品	單位	覆蓋範圍	二零一七年	二零一八年	二零一九年
包裝物料消耗量	噸	Laboratoires M&L	4,212	4,360	4,847
包裝物料消耗的密度	噸/1,000個已生產單位	Laboratoires M&L	0.034	0.031	0.032
用於包裝中以回收或可再生資源製造的物料的佔比	%	L'OCITANE en Provence及Melvita	19.3	20.7	19.7

第三部分 — 生產及分銷	單位	覆蓋範圍	二零一七年	二零一八年	二零一九年
總耗水量	立方米	Laboratoires M&L	122,442	134,177	111,209
耗水量密度	立方米/生產噸	Laboratoires M&L	8.49	8.53	7.76
總能源耗用量 (電及天然氣)	兆瓦時	Laboratoires M&L	21,605	21,651	20,630
能源耗用量密度	千瓦時/生產噸	Laboratoires M&L	1,414	1,309	1,366
產生無害廢棄物	噸	Laboratoires M&L	2,485	2,647	2,145
產生有害廢棄物	噸	Laboratoires M&L	728	628	745
產生無害廢棄物的密度	噸/生產噸	Laboratoires M&L	0.165	0.165	0.150
產生有害廢棄物的密度	噸/生產噸	Laboratoires M&L	0.048	0.039	0.052
廢棄物處理方法 明細：					
- 堆填	%	Laboratoires M&L	2.8	1.8	0
- 焚化	%	Laboratoires M&L	26.9	27.4	33
- 回收物料	%	Laboratoires M&L	70.2	70.9	67
CO ₂ 排放	二氧化碳的當量噸數	本集團	-	-	-
CO ₂ 排放密度	二氧化碳的當量噸數/生產噸	本集團	-	-	-
以空運方式從Laboratoires M&L倉庫運送至全球目的地的產品佔比	%	Laboratoires M&L	1.6	1.6	1.4

第四部分 — 人力資源		單位	覆蓋範圍	二零一七年	二零一八年	二零一九年
總職工人數		數目	本集團	8,630	8,672	8,747
員工明細 (按地區) :	- 北美	%	本集團	-	12	11
	- 歐洲	%	本集團	-	41	41
	- 亞太區	%	本集團	-	37	37
	- 南美	%	本集團	-	9	10
	- 非洲及中東	%	本集團	-	1	1
用於培訓的總工資佔比		%	Laboratoires M&L	3.40	3.81	1.9
已獲培訓的職工總數佔比		%	Laboratoires M&L	81	78	71.5
已獲培訓的職 工總數佔比 (按職系分 類) :	- 生產工人及行政人員	%	Laboratoires M&L	-	74	93
	- 監管人員	%	Laboratoires M&L	-	82	83
	- 經理	%	Laboratoires M&L	-	80	56
	- 高級管理人員及董事會成員	%	Laboratoires M&L	-	71	70
總培訓時數		時數	Laboratoires M&L	18,422	19,989	17,000
平均培訓時數		每名員工的 時數	Laboratoires M&L	17.07	18.14	15.6
工作場所意外頻率		%	Laboratoires M&L	4.11	3.54	2.11
工作場所意外傷害嚴重率		%	Laboratoires M&L	0.09	0.37	0.055
員工曠工率		%	Laboratoires M&L	4.51	4.27	4
女性佔比明細 (按職系分 類) :	- 董事會成員及高級管理人員	%	Laboratoires M&L	46.7	50	36
	- 經理	%	Laboratoires M&L	66.3	67.5	67
	- 監管人員	%	Laboratoires M&L	64.6	61.1	61
	- 生產工人及行政人員	%	Laboratoires M&L	47.9	48.2	57
整個工作團隊中殘疾員工的佔比		%	Laboratoires M&L	8.11	9.88	8.16

第五部分 — 慈善		單位	覆蓋範圍	二零一七年	二零一八年	二零一九年
L'OCCITANE 預算明細 (按範疇) :	- 視力關懷	千歐元	L'OCCITANE	1,768	1,311	2,009
	- 婦女賦權	千歐元	L'OCCITANE	776	380	595
	- 保護普羅旺斯及地中海地區的自然遺產	千歐元	L'OCCITANE	129	60	53
Melvita品牌用於保育蜜蜂的預算		千歐元	Melvita	60	60	60

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Melvita

 **erborian**
KOREAN SKIN THERAPY

 L'OCCITANE
AU BRÉSIL

L. LimeLife by Alcone

ELEMIS

L'OCCITANE *Group*
CARES

group.loccitane.com
fondation.loccitane.com