

# Givaudan<sup>®</sup>

ENGAGING  
THE  
SENSES

## Pour de plus amples informations

Nous espérons que ce document de synthèse vous aura paru engageant et instructif.

Si vous souhaitez nous faire part de vos commentaires ou questions, n'hésitez pas à nous contacter à :

### Renseignements généraux :

[julie.monnet@givaudan.com](mailto:julie.monnet@givaudan.com)

### Renseignements sur la division Arômes :

[ingrid.janson@givaudan.com](mailto:ingrid.janson@givaudan.com)

### Renseignements sur la division Parfumerie :

[linda.harman@givaudan.com](mailto:linda.harman@givaudan.com)

Si vous souhaitez consulter notre Rapport Développement Durable, veuillez-vous rendre sur [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) ou faire une recherche sur Rapport Développement Durable 2012.



Rapport de Développement Durable 2012

Document de synthèse

## Le mot de la Direction

En notre qualité de leader mondial de l'industrie des arômes et des parfums, nous créons en permanence les produits de demain. Nos innovations sont autant d'atouts pour nos clients qui visent, par leurs efforts, à améliorer les habitudes alimentaires, le bien-être et la qualité de vie de leurs consommateurs. Nous les aidons ainsi à répondre aux besoins des consommateurs d'aujourd'hui sans compromettre les ressources nécessaires pour répondre à ceux de demain.

La réalisation de nos objectifs en 2012 est la preuve tangible des progrès que nous avons réalisés. Aujourd'hui, notre programme de développement durable se veut exhaustif. Il fait partie intégrante de la manière dont nous menons nos activités, tout au long de notre chaîne de valeur. Notre engagement auprès de l'ensemble de nos parties prenantes constitue également un aspect déterminant de ce programme.

2012 ne fut pas sans challenges, que ce soient les incertitudes économiques sur le plan mondial ou les pressions constamment exercées sur l'approvisionnement en matières premières qui continuent d'affecter notre secteur. Cependant notre capacité actuelle à répondre aux défis d'un développement durable nous donne l'opportunité de construire des relations étroites et fortes avec nos fournisseurs. Sur le long terme, cela nous permet de bénéficier d'avantages concurrentiels et d'apporter à nos clients une véritable plus-value.

Tandis que nous progressons vers nos objectifs, nous réalisons qu'il nous reste encore beaucoup à faire. Aussi, nous souhaitons remercier toutes nos parties prenantes pour leurs contributions à ce programme et souhaitons poursuivre avec eux notre collaboration tout au long de ce chemin.



*G. Andrier*

**Gilles Andrier**, Président-directeur général



*Joe Fabbri*

**Joe Fabbri**, Directeur mondial Ressources Humaines, Environnement, Hygiène et Santé et Développement Durable

## A propos de Givaudan

Notre part de marché est d'environ 25 %, et notre position de leader au sein de cette industrie est étayée par une forte présence commerciale sur tous les grands marchés. Nous sommes actifs dans plus de 100 marchés et implantés dans plus de 40 pays.

Siège social :  
**Vernier**  
Suisse

Parfums 47%  
Arômes 53%

Ventes du groupe par division

Marchés en développement 44%  
Marchés matures 56%

Ventes du groupe par marché

33

Sites de production

81

Sites dans le monde

25%

Part de marché mondiale de l'industrie (approx.)

9.124

Employés (Equivalent plein temps)

## A propos de ce document

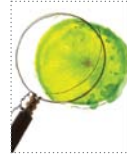
Conscients de la diversité de nos parties prenantes et de leur désir d'en savoir plus sur les progrès que nous avons réalisés en matière de développement durable en 2012, nous avons choisi de publier le Document de synthèse de notre Rapport Développement Durable en huit langues.

La version anglaise complète de notre Rapport de Développement Durable, préparée conformément au niveau B+ des lignes directrices G3.1 du Global Reporting Initiative (GRI), est disponible en format PDF interactif sur [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com).

Notre programme de développement durable met en avant l'interaction avec nos parties prenantes tout au long de notre chaîne de valeur. Il se concentre sur les questions qui leur tiennent à cœur et que nous considérons comme essentielles. Les progrès réalisés sont documentés dans cinq sections se rapportant à chacun des piliers qui composent notre programme de développement durable.

### Matières premières

Approvisionnement responsable



### Employés

Passion et détermination



### Innovation et développement

Des produits novateurs et durables



### Opérations

Encourager l'excellence opérationnelle

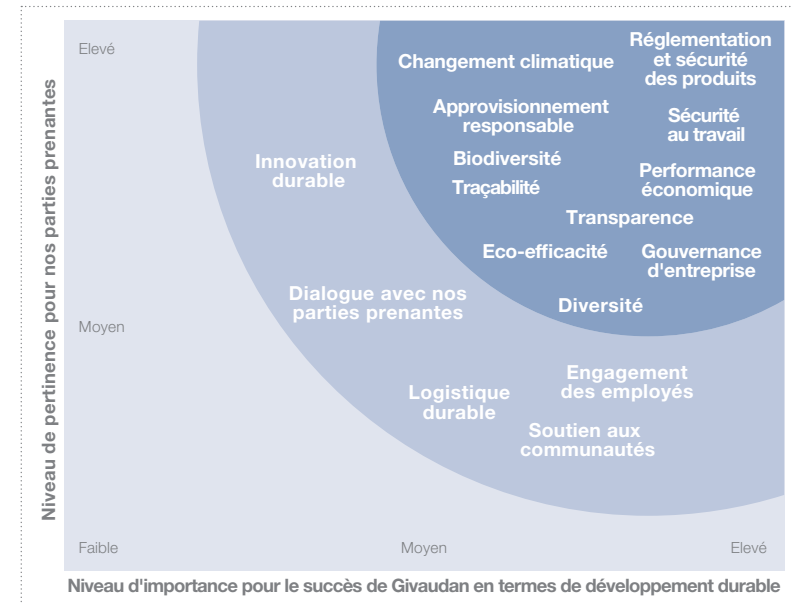


### Consommateurs et marchés

Impact des produits



## A propos de notre programme



### Analyse des risques et de l'importance relative

Nous nous référons en permanence à notre matrice de matérialité. Elle nous permet de structurer le dialogue avec nos parties prenantes sur les questions relatives au programme. En outre, elle nous aide à privilégier les initiatives de notre programme de développement durable.

### Comprendre notre chaîne de valeur

Nous souhaitons identifier et réduire les impacts négatifs à chaque étape de notre chaîne de valeur. De même, nous souhaitons apporter une contribution positive aux communautés locales avec lesquelles nous interagissons.

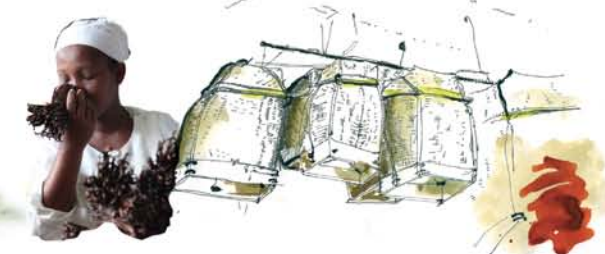
### Mobiliser nos parties prenantes sur les questions essentielles

En 2012, nous nous sommes engagés à dialoguer ouvertement avec six groupes de parties prenantes prioritaires : nos clients, nos fournisseurs, nos employés, les communautés locales, les actionnaires et les investisseurs, et

les organismes publics et de réglementation.

Nous avons également poursuivi notre collaboration stratégique avec les organisations suivantes :





Notre progression

## Matières premières

Approvisionnement responsable

Nous sélectionnons nos matières premières dans le plus grand respect de l'environnement. Nous encourageons le développement et le bien-être des communautés et veillons au bon usage des ressources naturelles les plus précieuses.

### Les points clés de notre performance en 2012

- 63 fournisseurs audités, 106 fournisseurs ayant rejoint Sedex\* dont 71 ont répondu au Questionnaire d'auto-évaluation
- Participation de fournisseurs au forum AIM-PROGRESS sur l'approvisionnement responsable à Singapour
- Développement d'une approche collaborative afin de sécuriser l'approvisionnement et la pérennité de la lavande en France
- 11 écoles construites à Madagascar depuis le lancement de notre programme vanille

\* Supplier Ethical Data Exchange

### Garantir l'approvisionnement en lavande

Nous avons construit de solides relations avec la coopérative de cultivateurs France Lavande et le CRIEPPAM (organisme français de recherche sur les plantes à parfum). Cette approche collaborative au sein de notre chaîne d'approvisionnement permet de combattre la propagation des maladies bactériennes qui menacent la production de lavande.



### Des progrès dans le secteur de l'huile de palme

Nous surveillons étroitement la disponibilité en huile de palme et ses dérivés traçables, et nous étudions la possibilité commerciale de l'utiliser dans un proche avenir. En 2012 nous avons encouragé la production d'huile de palme durable en achetant des certificats Green Palm correspondant à 100% de notre approvisionnement en huile de palme et ses dérivés. Nous avons également continué à travailler avec nos fournisseurs pour les encourager à utiliser de l'huile de palme certifiée.

### Soutenir la production de vétiver équitable

Une quantité significative d'huile essentielle de vétiver que nous avons acheté à Haiti est certifié biologique et équitable par l'Organisme indépendant ECOCERT.

### Le programme vanille, une plus-value indéniable

Notre programme d'approvisionnement en vanille équitable nous assure la traçabilité, la qualité et nous permet de soutenir les producteurs de vanille malgaches. En 2012, nous avons financé la construction de 3 nouvelles écoles, soit 11 au total depuis le début de ce programme. Nous avons également appuyé des projets de développement d'infrastructures, y compris la construction d'un barrage et d'un système d'irrigation, ainsi que l'installation de 8 puits qui alimentent plus de 5 000 villageois en eau potable.





Photo: Coco Yang from KidStrong

Notre progression

## Employés

Passion et détermination

Sans le soutien de nos employés, nous ne pourrions pas faire du développement durable une réalité. Nous voulons des employés engagés, à même de contribuer au développement d'une société durable, et fiers de leurs réalisations.

### Les points clés de notre performance en 2012

- Elargissement de SafeStart™ à 14 sites supplémentaires dans le cadre du programme « Zero is Possible »\* ; 35 sites ont pu bénéficier de la formation dispensée
- Réduction de la fréquence des accidents du travail de 57 % par rapport aux chiffres de 2009
- Soutien accru apporté accordé aux équipes Green Team
- Lancement du programme d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée dans le cadre du plan d'action axé sur la diversité
- Appui indéfectible aux engagements caritatifs

\* Programme comportemental de Givaudan axé sur la sécurité



### Récompenser la réussite de nos Green teams

Au mois de décembre, le Comité de Direction de Givaudan a sélectionné deux lauréats du prix Green Team: notre site de Jaguaré au Brésil, pour avoir choisi de mettre en place un programme de réduction des déchets et l'avoir adossé à un projet entrepreneurial générateur de revenus pour des femmes ne percevant qu'un faible salaire, et notre site d'Argenteuil, en France, pour son soutien indéfectible à la Semaine du développement durable. En plus de ces prix, les sites gagnants recevront chacun 10 000 CHF pour subventionner leurs initiatives de développement durable en 2013.

### Une approche équilibrée

Nous avons publié un communiqué expliquant et réaffirmant notre engagement en faveur d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée. De nombreux sites ont déjà mis en place un certain nombre d'activités variées afin de soutenir cette initiative. Notre objectif est de créer un environnement où les employés se retrouvant face à un dilemme entre vie professionnelle et vie privée se sentent suffisamment à l'aise pour aborder le sujet avec leur responsable. Ainsi, les deux parties peuvent trouver ensemble une solution efficace.

### Soutenir les enfants issus de l'immigration à Shanghai

Nos volontaires participent à deux programmes KidStrong, gérés par les ONG locales Roots et Shoots. Un programme a pour thème central la nutrition, tandis que l'autre se préoccupe de la vue. Certains de nos experts se sont portés volontaires pour transmettre leur savoir en matière de nutrition, alors que dans une autre école c'est un cours sur la santé oculaire qui a eu lieu. En outre, nous finançons des initiatives qui encouragent les enfants à manger plus de protéines et nous organisons des examens de la vue et des dons de lunettes.

### Compte à rebours jusqu'à zéro

Nous continuons de réaliser de grands progrès en termes de sécurité. Nous nous sommes fixé le jalon suivant pour 2020 : moins d'un accident du travail pour 1 000 employés, notre objectif absolu correspondant à zéro accident du travail\*.

En 2012, notre performance en la matière s'est améliorée de 57 % par rapport aux chiffres de 2009, ce qui nous donne un an d'avance sur les prévisions du projet.

\* Notre définition des « accidents du travail » s'appuie sur celle donnée par l'Administration de la sécurité et de la santé au travail.



Notre progression

## Innovation et développement

Des produits novateurs et durables

Sur le long terme, notre objectif est de concevoir 100 % de nos produits dans le respect du développement durable. Aussi, en 2012, nos équipes en charge de l'innovation et du développement se sont efforcées de trouver des solutions et des technologies nouvelles. Elles ont également cherché à améliorer les processus en place.

### Les points clés de notre performance en 2012

- La division Parfums est en totale conformité avec REACH et est à jour concernant les enregistrements prévus pour 2013
- Nous sommes sur le point de dépasser nos prévisions de 100 millions CHF de croissance des ventes d'arômes de santé et de bien-être en 2013
- Réalisation des essais de biodégradabilité pour tous nos ingrédients de parfumerie
- KeratinoSens™ (test in-vitro de sensibilisation de la peau) en passe de devenir l'une des normes de l'industrie
- Développement d'un nouveau moteur de conformité réglementaire basé sur SAP



### Des produits de substitution du sucre

Dans l'objectif d'aider nos clients à réduire la teneur en sucre de leurs produits, nous avons créé et commercialisé toute une gamme d'arômes permettant d'améliorer le goût des édulcorants naturels afin de se rapprocher au plus près de celui du sucre. Les recherches que nous avons menées nous ont montré qu'il existe une gamme complexe d'arrière goûts associés aux édulcorants naturels ne se limitant pas, exclusivement à l'amertume. Nos nouveaux arômes de masquage permettent de répondre à ces problèmes.

### Encourager la chimie « verte »

Les techniques de chimie dite « verte » aident à prévenir la pollution en optimisant l'utilisation d'énergie, de matériaux et d'eau dans les processus de synthèse moléculaire. En 2012, nous avons activement appliqué les principes de chimie « verte » dans toutes nos activités de production d'ingrédients chimiques. Ces principes nous permettent de progresser sur la voie du développement durable, et nous permettent de développer des processus de synthèse plus soutenables, nous aidant ainsi à réduire nos émissions de gaz à effet de serre.

### Biodégradabilité des ingrédients de parfumerie

En 2012, nous avons réalisé 86 tests supplémentaires de biodégradabilité dans notre laboratoire d'écotoxicologie de Vernier, en Suisse. Cela nous a permis de mieux comprendre les propriétés biodégradables des ingrédients de parfumerie et d'appuyer notre programme de développement de nouvelles molécules et d'enregistrements au programme REACH en 2013. Nous avons désormais mesuré la biodégradabilité de tous nos ingrédients de parfumerie, y compris des matières premières naturelles et travaillons dorénavant sur les ingrédients qui nécessitent des tests supplémentaires.

### Développer nos capacités de tests in-vitro

Notre test de sensibilisation de la peau KeratinoSens™ réalisé in-vitro est en passe de devenir la norme dans notre industrie. Nous avons élargi nos capacités de tests in-vitro et mis en place des méthodes d'évaluation du potentiel de bioaccumulation chez les poissons. Ces méthodes ont été proposées comme alternatives aux études de bioconcentration qui nécessitent des tests sur un nombre important d'animaux.





Notre progression

## Opérations

Encourager l'excellence opérationnelle

Encourager l'excellence opérationnelle est au cœur même de notre métier. Il est de notre devoir de produire des arômes et des parfums sans nuire à l'environnement, ni à la santé et au bien-être de nos employés ou des communautés dans lesquelles nous menons nos activités.

### Les points clés de notre performance en 2012

Par tonne de produit par rapport aux chiffres 2009 :

- Réduction de 11,5 % de notre consommation d'énergie
- Réduction de 9,6 % de notre consommation d'eau d'adduction ou de captage
- Réduction de 16,6 % de nos émissions directes et indirectes de CO<sub>2</sub>
- Réduction de 13,1 % du poids total des déchets mis en décharge et incinérés



## Utilisation de l'énergie et émissions de CO<sub>2</sub>

Par rapport aux chiffres 2011, nos sites de production en activité sont parvenus à réduire leur consommation énergétique absolue. Ils ont ainsi amélioré de 11,5 % le rendement énergétique par tonne de production par rapport à 2009. Les émissions de CO<sub>2</sub> par tonne de production ont baissé de 16,6 % par rapport à 2009, ce qui a permis d'obtenir une réduction totale des émissions de CO<sub>2</sub> de 1,5 % pour la période 2009-2012.



## Production et élimination des déchets

Pour la première fois depuis que nous avons fixé nos objectifs d'eco-efficacité, la quantité de déchets que nous mettons en décharge (par tonne de production) et incinérons a baissé. Les chiffres montrent une réduction de 13,1 % par rapport à 2009. Nous avons ainsi augmenté la part de déchets recyclés de plus de 10 % pour tous les déchets générés depuis 2009 ; passant ainsi de 42,9 % à 53,5 %.

## Consommation d'eau

Par rapport à 2009, le rendement de l'eau de réseau ou de captage a augmenté de 9,6 %, notre objectif étant à de 15 % d'ici 2020. En 2012, nous avons largement réduit notre consommation d'eau de refroidissement sur l'un de nos sites de fabrication après que la production a été délocalisée vers un site doté d'équipements plus modernes. En conséquence, notre consommation totale d'eau a baissé de façon significative en 2012 : plus de 19 % par rapport à l'an dernier.

## Empreinte carbone des activités connexes

Conformément au protocole de mesure des Gaz à Effet de Serre, nous avons identifié les trois grandes activités qui contribuent à nos émissions : énergie directe ; énergie indirecte et autres. Nous avons recueilli des données et développé un programme de suivi des émissions liées aux transports et emballages, aux déplacements des employés, et aux voyages d'affaires.

Activité	Emissions de CO <sub>2</sub> (en tonnes)
Transport des produits	44 000
Emballage des produits finis	50 500
Nombre d'employés se déplaçant pour se rendre au travail	14 700
Voyages d'affaires en avion	12 000



Notre progression

## Clients et marchés

Impact des produits

Les partenariats avec nos clients nous permettent de partager connaissances internes et externes à Givaudan afin d'agir sur l'ensemble du cycle de vie des produits.

### Les points clés de notre performance en 2012

- Elargissement du partenariat avec l'association Cosmetic Executive Women (CEW) et le prix Eco Beauty au Royaume-Uni
- Co-organisation d'une conférence sur l'approvisionnement responsable avec AIM-PROGRESS
- Enregistrement de tous les sites de production de Givaudan à Sedex



### Le succès de nos prix éthiques

La société de produits cosmétiques Lush a lancé un programme de remise des prix en collaboration avec le magazine Ethical Consumer. Conçu afin de mettre fin une fois pour toute, à l'expérimentation animale dans la fabrication des produits cosmétiques, l'évènement a attiré plus de 30 entreprises venues de 15 pays différents. Nous avons été sélectionnés dans la catégorie Science grâce à nos travaux sur le développement du test de sensibilisation de la peau, KeratinoSens™.

### Partage de bonnes pratiques en matière d'approvisionnement responsable

Nous avons co-organisé une conférence avec AIM-PROGRESS dont l'objectif était la promotion de normes responsables. La conférence a réuni environ 100 représentants évoluant dans les secteurs des arômes, de l'alimentation et des boissons ainsi que des fabricants de biens de grande consommation. Balaji Padmanabhan, notre orateur principal et Chef des opérations pour la zone APAC, s'est exprimé aux côtés d'acteurs majeurs de l'industrie agro-alimentaire.



### Langage sensoriel

Nous avons lancé sur le marché international notre tout dernier produit de langage sensoriel, SenseIt™ Mouthfeel, qui aide nos clients dans leur démarche de réduction d'utilisation de matières grasses dans leurs produits. Parce qu'il va au-delà des obstacles culturels et linguistiques, cet outil unique permet la mise en place d'un lien probant entre les souhaits exprimés par les consommateurs, la qualité des produits et les produits innovants conçus par nos aromaticiens.

### Comprendre les cultures culinaires

Comprendre les différentes cultures culinaires nous permet de proposer à nos clients toute la diversité des saveurs exotiques, traditionnelles et locales qu'ils désirent. Leurs consommateurs demandent des saveurs authentiques, il nous faut donc proposer à nos clients des produits qui répondent à la particularité de ces goûts locaux.

Nos aromaticiens ont goûté de nombreuses variétés de plats et ont acquis une meilleure connaissance des processus et réactions impliqués dans la création culinaire. Ces connaissances peuvent ainsi donner naissance à des arômes attrayants qui peuvent aider les fabricants à produire des produits à la fois sains et délicieux.