



La création d'expériences sensorielles uniques est notre passion. Et nous souhaitons que vous vous sentiez bien avec nos produits, car nous sommes persuadés qu'ils font la différence. De par la façon dont ils sont fabriqués et pour les personnes qui les apprécient.

Ceci a changé notre mode d'approvisionnement, de fabrication et de vente de nos arômes et parfums. Nous coopérons par exemple avec nos fournisseurs pour garantir qu'ils respectent les meilleures pratiques en termes de responsabilité sociale. Nous réduisons notre consommation d'eau et d'énergie sur nos sites d'exploitation. Et grâce à notre leadership en matière de recherche scientifique, nos clients profitent de produits qui utilisent moins de ressources et ont une incidence plus faible sur l'environnement. Autant d'atouts qui nous permettent de créer des produits plus attractifs et fiables pour les consommateurs.

Nous avons parcouru un long chemin. Et l'avenir nous réserve de nouveaux défis que nous allons relever avec enthousiasme. Nous travaillons avec beaucoup d'ardeur pour répondre aux besoins d'une population en pleine croissance et pour découvrir de nouveaux moyens de continuer à fournir une grande variété d'arômes et de parfums, tout en réduisant considérablement notre impact sur l'environnement lié à la fabrication de nos produits.

Les défis complexes appellent une pensée holistique. C'est pourquoi nous travaillons en coopération avec nos employés, nos clients, nos fournisseurs, nos interlocuteurs locaux des communautés dans lesquelles nous sommes présents ainsi qu'avec beaucoup d'autres acteurs à travers le monde. En effet, ce n'est qu'ensemble que nous pouvons faire la différence.

Comment nous nous approvisionnons

Cultiver un avenir florissant pour le patchouli

Les ingrédients naturels de parfumerie sont soumis à toutes sortes d'influences extérieures, allant de l'instabilité géopolitique aux conditions climatiques extrêmes.

Certaines matières premières sont exclusivement utilisées dans l'industrie du parfum. En garantissant une gestion correcte de ces précieuses ressources, nous pouvons protéger leur avenir et offrir des conditions de vie plus stables aux agriculteurs qui les cultivent.

En Indonésie et en Malaisie, notre équipe d'approvisionnement à la source a mis en place deux nouveaux modèles d'approvisionnement pour le patchouli, qui ont tous les deux évolué en 2014. Le premier est un réseau de collecte sur l'île indonésienne de Sulawesi, qui permet à Givaudan de s'associer à des producteurs locaux pour maîtriser l'achat d'huile essentielle de patchouli à la source. Nous avons aussi initié un partenariat agricole à long terme avec GaiaOne et Gaya Naturals en Malaisie.

L'huile essentielle de patchouli est l'un des ingrédients que nous utilisons le plus, et 80 % du volume mondial provient d'Indonésie.

En entretenant cette proximité à la source, nous améliorons notre connaissance du marché et anticipons mieux les problèmes susceptibles de perturber la stabilité de notre approvisionnement. Nous pouvons ainsi gérer le processus dans sa totalité, pour nos clients et pour nous-mêmes, en coopération avec les producteurs d'huile essentielle de patchouli.



Huile de palme : nous disposons d'une solution durable

Garantir un approvisionnement responsable en huile de palme relève de la plus grande importance pour Givaudan, et des évolutions positives sur plusieurs plans sont à noter en 2014.

Etant donné l'augmentation de la consommation d'huile de palme, il est nécessaire de comprendre les implications de son mode d'approvisionnement. La demande actuelle porte sur une huile de palme traçable, qui n'entraîne pas de déforestation et qui est cultivée de façon responsable et non destructrice.

Givaudan utilise très peu d'huile de palme et celle que nous utilisons est issue majoritairement de dérivés. Pour soutenir nos efforts d'approvisionnement en huile de palme durable, Givaudan a établi des partenariats actifs avec les principales associations mondiales d'huile de palme durable.

Nous défendons la traçabilité et la transparence de chaînes d'approvisionnement dans lesquelles nous sommes tous unis derrière un même objectif, à savoir, contribuer à l'arrêt de la déforestation et améliorer la traçabilité.

100 % des ingrédients de Givaudan dérivés d'huile de palme proviennent de sources certifiées. En 2014, en Europe, 95 % des huiles, graisses et principaux dérivés de l'huile de palme fournis à notre Division Arômes étaient certifiés selon le schéma Mass Balance. Pour tous les autres ingrédients, nous continuons d'utiliser le schéma GreenPalm Book and Claim. Notre objectif pour 2015 est d'avoir une certification complète pour la chaîne d'approvisionnement européenne de la Division Arômes de Givaudan, de façon à en faire bénéficier nos clients.

Comment nous innovons

Des choix plus sains, ouvrant de multiples perspectives

Santé et Bien-être constituent un pilier de la stratégie d'entreprise de Givaudan et sont au cœur de nos efforts en matière de développement durable.

L'exercice 2014 a été marqué par le lancement de TasteSolutions® Richness, qui nous rapproche du « Saint Graal » de l'arôme dans les plats cuisinés et les aliments préparés, à savoir la recreation des sensations gustatives authentiques du « fait maison ».

En cohérence avec notre gamme de produits TasteSolutions®, contribuant à réduire les besoins en sel, sucre, graisses et glutamate (GMS), TasteSolutions® Richness permet de répondre de façon positive à la pression du développement durable sur l'élevage de bétail et sur l'industrie des produits carnés, car ce produit réduit la dépendance des fabricants aux poudres et extraits de viande.

Le succès des séminaires organisés en Amérique latine a de nouveau été au rendez-vous en 2014, avec des symposiums Givaudan sur la santé et le bien-être réalisés au Mexique, au Brésil, en Argentine et en Colombie. Au Royaume-Uni, à Londres, la Division Arômes a organisé sa première journée Santé et Bien-être pour la région EAME. Nos principaux clients ont été nombreux à participer à cet événement, désireux d'approfondir leurs connaissances sur les sujets importants dans ce domaine. Du point de vue de Givaudan, cette journée nous a permis de bien comprendre les enjeux de nos clients et ce qu'ils recherchent par rapport aux tendances actuelles en santé et en bien-être.



Les biosciences, une voie naturelle vers le futur

La recherche menée sur les actifs cosmétiques, basée sur les biosciences, contribue à la création de méthodes nouvelles et beaucoup plus écologiques pour produire des matières très recherchées pour la fabrication des cosmétiques et des parfums.

Acquise par Givaudan en 2014, la société française Soliance est pionnière dans l'utilisation des biosciences appliquées aux produits cosmétiques à la pointe du progrès. Empruntant les chemins de la biotechnologie, Soliance produit des ingrédients naturels, à partir de matières premières 100 % végétales, tout en ayant une approche écologique plus souple.

Le savoir-faire de Soliance est basé sur trois technologies: « white », « green » et « blue », qui ont recours à la fermentation (« white »), aux extraits végétaux (« green ») et à la vie marine, comme avec les microalgues (« blue »). L'entreprise est aussi en train de mettre au point deux produits phare : le DHA (dihydroxyacétone) pour les lotions

autobronzantes toujours très en vogue et l'acide hyaluronique (HA), aux puissantes vertus anti-vieillessement. Ces ingrédients spécifiques sont mis au point par Soliance, sur la base de ses processus de fermentation « green » et « white ». Grâce à cette association entre les biosciences de Soliance, à la pointe de la technologie, et les avantages en termes d'environnement, Givaudan améliore le service à ses clients globaux sur le marché des cosmétiques.

Un autre succès en 2014 dans le domaine des biosciences est le développement d'Akigalawood®, un ingrédient de parfumerie faisant appel à un processus à base d'enzymes pour transformer les matières premières en un nouveau composant de parfum, à la fois naturel et captif. Ses caractéristiques sont proches de celles du patchouli. Associant le côté vif et épicé du poivre à la noblesse du bois d'agar, il a récemment été commercialisé dans un grand parfum pour hommes au Brésil. Akigalawood® est un ingrédient passionnant qui vient s'ajouter à la palette de nos parfumeurs et qui a été créé suivant une approche respectueuse de l'environnement.



*Evolution 2014 par rapport aux chiffres 2009

Comment nous produisons

Faire plus pour abîmer moins - Augmenter nos efforts pour réduire notre impact sur l'environnement

Nos efforts sont concentrés en interne, dans le cadre d'activités mondiales impliquant 88 sites, 32 usines de production et près de 50 complexes administratifs.

Nous sommes actuellement en bonne voie pour atteindre nos objectifs d'éco-efficacité d'ici 2020 en termes d'intensité.

Comment nous fonctionnons en partenariat

AIM-PROGRESS : coopération, observance et amélioration continue

Dans le cadre de son programme de développement durable, Givaudan s'engage à mieux comprendre les défis qui s'imposent à ses clients et aux consommateurs. Le dialogue entretenu au sein d'AIM-PROGRESS nous aide à faire face aux difficultés principales en améliorant notre propre chaîne d'approvisionnement.

En mars 2014, avec Nestlé et Bacardi, Givaudan a sponsorisé un événement AIM-PROGRESS sur l'approvisionnement responsable. Cette manifestation a amené les fournisseurs à débattre de quelques-uns des défis rencontrés au sein de leur chaîne d'approvisionnement, comme les systèmes de gestion, la sécurité incendie, la traçabilité ou la discrimination. Des solutions et des outils, mis au point ou identifiés par l'organisation et ses partenaires, ont été proposés aux fournisseurs.

AIM-PROGRESS est une organisation mondiale d'entreprises multinationales, de biens de grande consommation, qui ont allié leurs forces en vue d'un approvisionnement responsable.

Notre performance

Notre stratégie de développement durable est basée sur des indicateurs clés de performance mesurables et quantifiables, qui nous permettent d'évaluer nos progrès tous les ans.



Approvisionnement

Notre Vision – Nous achetons nos matières premières dans le plus grand respect de l'environnement, en soutenant le développement et le bien-être des communautés et en préservant l'utilisation efficace de ressources précieuses.

Nos objectifs annoncés

Ce que nous avons accompli

Envoi de nos exigences en matière de responsabilité sociale à tous les fournisseurs

Le document relatif aux exigences envers nos fournisseurs (Vendor Expectation) a été révisé, de façon à refléter les risques de la chaîne d'approvisionnement, tels que la corruption, le blanchiment d'argent et la traite des êtres humains. Ce document mis à jour a été distribué à tous les fournisseurs en 2014.

Audit de 200 de nos 400 principaux fournisseurs d'ici 2015 ; intégration de 200 de nos 400 fournisseurs principaux au programme Sedex d'ici 2015.

Au total, 144 fournisseurs ont été audités et 293 fournisseurs, y compris les fournisseurs indirects de matières premières et de services, ont rejoint le programme Sedex.

Identification et développement de nouvelles initiatives d'approvisionnement éthique.

Les membres de l'équipe dédiée à l'approvisionnement à la source sont désormais basés dans les pays d'origine afin de mettre en place des réseaux d'approvisionnement, de façon à acheter les ingrédients naturels directement aux producteurs.

Elaboration de projets de certification par des tiers pour les matières premières.

Nous avons poursuivi notre soutien local à une coopérative de trois villages et à un distillateur d'Haïti pour qu'ils cultivent et qu'ils distillent du vétiver certifié ESR (Equitable, Solidaire, Responsable), conformément aux normes Ecocert.

Construction de 14 écoles à Madagascar d'ici à 2014.

A ce jour, nous nous sommes impliqués dans la construction, la réparation et l'entretien de 16 écoles à Madagascar.

Autres réalisations clés

L'implication de Givaudan dans le partenariat AIM-PROGRESS n'a cessé d'évoluer en 2014. Devenus membres en 2012, nous avons pris la direction d'un groupe de travail sur l'élaboration des aptitudes fournisseurs en 2013, et en janvier 2014 nous avons été nommés au sein de l'équipe de direction.

Nous avons continué à nous approvisionner en huile de palmiste (et ses dérivés) certifiée durable.

Employés



Notre Vision – Nous attirons, développons et retenons les talents créatifs, passionnés, fiers du travail qu'ils accomplissent au sein de notre Société et à même de contribuer à une société durable.

Nos objectifs annoncés

Développement du cadre des fonctions dirigeantes de Givaudan avec la mise en œuvre des deux premiers programmes d'ici fin 2014.

Investissement dans le réseau Green Team et coopération.

Les postes de cadres dirigeants représenteront les plus gros effectifs de Givaudan.

Réduction du taux d'accidents avec arrêt de travail (Lost Time Injury, LTI) en dessous de 0,1 d'ici à 2020.

Pour chacun, avant fin 2016, entretiens d'évaluation annuels et discussions sur le plan de carrière.

Etablissement de partenariats avec des organismes à but non lucratif et collaboration sur des thèmes caritatifs : cécité, alimentation familiale, soutien des communautés locales.

Autres réalisations clés

Ce que nous avons accompli

2014 est l'année du lancement de notre programme Leadership Senses destiné à faire évoluer nos collaborateurs du statut de managers à celui de membres de notre communauté de cadres dirigeants.

Des forums régionaux Green Team se sont tenus dans les régions d'Europe, d'Afrique, du Moyen-Orient et d'Amérique du Nord, en présence de directeurs locaux Green Team et de dirigeants d'entreprise. Ces forums constituent une plateforme d'échanges efficace.

Le pourcentage de femmes aux postes de cadres dirigeants chez Givaudan est passé à 20,4 % en 2014, un progrès par rapport à l'exercice précédent.

Notre taux d'accidents avec arrêt de travail a été réduit de 65 % par rapport à 2009.

L'entretien annuel d'évaluation et la discussion sur le plan de carrière ont été organisés sur notre plateforme en ligne Engage pour plus de la moitié de nos employés.

Nous avons poursuivi nos nombreux engagements caritatifs dans le monde entier.

Le nouveau lancement de marque auprès des employés a été déployé avec succès, grâce à des sessions de formation sur chaque site.

Le nouvel EVP (Employer Value Proposition) a été établi en 2014 et est en cours d'application auprès des employés en poste et des candidats potentiels.

Innovation et développement



Notre Vision – Givaudan est leader dans la création d'arômes et de parfums uniques, conçus et développés en conformité avec les principes de développement durable afin de satisfaire les besoins d'aujourd'hui et demain.

Nos objectifs annoncés

Conformité de la Division Parfums avec les exigences européennes d'enregistrement REACH telles qu'applicables à partir de 2018.

KeratinoSens® en passe de devenir un standard mondialement reconnu des tests in vitro pour évaluer la sensibilité de la peau, en attente de validation par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) d'ici 2016.

Permettre à nos clients de mettre au point des produits plus sains et savoureux.

Autres réalisations clés

Ce que nous avons accompli

Givaudan a donné la priorité à l'enregistrement progressif REACH, obligatoire à partir de 2018. Les démarches sont en cours pour plus de 100 substances chimiques essentielles que nous fabriquons ou que nous importons dans l'UE. Des substances supplémentaires seront introduites au fur et à mesure de l'évolution du programme.

En février 2014, KeratinoSens® a reçu l'approbation du Centre européen pour la validation de méthodes alternatives (CEVMA) pour l'expérimentation animale et est maintenant proposé comme directive OCDE mondiale.

Le Dr Andreas Natsch a été reconnu pour son exceptionnelle contribution à la R&D industrielle et s'est vu remettre le prix KGF-SCS Industrial Investigator Awards 2014 par la Société Suisse de Chimie (SSC) et le Kontaktgruppe für Forschungsfragen (KGF).

La Division Arômes a dévoilé son produit TasteSolutions® Richness, une nouvelle technologie du goût qui révolutionne notre façon de concevoir les arômes dans les entremets salés et qui est aussi une approche pour répondre à la tendance actuelle en faveur de la santé et du bien-être.

Nous avons acquis l'entreprise française Soliance, experte en biosciences.

Nous avons mis au point Akigalawood®, un ingrédient novateur de parfumerie, créé en ayant recours à la biotechnologie.

Nous avons lancé l'ingrédient MAHONIAL™, pour remplacer le cyclohexal.

Opérations



Notre Vision – Nous ne cessons de viser l'excellence opérationnelle, sans nuire à l'environnement, ni à la santé et au bien-être de nos employés et des communautés dans lesquelles nous opérons.

Nos objectifs annoncés

Ce que nous avons accompli

Progrès par tonne de produit par rapport aux chiffres 2009 :

Consommation énergétique : réduction de 20 % par tonne de produit d'ici à 2020.

Réduction de 17,2 % de la consommation énergétique.

Consommation d'eau : réduction de 15 % par tonne de produit d'ici à 2020 (pour les eaux urbaines et souterraines).

Réduction de 11,7 % de la consommation d'eaux urbaines et souterraines.

Emissions directes et indirectes de CO₂ : réduction de 25 % par tonne de produit d'ici à 2020 (les émissions indirectes font référence à l'énergie achetée, et non à l'énergie utilisée par des tiers, par exemple nos fournisseurs de matières premières).

Réduction de 24,6 % de nos émissions directes et indirectes de CO₂.

Poids total des déchets mis en décharge et incinérés, par type de destruction : réduction de 15 % par tonne de produit, d'ici à 2020.

Réduction de 36,7 % du poids total des déchets mis en décharge et incinérés.

En savoir plus

Les mises à jour de 2014 vont désormais apparaître sous l'onglet « Sustainability » du site web de l'entreprise, avec des récits couvrant toutes nos actions en relation avec le développement durable. Notre rapport GRI 2014 est audité de manière indépendante par Ernst & Young LLP. Il suit la structure « Core » du G4 et fournit des informations sur Givaudan, son analyse d'importance relative, son approche de gestion et les indicateurs de performance.



Pour suivre notre évolution, veuillez consulter l'onglet Sustainability de notre [site web](#).

Pour plus d'informations sur notre performance, veuillez consulter notre [rapport technique GRI](#).

Clients et marchés



Notre Vision – Nous nous engageons activement auprès de nos clients pour garantir que nos produits répondent à la demande de santé et de bien-être des consommateurs et préservent notre planète. Pour ce faire, nous encourageons nos partenaires commerciaux à soutenir nos objectifs tout au long du cycle de vie de leurs produits.

Nos objectifs annoncés

Mise en place d'initiatives communes facilitant la réalisation des objectifs de Givaudan et de ses partenaires en matière de développement durable.

Ce que nous avons accompli

Givaudan a été un partenaire actif de l'équipe dirigeante d'AIM-PROGRESS et a animé un groupe de travail sur l'élaboration des aptitudes fournisseurs. Six événements fournisseurs ont été organisés en 2014.

Nous avons poursuivi notre partenariat avec le Natural Resource Stewardship Circle (NRSC) sur certaines initiatives, dont celles portant sur le vétiver, l'ylang-ylang et le styrax.

Membre de l'Alliance française pour une huile de palme durable, Givaudan a signé un engagement pour la production d'une huile de palme durable au salon international de l'agriculture, à Paris.

L'un de ses principaux clients a remis à Givaudan un prix de l'approvisionnement responsable.

Conformité de tous les sites de production Givaudan avec la méthodologie SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audits).

En 2014, 18 des 20 sites de la Division Arômes ont été audités suivant la méthodologie SMETA. La décision a été prise de nous conformer à la méthodologie SMETA pour les sites de notre Division Parfums.

Autres réalisations clés

La Division Arômes de Givaudan a organisé une série d'événements dans l'industrie, pour débattre des nouvelles tendances en faveur de la santé et du bien-être.

Givaudan a mis en place la certification CSPO Mass Balance (Certification Sustainable Palm Oil, certification d'huile de palme durable) pour les ingrédients dérivés de l'huile de palme utilisés sur les sites européens de la Division Arômes.

Nous avons continué notre campagne externe, lors du World Perfumery Congress et du Sustainable Cosmetics Summit au Brésil.

Contactez-nous

Pour en savoir plus sur les activités de développement durable de Givaudan, veuillez contacter : global.sustainability@givaudan.com

Publié en mars 2015

Le développement durable en 2014



Givaudan

engage your senses

