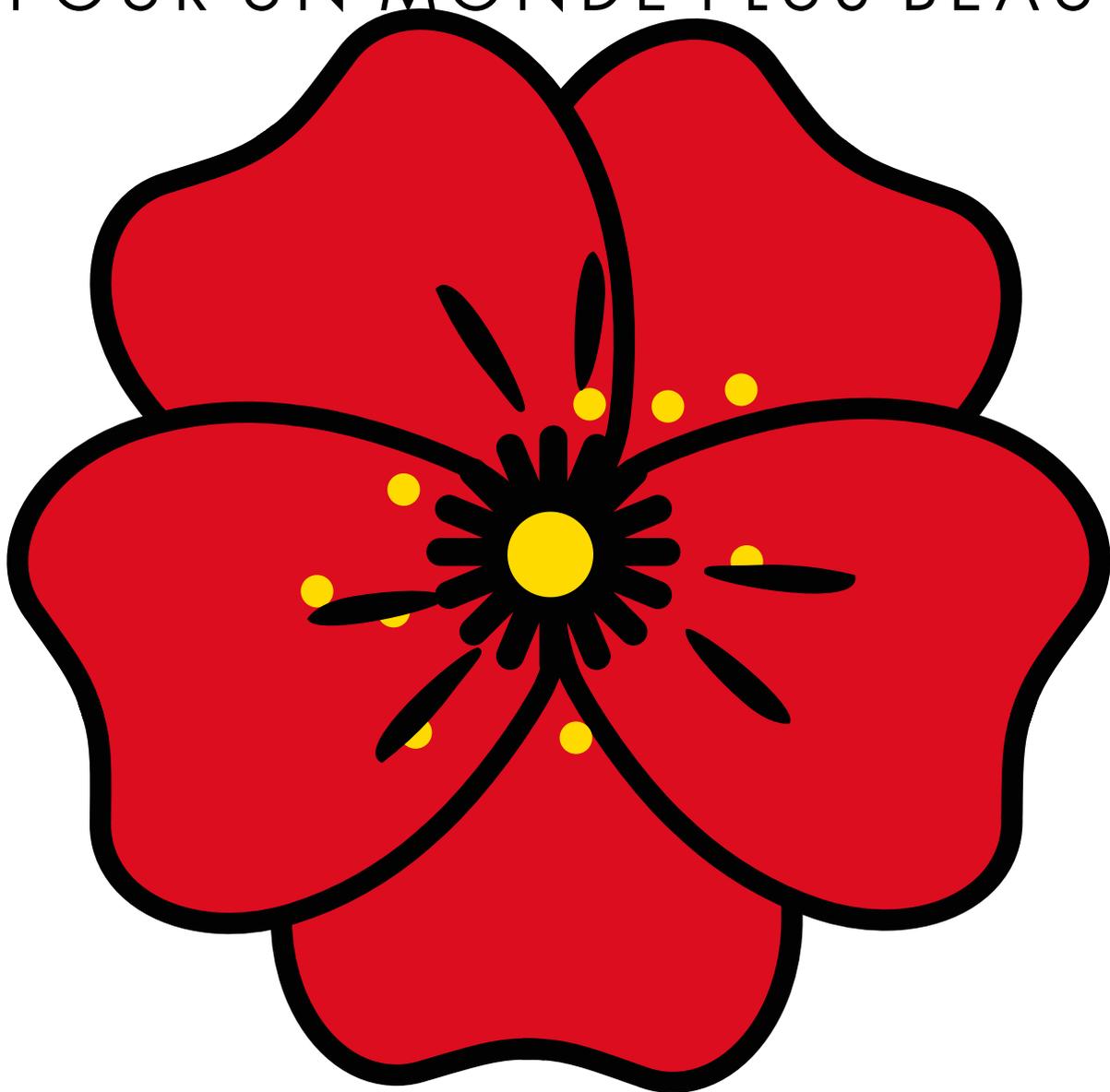


KENZO

POUR UN MONDE PLUS BEAU



RAPPORT D'IMPACT 2022

SOMMAIRE

MANIFESTO

PAGE 4

KENZO PARFUMS,
COMÈTE PARMIS
LES GRANDES MAISONS
ENGAGÉES DU GROUPE

PAGE 6

NOS RÉOLUTIONS
POUR UN MONDE
PLUS BEAU

PAGE 8

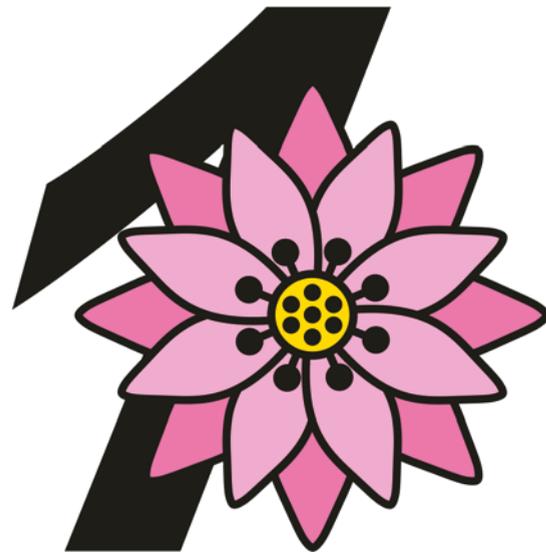
PREMIERS RÉSULTATS

PAGE 10



GLOSSAIRE

PAGE 50



DES PRODUITS
EN PLUS GRANDE
HARMONIE
AVEC LA NATURE

PAGE 12



UN ENGAGEMENT
MILITANT
POUR LES FLEURS
ET L'HORTICULTURE
DURABLE

PAGE 28



NOS ACTIONS
CONCRÈTES
SUR NOS
FRANCHISES
ICONIQUES

PAGE 36

MANIFESTO

Chez KENZO Parfums, nous oeuvrons pour un monde plus beau, guidés par la nature, notre constante source d'inspiration.

Les coquelicots, les lotus, les roses, les pivoines... Depuis le début, les fleurs emplissent le cœur de KENZO et de son fondateur de leur beauté et leurs senteurs. Elles symbolisent nos valeurs : l'amour de la nature, l'ouverture, la jeunesse, la joie et l'optimisme. Elles constituent l'essence de nos parfums et de nos produits cosmétiques : de superbes créations qui sentent divinement bon.

Les fleurs expriment notre humanité. Nous les offrons à nos êtres chers, à nos proches disparus ou à une divinité. Mais elles expriment aussi la santé de notre écosystème. Engageons-nous à les protéger, à en planter ! Embellissons nos villes et soutenons une horticulture plus durable. Agissons pour changer le monde conformément aux objectifs de développement durable (ODD) définis par les Nations-Unies.

Aujourd'hui, grâce à des chaînes responsables, des formes de l'environnement, nous nous efforçons de réduire l'usage de plastiques et de matériaux recyclés ou plus légers. Chaque étape du processus, de la conception au transport, nous nous efforçons de réduire l'empreinte de nos produits. Chaque décision est façonnée par deux obsessions : l'esthétique et l'environnement, parce que nous savons qu'en les protégeant, nous protégeons notre vie quotidienne et celle de nos enfants.



monde conformément aux objectifs de développement durable (ODD) définis par les Nations-Unies.

KENZO s'engage à développer des chaînes d'approvisionnement responsables, à privilégier des innovations technologiques respectueuses de l'environnement et à réduire l'usage de plastiques et de matériaux recyclés ou plus légers. A chaque étape de la conception à la production, nous nous efforçons de réduire l'empreinte de nos produits. Chaque décision est façonnée par deux obsessions : l'esthétique et l'environnement, parce que nous savons qu'en les protégeant, nous protégeons notre vie quotidienne et celle de nos enfants.

Nous sommes sur la bonne voie. Le chemin est encore long, mais œuvrer pour un monde plus beau nous rend heureux.



KENZO PARFUMS, UNE COMÈTE PARMIS LES GRANDES MAISONS ENGAGÉES DU GROUPE

KENZO PARFUMS S'ENGAGE POUR UN MONDE PLUS BEAU. PARMIS LES DIFFÉRENTES INITIATIVES MISES EN PLACE PAR LA MAISON, QUELLE EST CELLE QUI VOUS SEMBLE PARTICULIÈREMENT EXEMPLAIRE AU SEIN DU GROUPE LVMH?

Depuis 2021, KENZO Parfums a pris une décision inspirante : choisir des ambassadeurs et ambassadrices de marque qui ne soient pas des acteurs ou chanteurs professionnels. Cette approche est vraiment originale dans le secteur de la cosmétique et contribue à changer l'imaginaire du luxe. Choisir l'agricultrice Charlotte Masami Lavault comme égérie pour le célèbre parfum FLOWER BY KENZO et le revendiquer sur les campagnes publicitaires est un acte fort. J'ai eu la chance de faire sa rencontre et ai été touchée par la vision de cette jeune femme qui souhaite rendre l'écologie séduisante et irrésistible. C'est en effet dans le même état d'esprit que la stratégie LIFE 360 du Groupe LVMH a été pensée : se transformer pour concevoir des produits d'autant plus désirables qu'ils sont en harmonie avec la nature.

KENZO PARFUMS SE TRANSFORME POUR SE RÉINVENTER ET POUR RENDRE LE MONDE PLUS BEAU. COMMENT LA TRANSFORMATION DE KENZO PARFUMS S'INSCRIT-ELLE DANS LA STRATÉGIE ENVIRONNEMENTALE DE LIFE 360 ?

LIFE 360 structure les ambitions du Groupe et constitue un cadre pour les Maisons dans

◆ TÉMOIGNAGE

Echange avec Hélène Valade,
Directrice Environnement
du Groupe LVMH



lequel chacune d'entre elles est libre d'agir. Les engagements de KENZO Parfums répondent parfaitement à ceux de LIFE 360. En moins de 3 ans, KENZO Parfums a réussi à inscrire son engagement au cœur de la conception de ses produits et de ses process de fonctionnement et les premiers résultats sont déjà visibles. Cela démontre qu'il est possible d'être performant économiquement tout en réduisant ses impacts sur l'environnement. Grâce à la mobilisation de ses équipes et à son univers exceptionnel, KENZO Parfums a été en mesure d'offrir un univers inspirant, poétique et créatif. C'est vraiment remarquable dans un temps si court.

QUEL CONSEIL DONNERIEZ-VOUS AUX ÉQUIPES KENZO ?

Je ne peux que les encourager à garder leur humilité, leur capacité à challenger leur manière de faire et leur volonté de s'améliorer constamment pour aller plus loin. KENZO Parfums est une petite Maison au sein du Groupe LVMH et cette taille est un atout car elle permet de tester des choses, de sortir des sentiers battus et d'avoir plus de liberté pour agir et se réinventer. Je suis attentivement les actions et initiatives lancées par la Maison car KENZO Parfums constitue pour moi un exemple de réinvention réussi.

“Je suis attentivement les actions et initiatives lancées par la Maison car KENZO Parfums constitue pour moi un exemple de réinvention réussi.”



NOS RÉSOLUTIONS POUR UN MONDE PLUS BEAU

-30%

PLASTIQUE D'ORIGINE FOSSILE vierge en moyenne dans les produits KENZO d'ici 2026.

100%

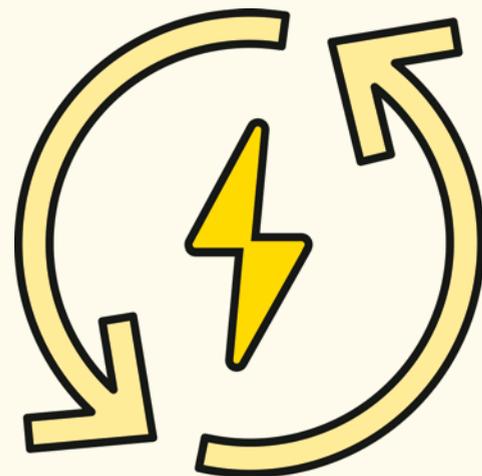
de nos flacons et pots en verre intégreront **UNE PART DE MATIÈRES RECYCLÉES** d'ici 2026.

90%

D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE minimum dans les soins¹ depuis 2021 et dans les nouveaux parfums mis sur le marché à partir de 2024.

100%

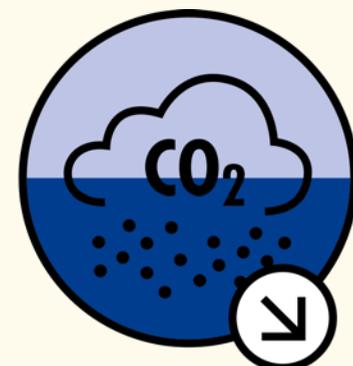
DE NOS INGRÉDIENTS NATURELS ICONIQUES SONT ÉVALUÉS AVEC SUCCÈS PAR L'UEBT* dès 2023 : rose, fleur d'oranger, bois de santal, lotus et patchouli.



100% D'ÉNERGIE D'ORIGINE RENOUEVABLE dans les sites en propre de KENZO Parfums (Manufactures, Bureaux) dès 2023.

100%

de cadeaux **RÉUTILISABLES** ou recyclables dès 2023.



-50%

D'ÉMISSIONS DE CO₂ d'ici 2026 (scope 1 & 2 du GHG protocol - vs. 2019). Objectif du scope 3 en cours de définition.



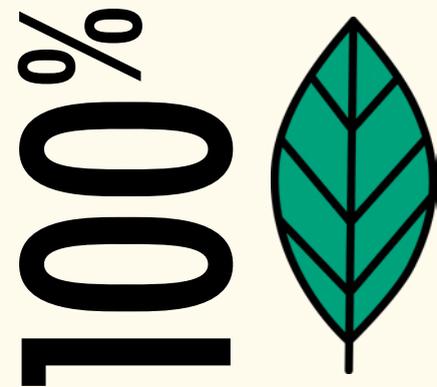
JEUNES SENSIBILISÉS À LA BIODIVERSITÉ et la beauté des fleurs locales et de saison à travers le programme de bourses du Bamboo U Project porté par Orin Hardy à Bali et de la Flower School de Masami Charlotte Lavault, située à Rambouillet, d'ici 2026.

1000000

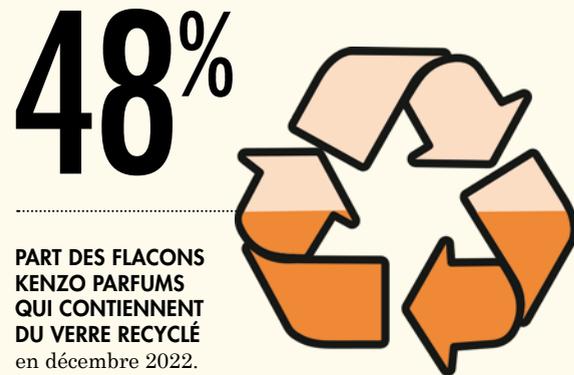
ARBRES À FLEURS plantés par KENZO dès 2023.

NOS ENGAGEMENTS EN CHIFFRES

PACKAGING



DES ÉTUIS KENZO PARFUMS SONT ISSUS DE FORÊTS GÉRÉES DURABLEMENT certifié FSC™ ou de sources contrôlées.



PART DES FLACONS KENZO PARFUMS QUI CONTIENNENT DU VERRE RECYCLÉ en décembre 2022. En décembre 2021, ce pourcentage était de 11%.

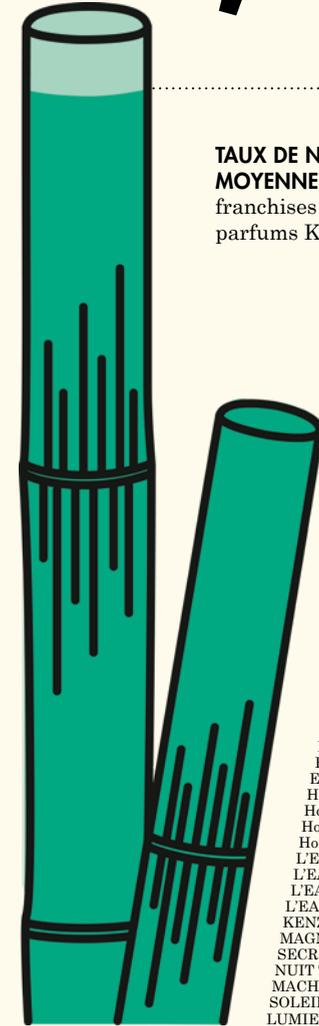


PART DE PLASTIQUE RECYCLÉ OU BIOSOURCÉ intégrés dans les produits KENZO Parfums mis sur le marché en 2022. Cela représente 6% des volumes de plastique mis sur le marché par KENZO Parfums en 2022.



FORMULE

89,4%



TAUX DE NATURALITÉ EN MOYENNE au sein des 4 franchises iconiques* des parfums KENZO.

* Flower by KENZO : Flower by KENZO EDP, Flower by KENZO L'ABSOLUE, Flower by KENZO EDT, Flower by KENZO POPPY BOUQUET EDP, Flower by KENZO EDT - KENZO HOMME : KENZO Homme EDP, KENZO Homme EDT, KENZO Homme EDTI - L'EAU : L'EAU POUR FEMME, L'EAU POUR HOMME, L'EAU FLORALE, L'EAU BOISE - Collection KENZO Memori : CIEL MAGNOLIA, CEDRE SECRET, REVE LOTUS, NUIT TATAMI, POWDRE MACHA, CŒUR AZUKI, SOLEIL THE, ENCENS LUMIERE

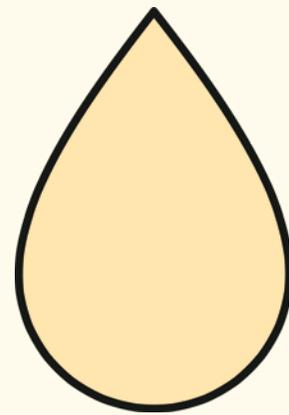


1er

KENZO est la première MAISON DU GROUPE LVMH À AVOIR FAIT CERTIFIER une filière iconique selon le standard UEBT. Il s'agit du lotus sacré utilisé dans KENZOKI.

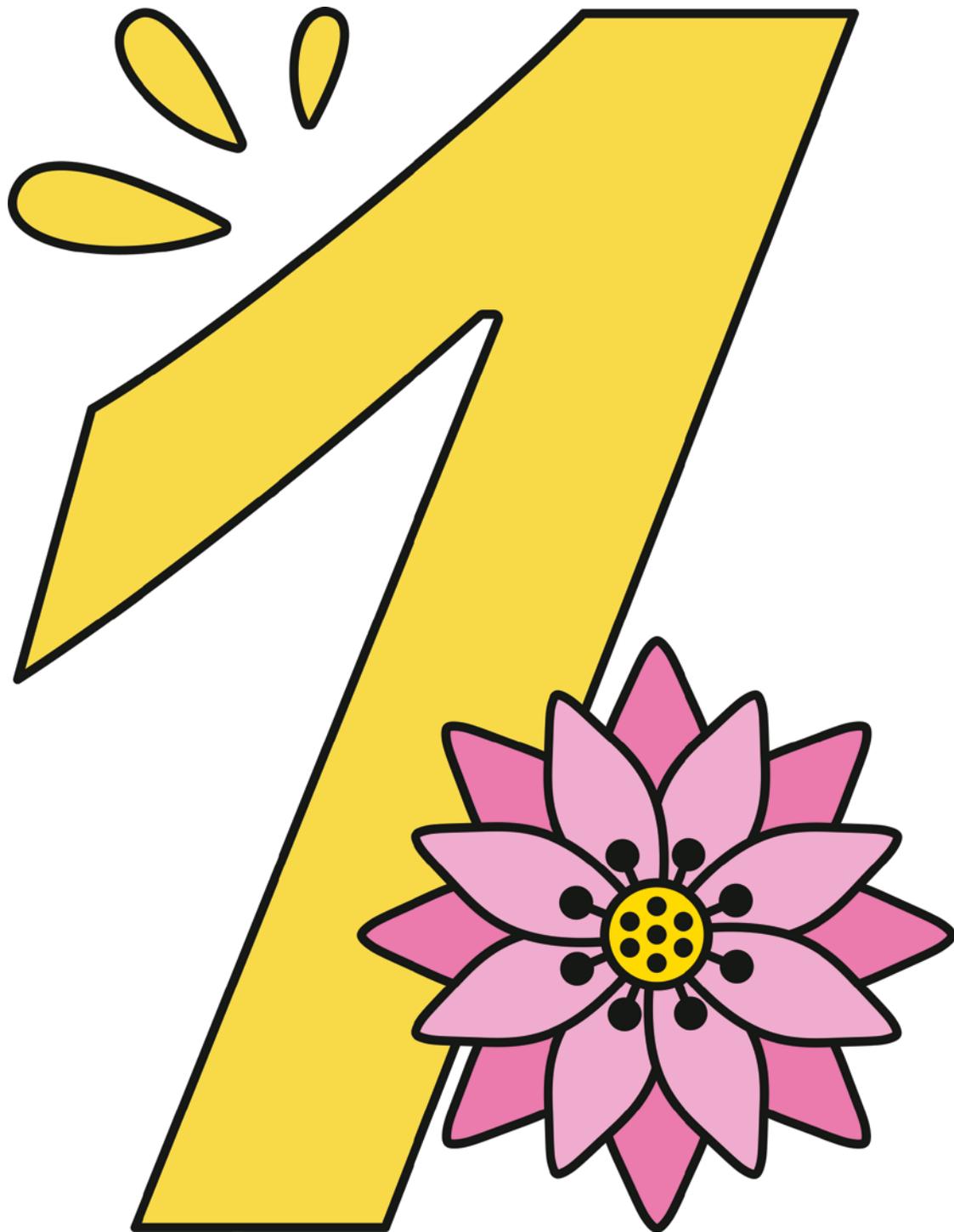
100%

100% de la ligne de soins KENZOKI COMMERCIALISÉE CHEZ SEPHORA EUROPE EST INTÉGRÉ AU PROGRAMME GOOD FOR YOU.



100%

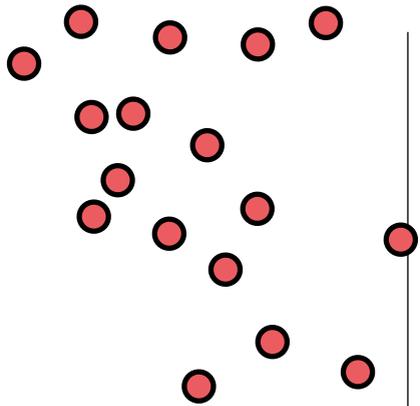
DE L'ALCOOL UTILISÉ dans les produits KENZO est fabriqué à partir de betteraves cultivées À MOINS DE 500 KM DE L'USINE FRANÇAISE DE KENZO PARFUMS.

PARTIE 1

DES PRODUITS EN PLUS GRANDE HARMONIE AVEC LA NATURE

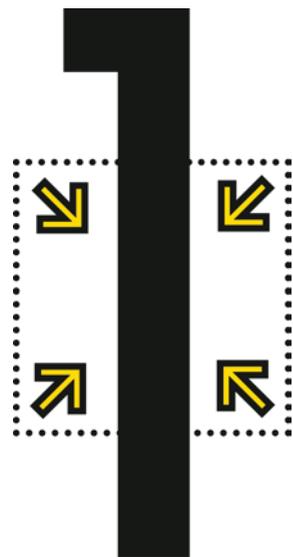
Se remettre sans cesse en question, toujours s'améliorer...
Cherchant à allier esthétique et engagements, et sans compromis
sur la qualité, KENZO Parfums veut faire bouger les lignes.
Faire un pas de côté pour démontrer que luxe et responsabilité,
éco-conception et créativité sont les quatre points cardinaux
d'une beauté vertueuse, efficace et engagée.

LES PRINCIPES D'ÉCO-CONCEPTION AUXQUELS NOUS CROYONS

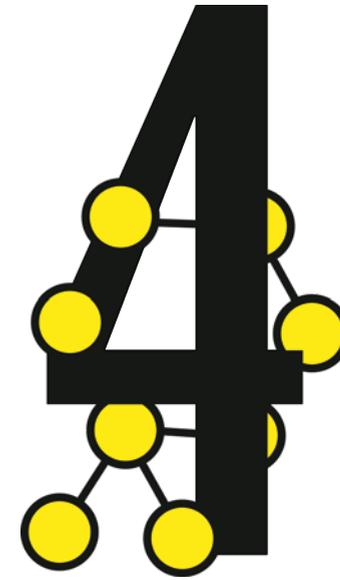
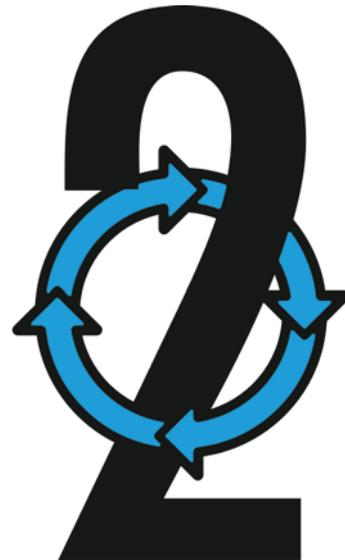


MOINS = PLUS (ET MIEUX)

**Redimensionner
les packs** par
la diminution de
leur poids,
de leurs volumes.



**Concevoir des
produits
rechargeables
et/ou recyclables
en fin de vie.**



**Adopter des
alternatives au
plastique fossile,**
utiliser des papiers
et cartons issus
de forêts gérées
durablement
et du verre et du
plastique recyclés
ou biosourcés.

**Formuler et
reformuler
nos produits
sans ingrédients
controversés*.**

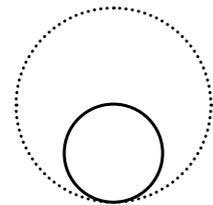
**Engager une
démarche
de traçabilité** de
nos ingrédients
naturels et
s'engager pour
des filières
respectueuses
de l'environnement
et des personnes
pour nos
ingrédients
iconiques : lotus
sacré, rose,
fleur d'oranger,
patchouli,
bois de Santal.

* Selon une charte interne restrictive d'ingrédients.

RÉDUIRE, RÉUTILISER, RÉCYCLER SONT LES MOTS CLÉS DE NOTRE ENGAGEMENT

Pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés, KENZO Parfums mesure l'intégration des principes d'éco-conception dans le développement de tous ses nouveaux produits, et sur l'ensemble des produits proposés à la vente. Ces derniers font ainsi l'objet d'une évaluation environnementale sur 20 grâce à un outil créé en 2014 par le Groupe LVMH : l'Indice de Performance Environnementale (IPE).

Chaque emballage est noté en fonction du poids, du volume, du nombre de couches et de la séparabilité des matériaux en vue de leur recyclage. En décembre 2022, l'IPE moyen des produits de soin et de parfum a respectivement progressé de 60% et 89% par rapport à février 2020. L'IPE moyen d'un parfum KENZO se situe à 10,4 et à 15,6 pour un produit KENZOKI en décembre 2022.

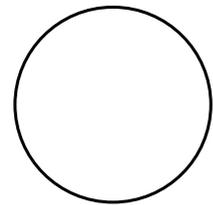


-11%

en 2022 par rapport à 2020

OBJECTIF

-30% de plastique d'origine fossile vierge en moyenne dans les produits KENZO d'ici 2026*.



100%

De nos flacons et pots en verre intégreront une **part de matières recyclées** d'ici 2026.

SITUATION À DATE
48% en 2022

ALLER TOUJOURS PLUS LOIN

Au-delà de ces deux objectifs, la maison a fait le choix de ne pas utiliser d'aimants dans ses produits et de ne plus lancer de nouveauté avec des lests.

LA PREUVE PAR L'EXEMPLE

La collection **KENZO Memori** se dote d'un capot de 15 grammes. Le capot de la ligne KENZO Memori ne pèse que 15 grammes, ce qui en fait le capot le plus léger au sein de KENZO Parfums. Sa conception a été pensée sans lest et la manière première utilisée est un matériau recyclable composé à 30% de matières recyclées post-consommation.



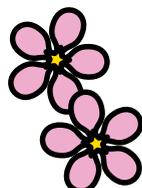
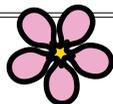
LES FORMULES ET LES INGRÉDIENTS NATURELS

Rassurer nos consommateurs est essentiel pour nous. Pour cela, KENZO Parfums assure en priorité la sécurité en respectant les réglementations et normes internationales les plus strictes au monde. La Maison applique le principe de précaution au-delà des exigences réglementaires et s'est donc dotée d'une liste d'ingrédients que la maison s'interdit d'utiliser dans des nouvelles formules.

Si la Maison KENZO vise à atteindre un taux d'ingrédients d'origine naturelle de plus de 90% dans sa ligne de soin¹ et dans ses nouveaux parfums, elle ne cherche pas à opposer naturalité et ingrédients de synthèse. KENZO Parfums érige le principe de précaution en tant que règle intransigeante : nos formules vont au-delà des réglementations cosmétiques les plus restrictives au monde. Ainsi, nous nous interdisons d'utiliser un certain nombre d'ingrédients controversés : pas de parabènes, pas de BHA (hydroxyanisole butylé), pas de silicone D4 (cyclotetrasiloxane), pas de phtalates.

ALLER TOUJOURS PLUS LOIN

Conscient que l'alcool constitue la 1^{ère} matière première consommée chaque année par KENZO Parfums, la maison est actuellement en discussion avec Cristal Union, le principal fournisseur d'alcool de son usine, en vue de soutenir un projet permettant la transition agroécologique de la filière betterave française. Un projet sera lancé en 2023.



¹ Sauf produits UV shield car à date nos laboratoires n'arrivent pas à utiliser des filtres naturelles qui assurent la protection et la sensorialité attendue par la gamme.

* Flower by KENZO: Flower by KENZO EDP, Flower by KENZO L'ABSOLUE, Flower by KENZO EDT, Flower by KENZO POPPY BOUQUET EDP, Flower by KENZO EDT - KENZOHOMME : KENZO Homme EDP, KENZO Homme EDT, KENZO Homme EDTI - L'EAU : L'EAU POUR FEMME, L'EAU POUR HOMME, L'EAU FLORALE, L'EAU BOISE - COLLECTION KENZO Memori : CIEL MAGNOLIA, CEDRE SECRET, REVE LOTUS, NUIT TATAMI, POUVRE MACHA, CŒUR AZUKI, SOLEIL THE, ENCENS LUMIERE

** Depuis 2021, KENZO Parfums est membre de l'UEBT, Union for Ethical BioTrade, une organisation à but non lucratif qui promeut l'approvisionnement avec respect dans le but de contribuer à un monde dans lequel les Hommes et la biodiversité prospèrent.



de nos ingrédients naturels iconiques sont évalués avec succès par l'UEBT** : rose, fleur d'orange, bois de santal, lotus et patchouli avec succès d'ici 2023.

SITUATION À DATE

60% des ingrédients ont été évalués par l'UEBT en 2022 (Nos filières de fleurs d'orange, patchouli et lotus sacré répondent au niveau "Responsible Sourced" de l'UEBT.)

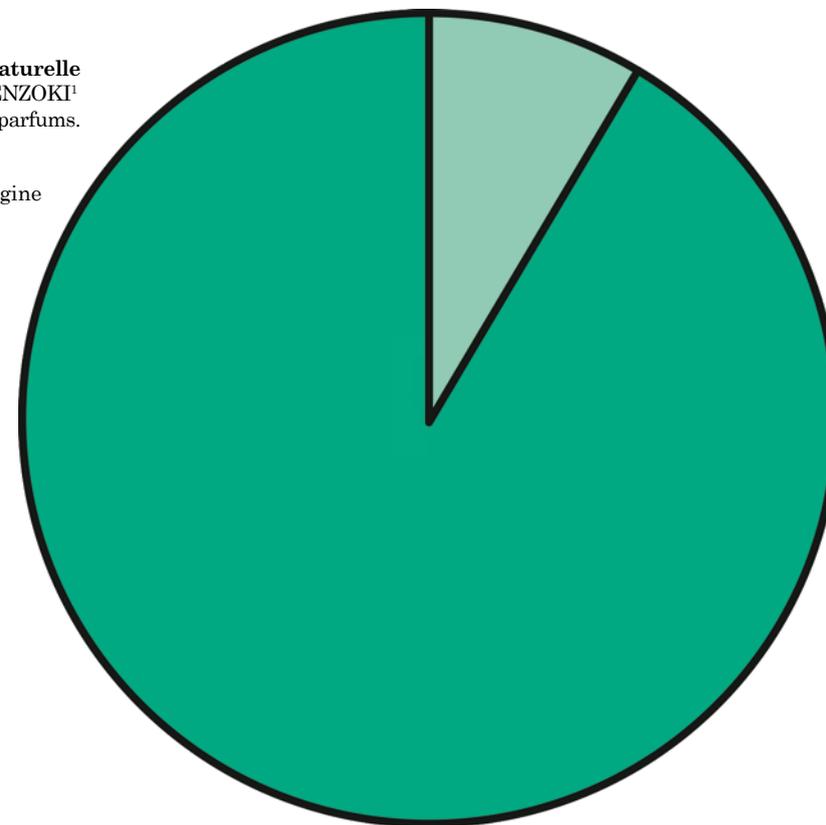
90%

d'ingrédients d'origine naturelle minimum dans les soins KENZOKI¹ et dans les nouveaux briefs parfums.

SITUATION À DATE

89,4% d'ingrédients d'origine naturelle en moyenne au sein des 4 franchises iconiques* des KENZO Parfums.

100% des nouveaux jus mis sur le marché en 2024 auront un taux de naturalité supérieur à 90%.



◆ TÉMOIGNAGE

Echange avec Alberto Morillas,
Maître Parfumeur de la franchise
FLOWER BY KENZO.



KENZO PARFUMS A PRIS L'ENGAGEMENT DE FORMULER TOUS SES NOUVEAUX PARFUMS AVEC UN TAUX DE NATURALITÉ MINIMUM DE 90%. COMMENT ABORDEZ-VOUS CETTE EXIGENCE ?

Avec Flower by KENZO, nous sommes dans un voyage créatif, et cela depuis plus de vingt ans. Nous avons toujours utilisé des matières premières naturelles précieuses comme la rose Damascena, fleur iconique de Flower ou la fleur d'oranger cultivée avec amour au Maroc. Cette exigence de la Maison me pousse à travailler différemment car viser des taux de naturalité plus élevés signifie composer avec une palette olfactive plus réduite. Pour autant, chaque parfum doit avoir une âme, une histoire et délivrer une émotion avant même d'être naturel. J'apprécie donc l'approche raisonnée de KENZO Parfums de ne pas opposer les ingrédients naturels et les ingrédients de synthèse.

POURQUOI EST-CE IMPORTANT D'AVOIR ÉGALEMENT DES INGRÉDIENTS DE SYNTHÈSE DANS LA PALETTE DU PARFUMEUR ?



L'opposition entre synthétiques et naturels ne fait pas sens, tant les deux sont nécessaires à la composition d'un parfum. La signature unique de Flower By KENZO, sa tenue et sa diffusion, s'explique notamment par la présence du Musc. Il est faux de croire qu'un ingrédient de synthèse est nécessairement moins cher et plus dangereux pour la santé et l'environnement. Le futur du parfum, c'est une palette olfactive qui combine des ingrédients naturels sourcés dans le respect des hommes et de la nature et des synthétiques issus de la chimie verte.

EN QUOI LA SIGNATURE DE KENZO PARFUMS "POUR UN MONDE PLUS BEAU" VOUS INSPIRE DANS VOS NOUVELLES CRÉATIONS ?

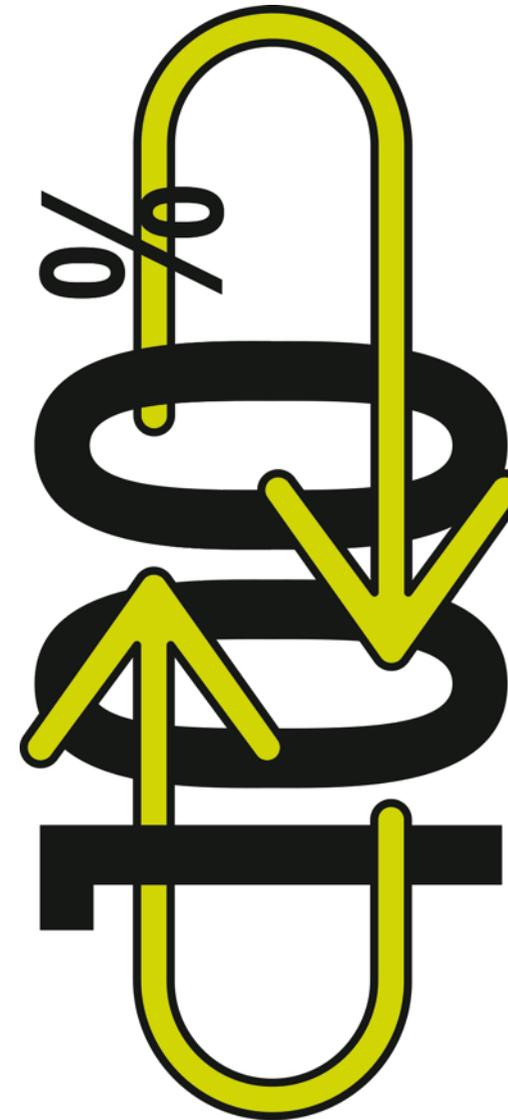
Cela fait 20 ans que je crée pour KENZO Parfums. Et j'ai toujours eu un profond respect pour la place accordée par cette Maison à la création, aux couleurs et aux arts. Cette signature unique me donne beaucoup de liberté pour explorer de nouvelles frontières, aller toujours plus loin, et in fine créer l'émotion que toutes les créations doivent apporter.

"Cela fait 20 ans que
je crée pour
KENZO Parfums.
Et j'ai toujours eu
un profond respect pour
la place accordée
par cette Maison à
la création, aux couleurs
et aux arts."



GWP* ET POINTS DE VENTE

Afin de sensibiliser nos consommateurs, nous avons pris l'engagement de leur dédier des cadeaux utiles et engagés. Et nous montrons aussi l'exemple sur nos points de vente.



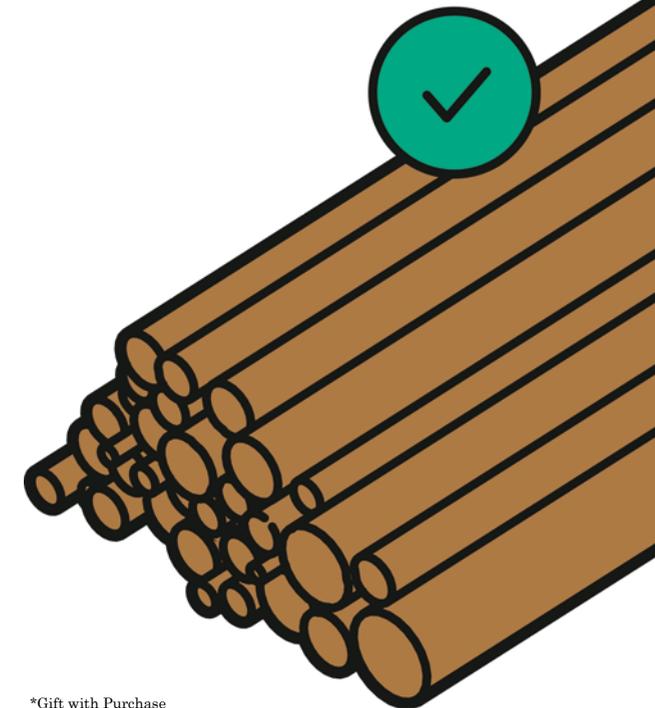
de GWP* réutilisables ou recyclables dès 2023

SITUATION À DATE
100 % des GWP sont des produits réutilisables. La maison est en train de renforcer l'utilisation de lin, le Lyocell et de PET recyclé en alternative au coton conventionnel que nous pouvons utiliser à date.

100%

de bois issus de forêts certifiées ou contrôlées dans le mobilier et la PLV* de KENZO Parfums dès 2023

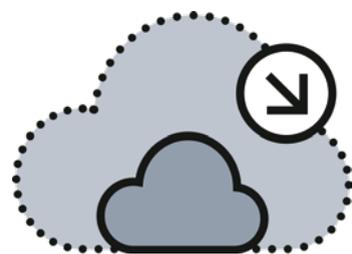
SITUATION À DATE
100% des briefs PLV et mobiliers exigent du bois ou des fibres de bois issus de forêts gérées durablement.



*Gift with Purchase

USINE ET TRANSPORT

En 2022, KENZO Parfums a mis à jour son bilan Carbone qui a permis de réaffirmer que la réduction des émissions de CO₂ de notre Maison doit porter prioritairement sur le transport de ses produits, l'éco-conception des emballages et la performance énergétique de nos sites.

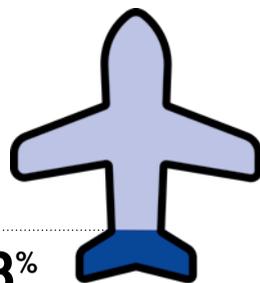


-50%

d'émissions de CO₂ d'ici 2026.
(scope 1 & 2) par rapport à 2019

SITUATION À DATE

285 tonnes de CO₂ émises par la manufacture et le siège de KENZO Parfums en 2022 en diminution de 16% par rapport à 2019. Entre 2019 et 2022, l'usine qui fabrique les produits KENZO Parfums a réduit sa consommation énergétique de 10,2% grâce aux investissements réalisés.

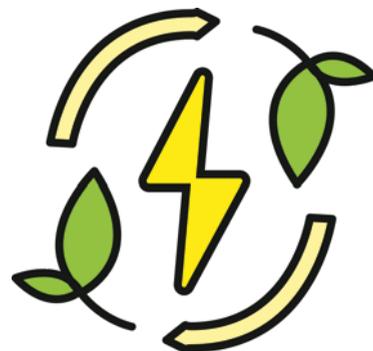


13%

des produit KENZO Parfums étaient transportés par avion depuis l'entrepôt KENZO Parfums basé en France et les distributeurs de la Maison à travers le monde en 2022 (en tonnes transportées).

OBJECTIF

10% des produits KENZO Parfums **transportés par voie aérienne** d'ici 2023.



100%

d'énergie d'origine renouvelable dans les sites en propre de KENZO Parfums (Manufactures, Bureaux) dès 2023.

SITUATION À DATE

54% d'énergie renouvelable en 2022 (dont 100% d'électricité d'origine renouvelable).

ALLER TOUJOURS PLUS LOIN

La Maison KENZO Parfums a pris l'engagement de s'approvisionner en composants d'emballage auprès de fournisseurs basés en Europe, proches de nos ateliers de production, afin de limiter notre empreinte carbone. En 2022, 83%* des composants des emballages KENZO Parfums étaient fabriqués en France et 95%* en Europe de l'Ouest (France, Allemagne, Italie, Pays-Bas).

* en volume d'achat (€)



COMMENT LA MANUFACTURE KENZO S'ENGAGE-T-ELLE POUR UN MONDE PLUS BEAU ?

Tout d'abord, il me paraît important de préciser que les parfums KENZO sont tous fabriqués en France dans notre site de Vervins, un site qui dispose de la certification environnementale ISO 14001 depuis 2015. Cela donne un cadre exigeant à notre démarche environnementale.

En ligne avec les engagements de la Maison, le site s'engage au quotidien pour réduire sa consommation de gaz (-24% entre 2021 et 2022), de CO₂ associé (-16% entre 2021 et 2022) et atteindre un taux élevé de valorisation de ses déchets (96% en 2022). Les actions et résultats obtenus sont des critères fondamentaux de notre performance industrielle.

QUELLES INITIATIVES RETENEZ-VOUS COMME PARTICULIÈREMENT IMPACTANTES ?

Après avoir réalisé des investissements continus ces dernières années pour par exemple mieux isoler les bâtiments ou installer un système d'éclairage à base de LEDs, le site s'est équipé à l'automne 2022 d'une toute nouvelle chaudière biomasse, pour un gain estimé de 10% de consommation d'énergie en moins chaque année. En parallèle et depuis 2023, le site consomme du biométhane, un "gaz vert" produit en France. Grâce à cette action, notre site consomme désormais 100% d'énergie d'origine renouvelable.

VOUS ÊTES LE NOUVEAU DIRECTEUR DE LA MANUFACTURE DES KENZO PARFUMS DEPUIS 2022. EN QUOI LES ENGAGEMENTS DE LA MAISON VOUS INSPIRENT ?

S'engager pour un monde plus beau est une mission qui résonne auprès des équipes et de moi-même. Je considère que chacun doit apporter sa contribution pour s'engager dans une démarche plus respectueuse de notre écosystème. Nous savons toutes et tous ici que la transformation de KENZO Parfums passera par la transformation de son atelier de production.

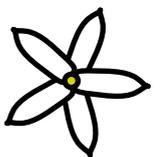
Cet engagement nous pousse à nous améliorer toujours un peu plus et à imaginer des solutions pour aller plus loin. C'est une profonde source d'inspiration et de motivation !

★ TÉMOIGNAGE

Rencontre avec Cyril Caron, Directeur de l'usine KENZO Parfums qui nous explique les investissements réalisés en 2022 pour améliorer la performance environnementale du site.



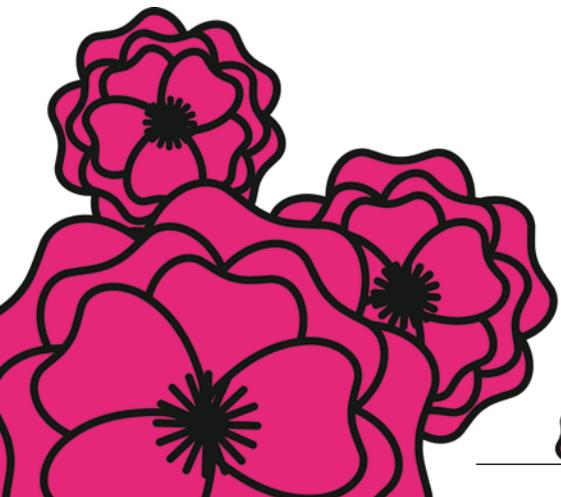
"S'engager pour un monde plus beau est une mission qui résonne auprès des équipes et de moi-même."





PARTIE 2

UN ENGA
GEMENT
MILITANT
POUR LES
FLEURS &
L'HORTI
CULTURE
DURABLE



UNE CAUSE FORTE

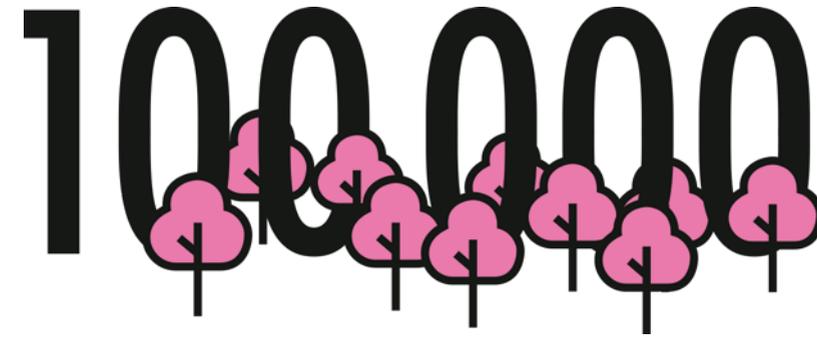
LES FLEURS LOCALES ET DE SAISON

L'amour des fleurs est dans l'ADN de KENZO Parfums. Les aider à s'épanouir sans contrainte, ne pas forcer la nature font partie de nos actes militants.



100% des fleurs fraîches utilisées en France par KENZO Parfums (événements, interne, magasins...) sourcées auprès de partenaires engagés dans la floriculture durable.

SITUATION À DATE
Les équipes KENZO Parfums ont un partenariat avec un réseau de fleuristes engagés permettant de recourir à des fleurs locales et saison sur les événements de la Maison.



arbres à fleurs plantés par KENZO Parfums d'ici 2023 en partenariat avec Reforest'Action.

SITUATION À DATE
88.200 arbres plantés par KENZO Parfums à fin 2022 en France, en Chine, en Allemagne et en Indonésie. Ces arbres permettront de stocker 13230 tonnes de CO₂ en 30 ans.



jeunes sensibilisés à la biodiversité et la beauté des fleurs locales et de saison à travers le programme de bourses du Bamboo U Project porté par Orin Hardy à Bali et de la Flower School de Masami Charlotte Lavault, située à Rambouillet, d'ici 2026.

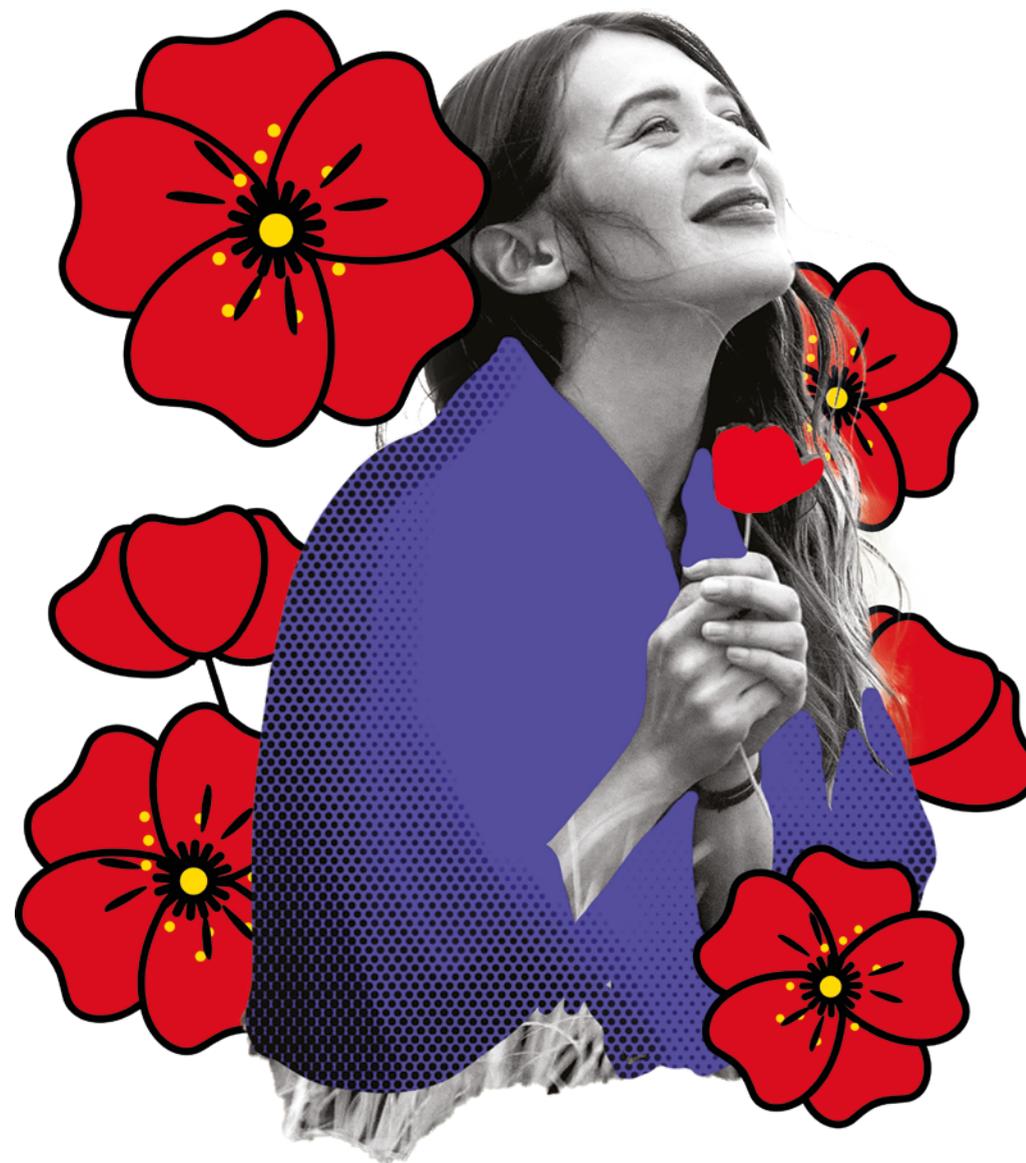
SITUATION À DATE
KENZO Parfums ouvrira cette action à partir de 2023. En 2022, la Maison a cependant organisé des ateliers floraux à destination de ses collaborateurs dans le but de les sensibiliser à cette jolie cause.

UNE COMMUNAUTÉ

Pour porter notre vision, nous nous appuyons sur des personnalités engagées en faveur de l'environnement. Nous avons fait le choix d'unir nos forces à des ambassadeurs inspirants et inspirés. Engagés pour un monde plus beau, ils ont initié des projets à long terme croisant éducation et réalisations concrètes à l'instar du partenariat avec Orin Hardy qui promeut un habitat durable par le biais du bambou.



Orin Hardy est le visage de KENZO Homme depuis 2021 : fondateur de Bamboo U, situé à Bali, en Indonésie, il s'agit d'une initiative et école qui œuvre pour un habitat durable, grâce au bambou et ses incroyables capacités de croissance et de restauration des terres dégradées. En partageant ses connaissances sur la construction et le design, Orin souhaite explorer d'autres manières de construire pour vivre en plus grande harmonie avec la nature. KENZO Parfums a financé dix bourses d'études pour donner l'opportunité à des étudiants du monde entier de suivre les cours de Bamboo U.



Masami Charlotte est, à partir de 2022, le nouveau visage de FLOWER BY KENZO : surnommée la "Flower Activiste", Masami est l'incarnation militante et inspirante de la femme Flower. D'origine franco-japonaise, cette floricultrice a créé Plein Air Paris, la première ferme à fleurs à Paris, puis la première ferme florale urbaine de France. KENZO Parfums soutient l'engagement personnel de Masami pour une flori-

culture de proximité, respectueuse des saisons et du rythme de la nature.

En mars 2023, la maison KENZO Parfums a lancé une série exclusive de podcasts intitulé FLOWERS, dans lesquels Masami part à la rencontre d'autres acteurs et actrices du monde de la fleur, en France et à l'étranger, pour partager leur vision et leur œuvre pour une floriculture plus responsable.

◆ TÉMOIGNAGE

Rencontre avec Mateo D. Sáenz, bénéficiaire d'une des 10 bourses parrainées par KENZO Parfums au sein de la *Bamboo U School* d'Orin Hardy.



QUAND ET POURQUOI AVEZ-VOUS DÉCIDÉ DE REJOINDRE LE PROJET BAMBOO U? LA BOURSE A-T-ELLE ÉTÉ UN DÉCLENCHEUR?

J'ai rejoint le programme Bamboo U de 11 jours en mars 2022 avec deux collègues. Ce fut une opportunité incroyable pour nous de rejoindre les formateurs et l'équipe de menuiserie sur le terrain à Bali. J'ai connu Bamboo U pour la première fois lorsque leur premier cours en ligne a été lancé. Le cours consistait en plusieurs modules, le dernier étant la construction d'un prototype à petite échelle pour valider mon cursus. J'ai ainsi imaginé une yourte pensée comme un hébergement d'urgence entièrement en bambou. Nous avons décidé de construire le prototype grandeur nature de la yourte en bambou à l'été 2022. Cela nous a rendus encore plus intéressés par la possibilité de rejoindre l'équipe à Bali. Lorsque la bourse a été annoncée, nous avons vu cela comme notre chance d'aller en Indonésie rencontrer Orin et cet écosystème incroyable. Cette bourse a été le catalyseur du démarrage de notre entreprise.

QUE RETENEZ-VOUS DE CETTE EXPÉRIENCE?

Bamboo U dispose d'un réseau international d'experts passionnés par l'architecture et le design en bambou. Cette rencontre était un moyen unique pour moi d'interagir avec une communauté de personnes talentueuses et bienveillantes. Ce que je retiens du programme, c'est l'expérience, les connaissances et la confiance nécessaires pour mener à bien mon voyage autour du bambou.

COMMENT VOUS ENGAGEZ-VOUS POUR RENDRE CE MONDE MEILLEUR ?

Pour rendre ce monde meilleur, je souhaite donner aux autres les moyens de rêver, de créer et d'interagir avec leur environnement en utilisant des matériaux écologiques. Je souhaite que d'autres trouvent l'inspiration à travers les projets autour du bambou comme matériau de construction.

"Ce que je retiens du programme, c'est l'expérience, les connaissances et la confiance nécessaires pour mener à bien mon voyage autour du bambou."

PARTIE 3

NOS ACTIONS CONCRÈTES SUR NOS FRANCHISES ICONIQUES

Faire mieux, aller plus loin et toujours dans un esprit collectif : cela fait partie de notre ADN. Les actions de KENZO Parfums signent un engagement de tous les jours. Le chemin est long et nous savons qu'il reste beaucoup à faire, mais notre volonté de s'améliorer reste inébranlable.

FLOWER BY KENZO

NOS ACTIONS CONCRÈTES
EN FAVEUR
D'UN MONDE PLUS BEAU



Lancement du premier système de recharge sur le format 100ml de la franchise FLOWER BY KENZO EDP en 2022.

Diminution de la taille du capot pour économiser 5 tonnes de plastique par an.

Recherche permanente d'alternatives à la matière plastique actuellement utilisée sur le capot.

100% des étuis en papier certifié FSC mixte.

En 2023, intégration d'un capot en verre sur le nouveau FLOWER IKEBANA BY KENZO permettant ainsi l'utilisation de moins de 4% de plastique fossile vierge sur ce nouveau flacon.

Inclusion de 15 à 20% de verre recyclé depuis 2021.



88,4% d'ingrédients d'origine naturelle* en moyenne sur la franchise avec un taux supérieur à 90% sur les lancements 2022 (FBK Absolue et FBK Poppy Bouquet EDT).

Evaluation selon le standard UEBT de la filière de fleur d'oranger en 2021 et programmé en 2023 sur la violette et la rose.



Flacon, pompe, capot et étuis **fabriqués en France**.

Parfum fabriqué en France dans une **usine bénéficiant de la certification environnementale ISO 14001**.

* Selon la norme ISO 16128. Dans la Franchise, le taux minimum est de 84,8 %.





KENZO HOMME

NOS ACTIONS CONCRÈTES
EN FAVEUR
D'UN MONDE PLUS BEAU



Diminution du poids de verre de la nouvelle version du flacon (-23% sur 100 ml).

Conception d'un capot évidé pour économiser 24% de matière vs le capot initialement imaginé.

100% des étuis en papier certifié FSC mixte.

Recherche permanente d'alternative au plastique fossile et intégration progressive de plastique recyclé dans le capot : des 1^{ers} essais avec 30% de matière recyclée dans KENZO HOMME Eau de Toilette.

Inclusion de 10% de verre recyclé en 2021 qui passe à 15% en 2022 avec l'arrivée de l'Eau de Parfum.



93% d'ingrédients d'origine naturelle* minimum dans toutes les variations de la franchise.

Evaluation "Responsibly Sourced" en 2022 de la filière de patchouli selon les standards de l'UEBT*.



Association/Collaboration avec un ambassadeur militant en 2021 : Orin Hardy.

Flacon, pompe, capot et étuis **fabriqués en France**.

Parfum fabriqué en France dans une **usine bénéficiant de la certification environnementale** ISO 14001.

* Selon la norme ISO 16128.

KENZOKI

NOS ACTIONS CONCRÈTES
EN FAVEUR
D'UN MONDE PLUS BEAU



20% en moyenne de plastique recyclé au relancement de la gamme.

61% des références KENZOKI contiennent des matières recyclées en 2022.

100% des étuis en papier certifié FSC mixte.

Recherche permanente d'alternatives au plastique fossile vierge.



Au moins **90% d'ingrédients d'origine naturelle***.

Reconnaissance en 2021 des principes de formulation par Sephora avec l'**attribution du label Good for YOU sur toute la gamme.**

Obtention de la certification UEBT en 2022. Le lotus sacré constitue la 1^{ère} filière du Groupe LVMH ayant été certifiée.



Pot, pompe, capot et étuis **fabriqués en France.**

Parfum fabriqué en France dans une **usine bénéficiant de la certification environnementale ISO 14001.**



* Selon la norme ISO 16128 - Sauf UV Shield





LA COLLECTION MEMORI

NOS ACTIONS CONCRÈTES
EN FAVEUR
D'UN MONDE PLUS BEAU



Capot monomatière très léger (seulement 15 grammes) comprenant 30% de plastique recyclé.

Inclusion de 15% de verre recyclé depuis 2021.

100% des étuis en papier certifié FSC mixte.



88,2% d'ingrédients d'origine naturelle* en moyenne sur la franchise avec un taux supérieur à 91% pour le parfum signature de la collection : CIEL MAGNOLIA.



Flacon, pompe, capot et étuis **fabriqués en France.**

Parfum fabriqué en France dans une **usine bénéficiant de la certification environnementale ISO 14001.**

* Selon la norme ISO 16128.

ANIMATIONS EN POINTS DE VENTE

NOS ACTIONS CONCRÈTES
EN FAVEUR
D'UN MONDE PLUS BEAU

-22 TN

Depuis 2021, les coffrets de Noël, de Fêtes des Mères et Pères sont réalisés sans plastique ou à partir de carton issu de forêts gérées durablement, permettant une économie de 22 tonnes de plastique par an.

Intégration progressive de bois issu de forêts gérées durablement dans le mobilier de merchandising, avec pour objectif d'atteindre 100% en 2023.

Remise de cadeaux utiles et réutilisables en donnant une seconde vie aux objets KENZO Parfums.

100%

100% des PLV* KENZO Parfums sont en carton issu de forêts gérées durablement certifié FSC ou d'autres sources contrôlées.



POUR ALLER PLUS LOIN...

COMPRENDRE LES OBJECTIFS RSE DE KENZO PARFUMS

Transparence et honnêteté sont les maîtres mots de notre engagement. Chaque jour, notre volonté d'aller plus loin, de faire toujours plus et toujours mieux ne cesse de se renforcer. Mais il faut parfois savoir rester humble et reconnaître que, même avec la meilleure volonté, tout n'est pas immédiatement possible...

QUEL EST LE TAUX DE VERRE RECYCLÉ PCR EXIGÉ PAR KENZO PARFUMS ?

À ce jour, les verriers de parfumerie parviennent à intégrer au maximum entre 10 et 20% de verre recyclé sans impact sur la transparence et la clarté des flacons. Nous voulions nous fixer un objectif de 30% mais pour l'instant, il nous faut être patients pour faire encore mieux.

SE FIXER 30% DE MATIÈRES RECYCLÉES OU BIOSOURCÉES D'ICI 2026 ET NON PAS 100% EN 2026. POURQUOI SE FIXÉ UN OBJECTIF LIMITÉ ?

Nous voulions nous fixer 100% d'ici 2026 mais cela ne sera pas possible. 2026 peut sembler long et pourtant, c'est un défi bien plus ambitieux qu'on ne l'imagine. Notre Maison privilégie l'utilisation d'un plastique recyclé (PCR recyclé mécaniquement) spécifique, dans la qualité dite "foodgrade" – plastique compatible avec les produits alimentaires. Or, celui-ci est encore limité sur le marché et représente un défi technique pour être injecté. Le recours à ce type de plastique est d'ores et déjà systématisé dès que possible dans les plus hautes proportions réalisables. Conscient que ce type de plastique ne suffira pas à atteindre les objectifs fixés, KENZO Parfums se donne la possibilité d'utiliser du plastique recyclé chimiquement ainsi que des bioplastiques en s'interdisant cependant d'utiliser des ressources naturelles destinées à l'alimentation pour fabriquer du bioplastique, comme le plastique issu de la canne à sucre.

POURQUOI TOUS LES NOUVEAUX PRODUITS KENZO NE SONT-ILS PAS RECHARGEABLES ?

S'ils ne sont rechargeables aujourd'hui, les nouveaux parfums sont désormais conçus pour pouvoir être rechargés un jour. Par ailleurs, la recharge est pertinente d'un point de vue impact environnemental seulement lorsque les produits sont installés avec un taux de fidélisation très élevé. C'est le cas de FLOWER BY KENZO qui est disponible depuis 2022 en version rechargeable. Lorsque KENZO Parfums étudie la possibilité de développer des recharges, la Maison s'appuie sur un cabinet d'éco-conception pour mener des analyses de cycle de vie : ceux-ci permettent de définir à quel moment il est pertinent pour la réduction des impacts environnementaux de mettre sur le marché une recharge. Car n'oublions pas que développer une recharge qui ne se vend pas signifierait utiliser des ressources naturelles et générer des déchets pour rien.

90% DE NATURALITÉ POUR LES SOINS. POURQUOI PAS 100% ?

KENZO Parfums s'est fixé pour objectif d'utiliser un minimum de 90% d'ingrédients d'origine naturelle dans ses formules de soins et depuis 2022 pour ses nouveaux parfums également. La maison ne vise pas un taux de 100% car nous ne voulons pas opposer les ingrédients de synthèse avec les ingrédients naturels. La Maison croit dans la notion de "naturalité soutenable" et s'en-

gage donc à ce que ses ingrédients naturels stratégiques soient issus de filières responsables (selon le standard international de l'UEBT – Union for Ethical Bio Trade). En effet, nous avons pleinement conscience que naturalité ne rime pas nécessairement avec respect de l'environnement comme le montrent les dégâts causés par l'huile de palme non certifiée, un ingrédient pourtant naturel, sur la déforestation.

QUELS SONT LES INGRÉDIENTS STRATÉGIQUES NATURELS DE KENZO ? ET COMMENT ONT-ILS ÉTÉ SÉLECTIONNÉS ?

7 ingrédients naturels sont stratégiques pour la maison KENZO Parfums : l'alcool et la glycérine sont stratégiques car ils représentent plus de 70% des volumes d'ingrédients naturels achetés par la Maison. Et le lotus, la rose, la fleur d'oranger, la bois de Santal et le patchouli car ils sont des ingrédients iconiques de la Maison.

POURQUOI NE PAS INTERDIRE LE RECOURS À L'AÉRIEN TOUT SIMPLEMENT ?

C'est une bonne question et pour être totalement transparent, c'est l'objectif initial que voulait se fixer la Maison. Cependant, cela est aujourd'hui impossible car les expéditions vers les boutiques en aéroports ne peuvent se faire que par la voie aérienne. Par ailleurs, certains produits sensibles à la chaleur de l'été, comme certains de nos produits de soin, supporteraient mal d'être transportés par voie maritime.

COMMENT ALLEZ-VOUS REPLANTER 100 000 ARBRES EN DEUX ANS ?

Nous avons signé un partenariat pluriannuel avec Reforest'Action, une organisation qui nous aide à identifier les projets de reforestation que KENZO Parfums va financer. Reforest'Action se charge également de la mise en relation avec les opérateurs de terrain qui plantent et entretiennent dans la durée des arbres plantés.

Depuis 2021, ce sont 88.200 arbres plantés par KENZO Parfums en France, en Chine, en Allemagne et en Indonésie. Ces arbres permettront de stocker 13.230 tonnes de CO₂ en 30 ans.

POURQUOI N'UTILISEZ-VOUS PAS DES FILTRES SOLAIRES 100% NATURELS ?

Nous aimerions mais il n'est pas encore possible d'utiliser des filtres 100% naturels avec le niveau de sensorialité attendue par nos crèmes. Nous y travaillons et en attendant, KENZO Parfums a recours à un mélange de filtres minéraux (issus de roches qui réfléchissent les rayons UV) et de filtres de synthèse. La Maison a par ailleurs fait le choix de bannir de ses produits les filtres qui sont aujourd'hui questionnés par la communauté scientifique à l'instar de l'octocrylène ou des filtres de synthèse sous forme nanométrique. Tous les filtres solaires utilisés par KENZO Parfums répondent aux réglementations les plus strictes au monde.



GLOSSAIRE

PCR PCR signifie *Post-Consumer Recycled*. Il s'agit de plastique fabriqué à partir d'emballages (les bouteilles de boissons par exemple) utilisés par les consommateurs puis mis en bacs de tri et collectés dans les filières de recyclage.

GWP Gift With Purpose = Cadeaux avec achat.

POSM Point Of Sales Material = Matériel destiné à être utilisé sur le point de vente.

PLV Publicité sur Lieu de Vente.

UEBT L'Union for Ethical Bio Trade est une organisation mondiale à but non lucratif qui promeut le "Sourcing avec respect" des ingrédients issus de la biodiversité.



GHG PROTOCOL Également appelé Protocole sur les Gaz à Effet de Serre (Protocole GES), il est utilisé pour mesurer, gérer et harmoniser les émissions de gaz à effet de serre provenant des activités des secteurs privés et publics.

NORME ISO 14001 Liste d'exigences de management environnemental d'une entreprise lui permettant d'être certifiée. Elle apporte des garanties en matière de maîtrise de l'ensemble des impacts environnementaux dans l'entreprise : déchets, bruits, gaz à effet de serre, énergie, sous-sol etc.

