
LA ROSÉE
PARIS
Informe RSC
2025

Desde nuestra creación en 2015,

hemos apostado por una cosmética más responsable, más esencial y más humana.

Fórmulas de origen natural, envases ecodiseñados, productos fabricados en Francia, precios justos y transparencia: cada decisión que tomamos busca reducir nuestro impacto, sin renunciar a lo que forma parte del ADN de La Rosée: productos eficaces, sensoriales y accesibles.

Pero ante la magnitud de los desafíos medioambientales a los que nos enfrentamos, reducir nuestro impacto ya no es suficiente. Los límites del planeta nos invitan a replantearnos profundamente nuestros modelos: la forma en que diseñamos nuestros productos, colaboramos con nuestros socios y acompañamos la evolución de los hábitos de consumo.

Con este objetivo, nos unimos a la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC), la Convención de Empresas por el Clima. Este proceso nos permitió confrontar nuestro modelo de negocio con la realidad científica e identificar las transformaciones necesarias para construir una actividad más resiliente y compatible con los límites del planeta.

Este informe presenta los avances que hemos realizado para lograrlo: mejorar el impacto medioambiental de nuestros productos, transformar nuestra cadena de valor y nuestro ecosistema, movilizar a nuestros equipos y apoyar proyectos que contribuyen a preservar los ecosistemas.

Solo trabajando de forma conjunta con nuestros socios, proveedores, farmacéuticos y consumidores podremos contribuir a transformar nuestro sector de manera duradera.

En este informe compartimos las acciones que ya hemos puesto en marcha, las lecciones que hemos aprendido y los desafíos que todavía tenemos por delante.

Nuestro manifiesto

En La Rosée, nuestra misión es **cuidar de cada piel.** Reinventamos los imprescindibles para cuidar tu piel y la de los bebés. Queremos fórmulas puras, eficaces y comprometidas, sin renunciar a la sensorialidad. Creemos que una piel sana empieza con gestos sencillos, fórmulas expertas y un profundo respeto por la vida y por el planeta. Nuestro **vínculo con la farmacia** y nuestra **fabricación francesa** son garantía de calidad y confianza.

Pero no queríamos quedarnos ahí. Conscientes de los límites del planeta, hemos decidido ir más allá, porque hay algo evidente: reducir nuestro impacto ya no es suficiente. Comprendemos nuestro deber como empresa, nuestra **responsabilidad como seres humanos** y la necesidad de cambiar nuestra forma de mirar el mundo. **La Rosée es una fuerza en movimiento.** El cambio debe ser colectivo, y queremos influir tanto en nuestros socios, poniendo en cuestión sus estándares, como en nuestros consumidores, invitándoles a adoptar nuevos hábitos. Así, juntos, transformando nuestro sector, podremos convertir esta utopía en realidad: **devolver al planeta lo que le quitamos.**

Esta visión exige audacia. Seguiremos **innovando, formando, conectando, avanzando, renunciando, embarcando y preservando** siempre nuestra coherencia. Nos comprometemos a hacerlo con sinceridad y autenticidad. Ante la exigencia de esta promesa, avanzaremos con optimismo y determinación. Nuestro sueño es convertirnos en un **catalizador de transformación** para la industria cosmética.
No nos rendiremos.

Nuestra razón de ser

Cuidar cada piel reinventando los imprescindibles del baño y del cambiador: **puros**, **eficaces** y **comprometidos**, sin renunciar a la **sensorialidad** y con un profundo **respeto** por los seres vivos y el planeta.

Índice

1. Transformar nuestro modelo
pág. 6-16

2. Transformar nuestros productos
pág. 17-28

3. Transformar los usos de nuestro ecosistema
pág. 29-35

4. Nuestro equipo
pág. 36-41

5. Nuestro apoyo a las asociaciones
pág. 42-46

6. Próximos desafíos
pág. 47-49

Transformar nuestro modelo





En 2024, La Rosée obtuvo la certificación B Corp, un reconocimiento que distingue a las empresas que cumplen unos estándares verificados en materia social y medioambiental y que están comprometidas con un proceso de mejora continua.

Desde la elección de nuestras materias primas hasta nuestros centros de producción en Francia, pasando por nuestro operador logístico, nuestras campañas de comunicación y nuestra organización interna, toda nuestra cadena de valor ha sido evaluada en profundidad para obtener esta exigente certificación.

Este reconocimiento marca una etapa importante en nuestro recorrido, pero no es el destino final: es una invitación a seguir avanzando y a mejorar, año tras año, la coherencia de nuestras acciones.

Ese mismo año decidimos ir más lejos y nos unimos a la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC).

Este programa colectivo tiene como objetivo **acompañar a los directivos en la transformación** de su modelo de negocio para hacerlo compatible con los límites planetarios.

Los científicos y expertos movilizados en este marco confirmaron lo que ya intuíamos: en un mundo cada vez más inestable en el aspecto climático, económico y geopolítico, solo las empresas capaces de identificar sus vulnerabilidades, hacer evolucionar su modelo y reforzar las dinámicas de cooperación serán lo bastante sólidas para afrontar las próximas décadas.

Las siguientes páginas presentan la hoja de ruta que hemos construido a lo largo de este recorrido dentro de la CEC. Hemos decidido hacerla pública, tanto en la web de la CEC como en este informe RSC, para **compartir nuestros compromisos y rendir cuentas**.
Se articula en torno a **cuatro grandes pilares**, cada uno desarrollado en un plan de acción.

1. Rediseñar nuestra oferta de productos hacia el minimalismo, integrando prácticas regenerativas

- ✓ **El 100 % de nuestra oferta será sólida, recargable o retornable en 2035**
- ✓ Cada producto rediseñado superará a la versión anterior, según nuestra herramienta de evaluación de productos
- ✓ Ningún envase procederá de plástico virgen de origen fósil en 2030
- ✓ **Un tercio de nuestros productos contendrá ingredientes upcycled o regenerativos en 2026, y el 50 % en 2030**
- ✓ Priorizar los productos multiusos para reducir la cantidad de referencias
- ✓ **Cada lanzamiento será una innovación para el mercado o, como mínimo, equivalente a la mejor versión innovadora existente en la farmacia en Francia, según nuestra herramienta de evaluación de productos**
- ✓ **Seguir renunciando a los productos cuyo impacto medioambiental supere el umbral que hayamos fijado**
- ✓ **Priorizar los productos multiusos para reducir la multiplicidad de referencias**
- ✓ Carta de formulación ecológica y de aprovisionamiento responsable que deberán firmar todos nuestros fabricantes, para poder comunicar información transparente a los consumidores
- ✓ Eliminar los ingredientes procedentes de cadenas de suministro con fuertes externalidades negativas (impacto en la deforestación, consumo excesivo de agua, etc.)











2. Formar a nuestro equipo

- ✓ **Formar al 100 % del equipo en los retos de la sostenibilidad y la regeneración de aquí al 2026**
- ✓ El 100 % del equipo tendrá un objetivo vinculado a la transición ecológica en 2026
- ✓ Desarrollar la cultura de la experimentación y del derecho al error, incluso cuando el viento sople en contra
- ✓ Crear un itinerario de formación para el equipo e integrar a nuestros socios
- ✓ Integración de talleres como la Fresque du Climat y alianzas con ONG o expertos
- ✓ Experimentar con el mecenazgo de competencias para animar al equipo a comprometerse, incluso fuera de La Rosée, y anclar los valores en su día a día
- ✓ Crear un programa «mochila ecológica digital» para sensibilizar al equipo
- ✓ Dar vida al panel de iniciativas RSC dentro de cada equipo
- ✓ Limitar el transporte aéreo al mínimo imprescindible para el export

3. Influir en el mercado

- ✓ Participar en mesas redondas y conferencias para **inspirar a otros actores**
- ✓ Producir contenidos educativos sobre **la regeneración** y la cosmética sostenible dirigidos al público
- ✓ Implicar a los farmacéuticos en nuestras campañas a través de gestos concretos
- ✓ Lanzar una campaña de comunicación para **promover prácticas de consumo sostenibles**
- ✓ Participar en grupos de trabajo
- ✓ Cooperar con **ONG** o expertos en biodiversidad para validar y construir conjuntamente nuestros proyectos de impacto
- ✓ Continuar con las coaliciones por **la economía circular**
- ✓ Creación de una guía de **transición regenerativa** para inspirar y transmitir las buenas prácticas

4. Contar lo que de verdad cuenta

- ✓ **El 50 % de nuestras ventas** se generarán mediante recargas o formatos sólidos para limitar los residuos en 2027
- ✓ **El 100 %** de las nuevas financiaciones operativas se destinará a **proyectos específicamente vinculados al medio ambiente a partir de 2026**
- ✓ Implantar una contabilidad **de triple capital (medioambiental, social y financiero)** de aquí a 2027



«Paralelamente a esta hoja de ruta, hemos emprendido un trabajo estructural para reforzar nuestra estrategia climática y analizar las vulnerabilidades de nuestro modelo de negocio. Este enfoque se apoya especialmente en el ejercicio de doble materialidad.»

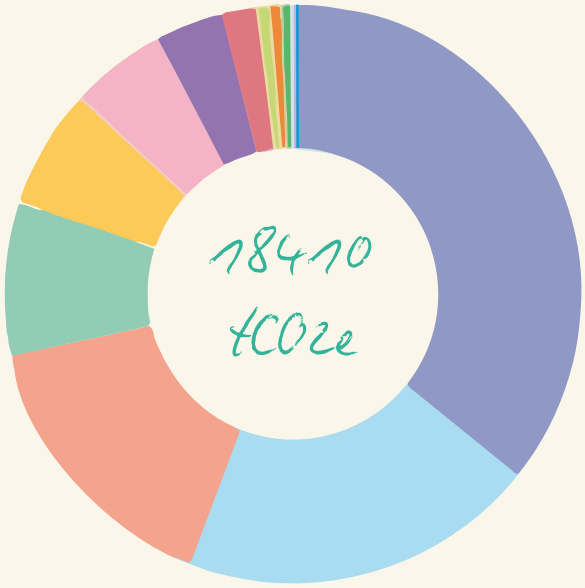
Estrategia climática

En 2025, La Rosée siguió la metodología «ACT pas à pas» de la ADEME para construir una **estrategia de descarbonización** alineada con los objetivos del Acuerdo de París.

En este marco se elaboró un plan de acción que movilizó a más de una decena de grupos de trabajo para actuar en todos los niveles de la empresa.

- ✓ Mejorar la facilidad de aclarado de nuestros productos
- ✓ Desarrollar referencias que no necesiten agua durante su uso
- ✓ Proseguir con el ecodiseño de nuestros envases
- ✓ Experimentar con soluciones de paquetes reutilizables
- ✓ Sustituir nuestras 20 materias primas de mayor impacto
- ✓ Integrar más materias primas upcycled y regenerativas en nuestras fórmulas
- ✓ Orientar nuestro transporte de mercancías hacia modos más descarbonizados (tren, barco de vela…)

Huella de carbono 2025



Uso del producto	35,9%
Envases	19,9%
Insumos	15,8%
Compra de servicios	8,6%
Desplazamientos	6,7%
Compra de pequeños suministros	5,4%
Transporte de mercancías	3,8%
Digital	2%
Restauración y alojamiento	0,7%
Instalaciones	0,7%
Equipamiento	0,6%
Teletrabajo	<0,1%
Gastos de gestión	<0,1%
Subcontratación	<0,1%

Análisis de doble materialidad

En 2025 llevamos a cabo nuestro primer análisis de doble materialidad, un paso clave para afinar nuestra estrategia de RSC.

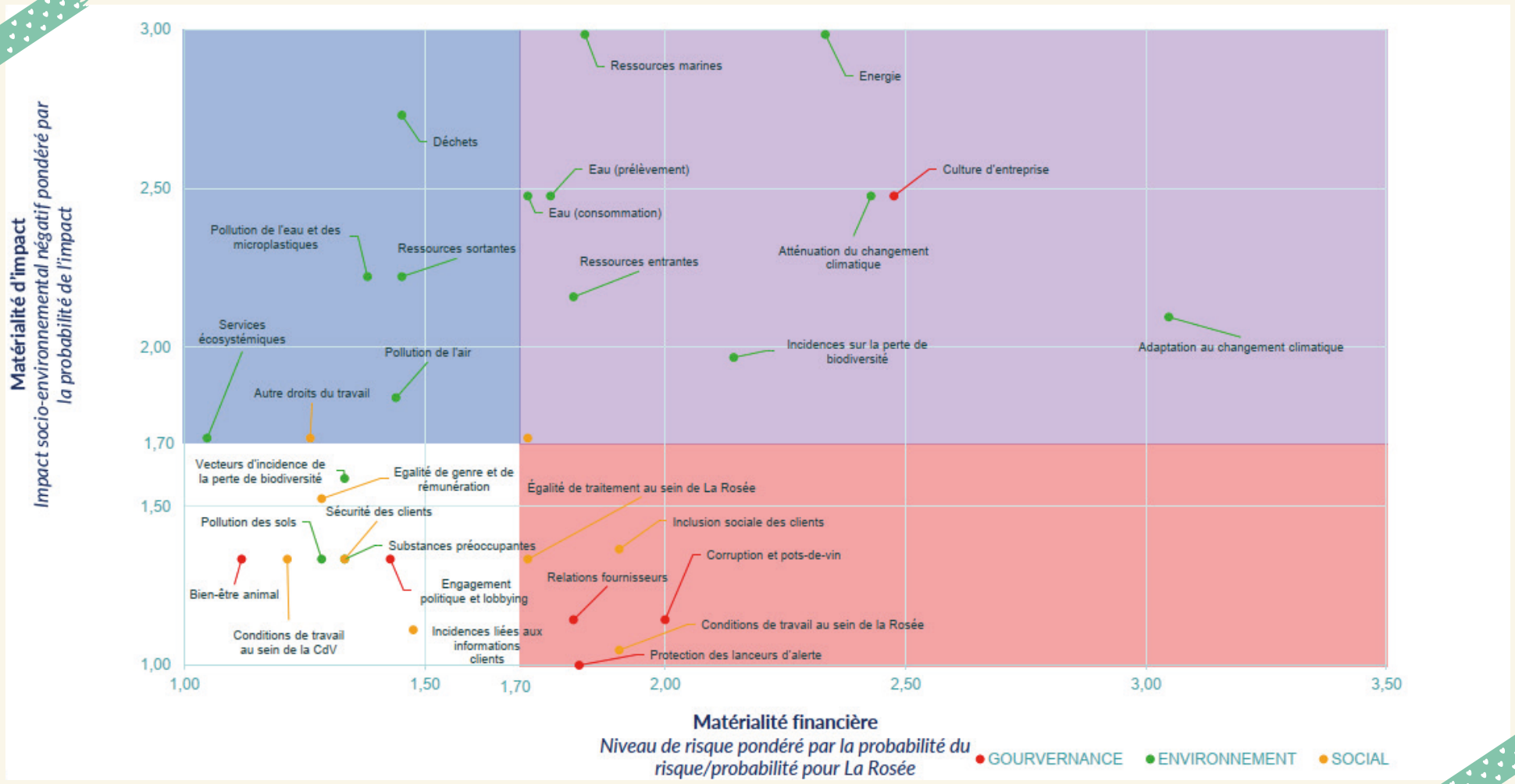
Este ejercicio nos permitió identificar y priorizar los retos más estratégicos para la empresa desde dos perspectivas complementarias:

- La materialidad de impacto, que evalúa cómo las actividades de La Rosée afectan al medio ambiente, la sociedad y nuestros grupos de interés.
- La materialidad financiera, que analiza cómo estos retos pueden afectar al rendimiento y a la resiliencia de La Rosée.

En este ejercicio participaron numerosos grupos de interés, así como todos los miembros del Comité de Dirección.
Fabricantes, proveedores de envases, farmacias, nuestro operador logístico y nuestro sindicato, la FEBEA, aportaron una visión global de nuestro sector. Además, contamos con el apoyo de expertos en carbono y RSC para llevar a cabo este análisis.



La matriz de doble materialidad de La Rosée

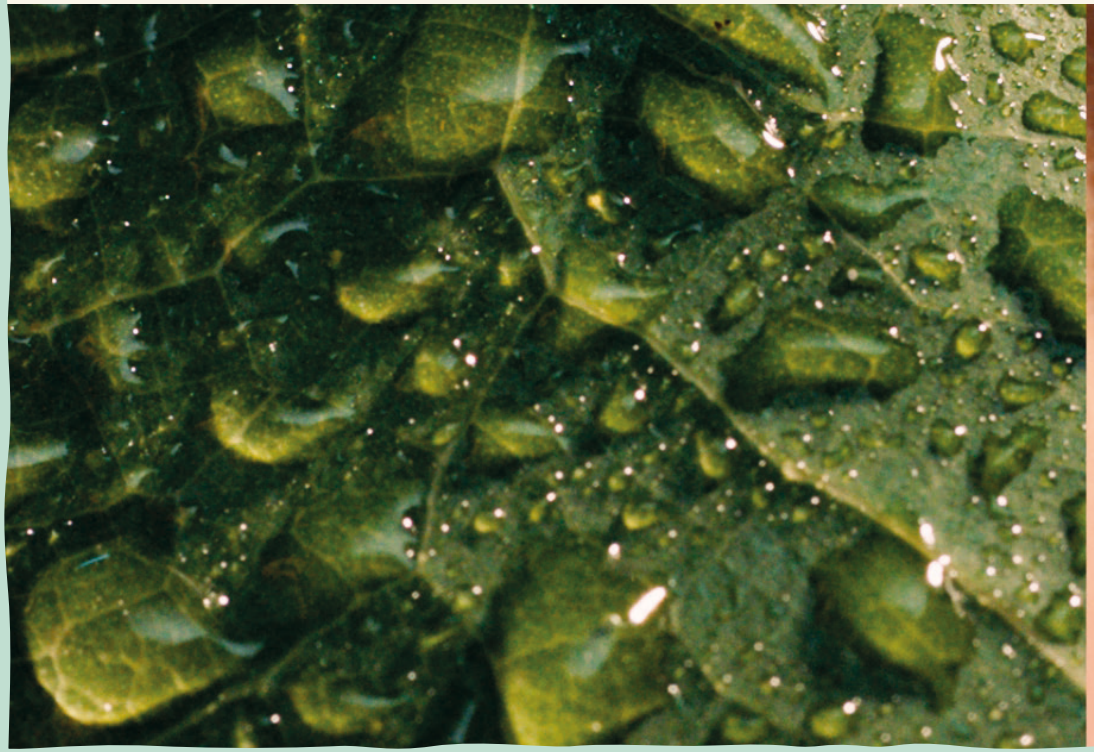


Los procesos presentados en las páginas anteriores, ya sea nuestra **certificación B Corp**, nuestra participación en la **Convention des Entreprises pour le Climat**, la construcción de nuestra **estrategia climática** o el **ejercicio de doble materialidad**, nos han permitido estructurar nuestra transformación e identificar nuestras prioridades de acción.

Estos trabajos nos dan hoy un rumbo claro: **hacer evolucionar progresivamente nuestro modelo para que sea más sólido y compatible con los límites planetarios.**

Esta transformación se traduce de forma muy concreta en la manera en que concebimos nuestros productos, desde la formulación hasta la elección de nuestros envases.

Las páginas siguientes presentan los avances que hemos puesto en marcha para reducir el impacto medioambiental de nuestros productos.





Transformar nuestros productos



Minimalismo de la gama

En La Rosée hemos hecho una elección sencilla: ofrecer lo esencial.

Hoy nuestra gama cuenta con **solo 48 referencias**. Cubren las necesidades básicas para cuidar todo tipo de pieles: higiene, cuidado facial, corporal, capilar, protección solar, maquillaje y cuidados para bebés y niños.

¿Por qué esta apuesta por el minimalismo?

Porque una gama demasiado amplia genera a menudo productos que se venden menos, existencias innecesarias y más desperdicio. Y también porque no queremos fomentar un consumo excesivo multiplicando las referencias.





Nuestras renuncias

Estamos convencidos de que una empresa responsable también debe hacerse una pregunta sencilla:

¿De qué sirve celebrar un crecimiento en la facturación si luego refleja un desastre medioambiental?

Esta convicción nos lleva a veces a tomar decisiones a contracorriente y a **renunciar a ciertas prácticas**, aunque sean habituales en nuestro sector.

En nuestros productos, esto significa por ejemplo:

- ✗ No multiplicar las muestras, miniaturas ni formatos de viaje, para limitar el desperdicio y los residuos, aunque muchos clientes nos los pidan
- ✗ Eliminar los envases secundarios y todos los elementos superfluos (embalajes, precintos de los dosificadores...)
- ✗ Renunciar a las toallitas en el lanzamiento de **Mon Petit La Rosée**, cuando representaban cerca del **20 % del mercado del bebé**

Esta lógica va más allá del desarrollo de nuestros productos y guía también algunas decisiones a escala de empresa:

- ✗ Renunciar a abrir determinados mercados de export cuando los socios no comparten nuestros valores
- ✗ Organizar un lanzamiento en Nueva York sin productos, porque rechazamos un envío por avión
- ✗ Negarnos a fomentar el sobreconsumo o las promociones permanentes
- ✗ Ofrecer únicamente **menús vegetarianos en nuestros eventos**

Estas decisiones no siempre son las más fáciles. Pero reflejan una convicción profunda: **la transición ecológica también pasa por aquello que decidimos no hacer.**



Los Análisis de Ciclo de Vida (ACV)

Conforme a nuestra hoja de ruta, que establece que **«cada producto rediseñado debe superar a la versión anterior»**, hemos convertido la medición del impacto en una herramienta central de decisión.

Con esta lógica nos apoyamos en **el ACV**, un método científico que permite evaluar la huella medioambiental global de un producto teniendo en cuenta todas las etapas de su vida.

En La Rosée, los primeros ACV se realizaron en 2022.
En 2025 dimos un nuevo paso al dotarnos de una herramienta interna, Askor, que nos permite realizar estos análisis con total autonomía.
Esta herramienta se ha convertido en una auténtica ayuda a la decisión en el desarrollo de nuestros productos. Cada vez que rediseñamos una fórmula o un envase podemos comparar distintos escenarios y asegurarnos de que las decisiones tomadas permiten realmente **reducir el impacto medioambiental**.

En concreto, el ACV analiza todas las etapas del ciclo de vida de un producto:

- **La producción** de las materias primas, ya sean ingredientes o materiales de envase.
- **La fabricación** y **el acondicionamiento.**
- **El transporte** entre los proveedores, los centros de producción y los puntos de distribución.
- **La fase de uso**, por ejemplo el agua necesaria para aclarar un producto de limpieza y la energía utilizada para calentarla
- Y, por último, **el fin de vida**, ya sea el reciclaje, la incineración u otros métodos de tratamiento.

El conjunto de estos datos permite obtener una puntuación global basada en 16 indicadores medioambientales, entre ellos las emisiones de CO_2, el estrés hídrico, la contaminación del aire y del agua o el impacto sobre la capa de ozono.

Pero, más allá de la puntuación, el ACV es sobre todo **una herramienta de transformación**.
Nos permite identificar con precisión dónde se sitúan los principales impactos de nuestros productos (materias primas, envases, transporte) y, por tanto, saber dónde actuar de forma prioritaria.

En esta línea, también hemos cartografiado las materias primas de mayor impacto de nuestras fórmulas. Este trabajo nos permite hoy orientar nuestra investigación hacia alternativas más sobrias y más virtuosas, para **reducir progresivamente la huella medioambiental** de nuestras fórmulas.



En 2025 queríamos reformular nuestro exfoliante facial.

Acabábamos de terminar nuestro recorrido con la Convention des Entreprises pour le Climat y estábamos decididos a revisar en profundidad nuestra oferta de productos para reducir su impacto medioambiental.
Por eso nos planteamos sustituir nuestro exfoliante líquido en tubo por una **fórmula en polvo**, para reconstituir en casa, y evaluar si esta alternativa era realmente mejor.

Nuestro producto existente presentaba una puntuación medioambiental PEF de **43,6 µPt**, según nuestra herramienta Askor.

Los resultados del análisis fueron rotundos: la versión en polvo presentaba un impacto medioambiental **tres veces superior** al de la fórmula líquida.
Es cierto que el consumidor utiliza una cantidad menor en cada aplicación, unas tres veces menos producto, pero este cambio de gesto no permitía obtener una mejora medioambiental real.

Además, esta alternativa habría supuesto un uso menos intuitivo para el consumidor y un aumento significativo del precio del producto.

Este ejemplo ilustra de forma concreta el papel de los ACV en nuestro enfoque: **ayudarnos a decidir más allá de las intuiciones, apoyándonos en datos objetivos.**



Nuestras fórmulas

Desde 2015 nos comprometemos a formular cuidados altamente naturales, eficaces, sensoriales y respetuosos con todas las pieles, incluso las más sensibles.

Un tercio de nuestra gama está hoy formulada con un 100 % de ingredientes de origen natural, sin renunciar a la sensorialidad ni a la eficacia.
Nuestros productos también están pensados para ser biodegradables: una prioridad en las fórmulas que se aclaran y acaban en las aguas residuales, con el fin de limitar nuestro impacto en los ecosistemas acuáticos.
Proponemos **una gama corta y esencial**, para evitar el sobreconsumo: de media, 2,3 referencias por subcategoría frente a 13 en los demás grandes actores del sector. Una manera sencilla de consumir menos, pero mejor.

Nuestro compromiso medioambiental no podría existir sin una exigencia constante en la calidad y la seguridad de nuestras fórmulas. **Todos nuestros productos están rigurosamente testados dermatológicamente, son aptos para pieles sensibles y adecuados para mujeres embarazadas.**

Defendemos también una política de precios justos y estables para hacer que la cosmética responsable sea accesible al mayor número de personas. Desde hace 10 años, el precio medio de nuestros productos es de **15 €**, y todo ello sin renunciar a la calidad ni a la ética en la producción.



La integración de ingredientes upcycled y regenerativos

Conforme a la hoja de ruta que hemos definido, nos hemos puesto un objetivo claro: de aquí a 2026, un tercio de nuestros productos integrará activos upcycled o regenerativos.

¿Por qué esta decisión?

El upcycling consiste en valorizar coproductos procedentes de otras industrias, sobre todo de la agroalimentaria, transformándolos en activos cosméticos. En lugar de desecharse o infravalorarse, estas materias encuentran así una segunda vida.
Este enfoque tiene varios beneficios: limita el desperdicio de recursos naturales, reduce la cantidad de residuos orgánicos y contribuye a modelos de producción más circulares.

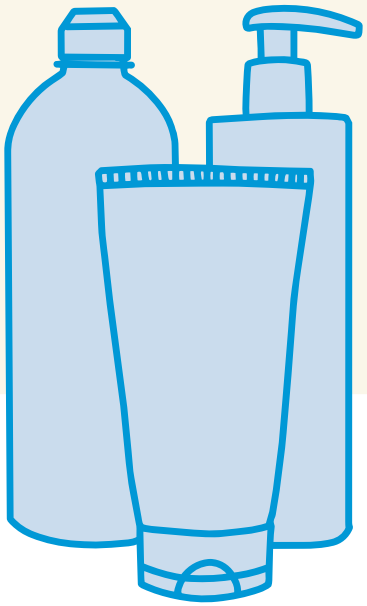
En 2025, todos nuestros nuevos lanzamientos integraban ya ingredientes upcycled. Pieles de tomate y de pomelo, almidón de arroz, aceite de hueso de cereza o de albaricoque: otros tantos ejemplos que ilustran esta nueva manera de formular.

Más allá del interés medioambiental, estas cadenas permiten también dar a agricultores y transformadores una fuente de ingresos complementaria, poniendo en valor materias hasta ahora poco aprovechadas.
Queremos ir aún más lejos e integrar, a largo plazo, ingredientes llamados **regenerativos**. Son materias primas procedentes de cultivos que contribuyen activamente a restaurar los ecosistemas naturales: mejora de la fertilidad de los suelos, preservación de la biodiversidad y mejor gestión del agua.

A día de hoy todavía no hemos logrado integrar este tipo de ingrediente en nuestras fórmulas. Pero este proyecto forma parte plenamente de nuestras prioridades de investigación e innovación. Seguimos trabajando en ello con determinación y confiamos en nuestra capacidad para dar este nuevo paso en los próximos años.



El ecodiseño de nuestros envases: trabajamos el 100 % de nuestros envases



Los 4 ejes del ecodiseño

En La Rosée, el ecodiseño guía el desarrollo de cada uno de nuestros envases. Ningún envase se queda fuera: **cada detalle se analiza para reducir su impacto medioambiental**. Nuestro enfoque se apoya en cuatro niveles complementarios.

1. Reducir

La primera etapa del ecodiseño consiste en **reducir la cantidad de material utilizado.**
Desde la creación de La Rosée en 2015 optamos por suprimir los envases secundarios de cartón que envolvían nuestros productos. En 2019 continuamos este camino retirando los precintos que bloqueaban los dosificadores, para que ningún elemento fuera superfluo.

Los frascos de vidrio de nuestros sérums se rediseñaron en 2022 para hacerlos menos pesados, un 6 %. Fue todo un reto aligerarlos manteniendo su resistencia a los golpes. Esto nos permitió utilizar menos material y reducir el peso en el transporte para disminuir nuestro impacto en carbono.

Este enfoque puede parecer sencillo, pero suele ser el más eficaz: el mejor envase sigue siendo el que no se produce.

Reducir el plástico en nuestros embalajes terciarios

El ecodiseño no afecta solo a nuestros frascos, sino también a nuestros embalajes logísticos. Así, hemos suprimido el film plástico que envolvía nuestros palés en el 87 % de nuestras expediciones en Francia.
Se ha sustituido por un sistema de flejado que permite reducir un 90 % el plástico utilizado, es decir, 450 g ahorrados por palé.

+330 toneladas de cartón ahorradas con la eliminación de los sobreembalajes

2. Reutilizar

El segundo nivel consiste en prolongar la vida útil de nuestros envases, sobre todo gracias a las recargas.
Hoy, cerca de la mitad de nuestra gama es recargable y la recarga se consolida progresivamente como un pilar de nuestro enfoque medioambiental.

En 2022 lanzamos el primer cuidado de labios recargable en farmacia. Por cada recarga utilizada*, este formato permite ahorrar un 65 % de plástico y un 54 % de CO_2.

Las cifras de nuestras ventas en farmacia en Francia en 2025 dan fe de esta adopción:
- El 57 % de nuestros clientes eligió la recarga del desodorante en lugar del producto completo
- El 57 % compró el aceite de ducha en recarga en lugar del frasco de 400 ml

Más del 40 % de los clientes ya prefiere la recarga a la versión completa en:
- El gel limpiador Mon Petit La Rosée
- El acondicionador
- La mascarilla capilar

Hace unos años esperábamos alcanzar el 30 % de ventas en recarga. **Hoy superamos ampliamente ese objetivo**.

Estos resultados son fruto de un verdadero trabajo colectivo: con nuestros proveedores, con quienes hemos codesarrollado algunas recargas, pero también con los farmacéuticos y los consumidores, que van adoptando poco a poco estos nuevos hábitos.

Para acompañar esta evolución también hemos adaptado nuestra política comercial. Los farmacéuticos alcanzan más rápido determinados niveles de descuento cuando priorizan las recargas, y los consumidores disponen de una tarjeta de fidelidad específica para **fomentar este gesto más sostenible**.

¡En 2025 estamos orgullosos de haber aligerado nuestros envases un 48 % (g de envase / ml de fórmula) respecto a 2022!

¡Todos nuestros lanzamientos de 2025 eran recargables!

Más de 150 toneladas de plástico ahorradas desde el lanzamiento de nuestras recargas

Innovación: focus a nuestra nueva recarga

En La Rosée cada innovación sigue una lógica de mejora continua. **Cada nueva solución es una etapa que nos permite avanzar un poco más en la reducción de nuestro impacto.**

En 2023 lanzamos doypacks para recargar nuestro aceite de ducha y nuestro gel limpiador Mon Petit La Rosée. Estas recargas estaban concebidas en monomaterial, es decir, con un solo tipo de plástico. En aquel momento, este diseño nos permitía alcanzar **una tasa de reciclabilidad del 100 %, ¡un avance todavía poco frecuente en el mercado!**

Dos años después identificamos una solución aún más virtuosa: una botella aligerada que combina rendimiento medioambiental y mejora del uso.
Compuesto al **100 % de plástico reciclado**, esta nueva botella permite reducir las emisiones de CO_2 entre un 20 y un 30 %, según el formato (400 ml u 800 ml), respecto a las versiones anteriores.

Su diseño presenta además otros beneficios concretos:
- Una mayor resistencia durante el transporte
- Una mejor presencia en el lineal de las farmacias

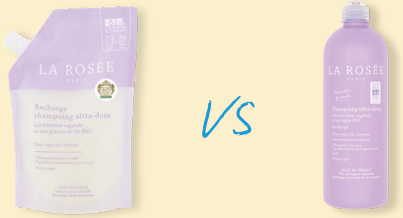


La innovación forma parte de nuestro ADN.
En 2023 lanzamos, tras un largo codesarrollo con nuestro proveedor de envases, ¡el primer desodorante en stick recargable en farmacia!

Decidimos dejar esta solución libre de derechos para que otras marcas pudieran adoptarla y **contribuir a reducir los residuos de envases**.

Dos años después, este formato recargable se ha extendido ampliamente y está presente en los lineales de numerosas marcas.

Esta nueva botella ilustra bien nuestro enfoque: seguir innovando, probando, mejorando y haciendo evolucionar nuestros envases para que sean más minimalistas, más duraderos e igual de prácticos en el día a día.



3. Reciclar

El tercer eje consiste en diseñar envases reciclables.

Aunque hoy pueda parecer evidente, la realidad suele ser más compleja: los envases cosméticos son técnicamente sofisticados y su reciclabilidad sigue siendo un reto para todo el sector.

Desde nuestros inicios priorizamos los envases monoplástico, es decir, formados por un solo tipo de material, para facilitar su reciclaje. Esta decisión implica a veces costes más elevados, pero nos parece esencial para favorecer **la circularidad de los materiales**.

No obstante, subsisten algunas limitaciones. Por ejemplo, los dosificadores siguen siendo difíciles de producir en monomaterial. Como muchos actores del sector, dependemos de la evolución de nuestro ecosistema industrial para superar estos obstáculos técnicos.

¿Por qué seguimos utilizando plástico?

El plástico es un material ligero que, cuando se analiza su **ciclo de vida completo (ACV)**, puede presentar un impacto medioambiental inferior al de ciertos materiales más pesados. Para limitar su impacto, trabajamos en reducir la cantidad de material, evitar el plástico de un solo uso, priorizar los envases reciclables e integrar cada vez más **plástico reciclado**.
Aun así, seguimos siendo conscientes de los retos vinculados a la «contaminación invisible» del plástico. Por eso colaboramos, entre otros, con la asociación BeMed para comprender mejor estos impactos y orientar nuestras decisiones.

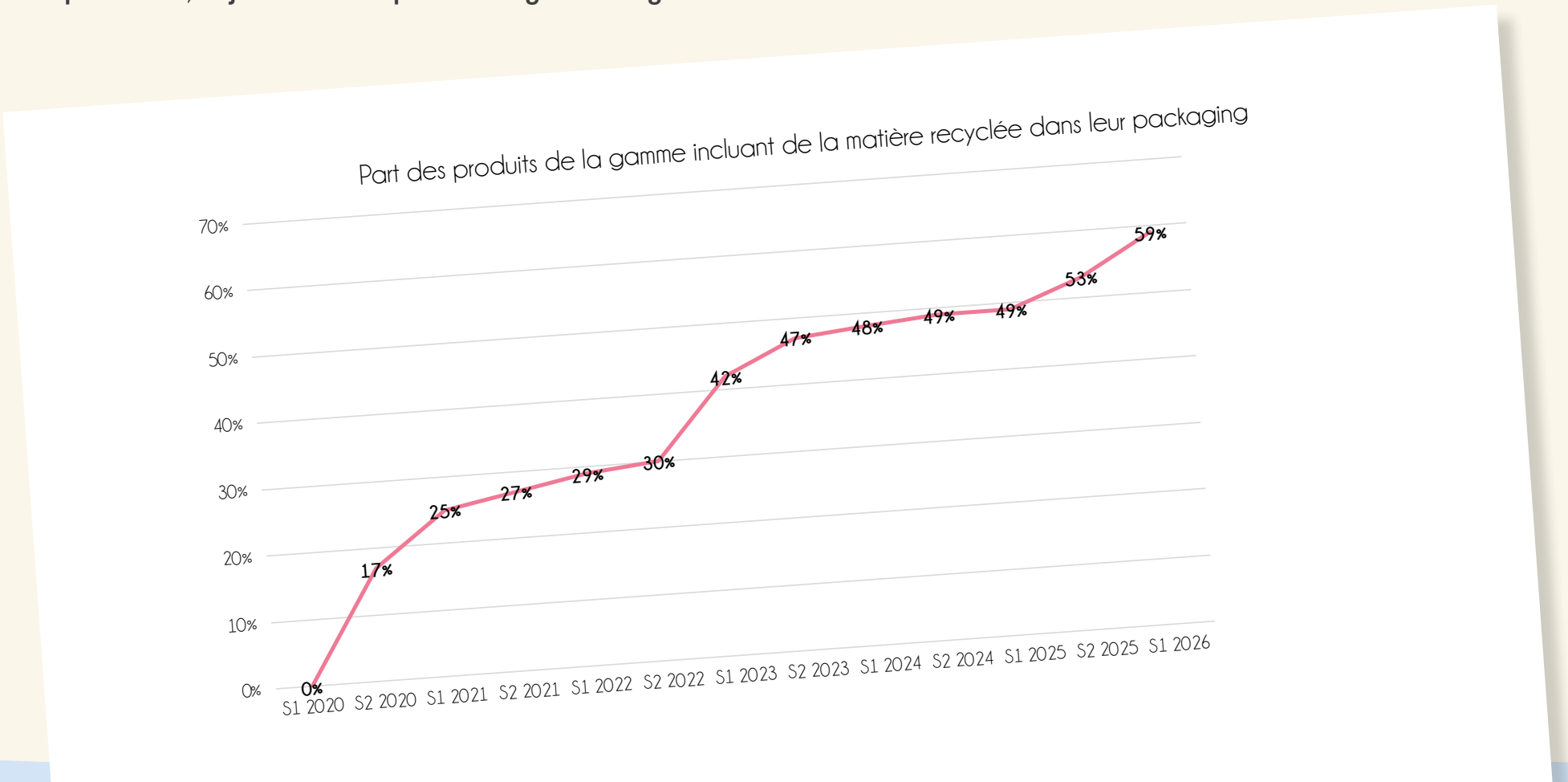


4. Reincorporar

Por último, nuestro enfoque consiste también en **reintroducir material reciclado en nuestros envases**.
Al integrar plástico reciclado reducimos a la vez la presión sobre los recursos naturales y las emisiones de CO_2 vinculadas a la producción de plástico virgen.

Desde 2020 trabajamos activamente para aumentar la proporción de material reciclado en nuestros envases. Estos materiales suelen ser más complejos de trabajar y a veces menos homogéneos desde el punto de vista estético, pero son una etapa esencial hacia envases más responsables.

Nuestra ambición es clara:
de aquí a 2030, dejar de utilizar plástico virgen de origen fósil en nuestros envases.



Transformar los usos de nuestro ecosistema



Las experimentaciones con soluciones circulares

Estamos convencidos de que la transición ecológica también pasa por reinventar nuestros hábitos de consumo.
Por eso, más allá del ecodiseño de nuestros envases, exploramos modelos más minimalistas, **más sostenibles y, sobre todo, más circulares.**
Venta a granel, consigna de botellas de vidrio, recarga: probamos, innovamos y colaboramos con otros actores del sector para impulsar **alternativas concretas a los envases de un solo uso**.

Pharma-Recharge

Desde 2023, algunos productos La Rosée se ofrecen en **muebles de venta a granel** instalados en farmacias francesas que participan en la experimentación Pharma-Recharge.
Tras una primera fase de prueba, a finales de 2025 se instalaron nuevos muebles en Bayona y Aviñón. Están previstas otras implantaciones en 2026 para continuar la experimentación y evaluar su potencial a mayor escala.

Coalition Cosmétiques & Consigne

Paralelamente, nos hemos unido a la Coalition Cosmétiques & Consigne, que busca probar **soluciones de reutilización para los envases cosméticos**.
En 2025 llevamos a cabo una primera experimentación en cuatro farmacias, donde los clientes podían devolver su frasco de sérum de vidrio vacío a cambio de una compensación económica de 2 €. Estos frascos se recogieron y lavaron después para evaluar la viabilidad operativa de la reutilización.

Esta experimentación continuará en 2026 para profundizar en sus conclusiones. Hoy, estos modelos siguen siendo costosos y su adopción llevará tiempo. Implicar a la vez a los consumidores, a los farmacéuticos y a toda la cadena logística es un verdadero reto.

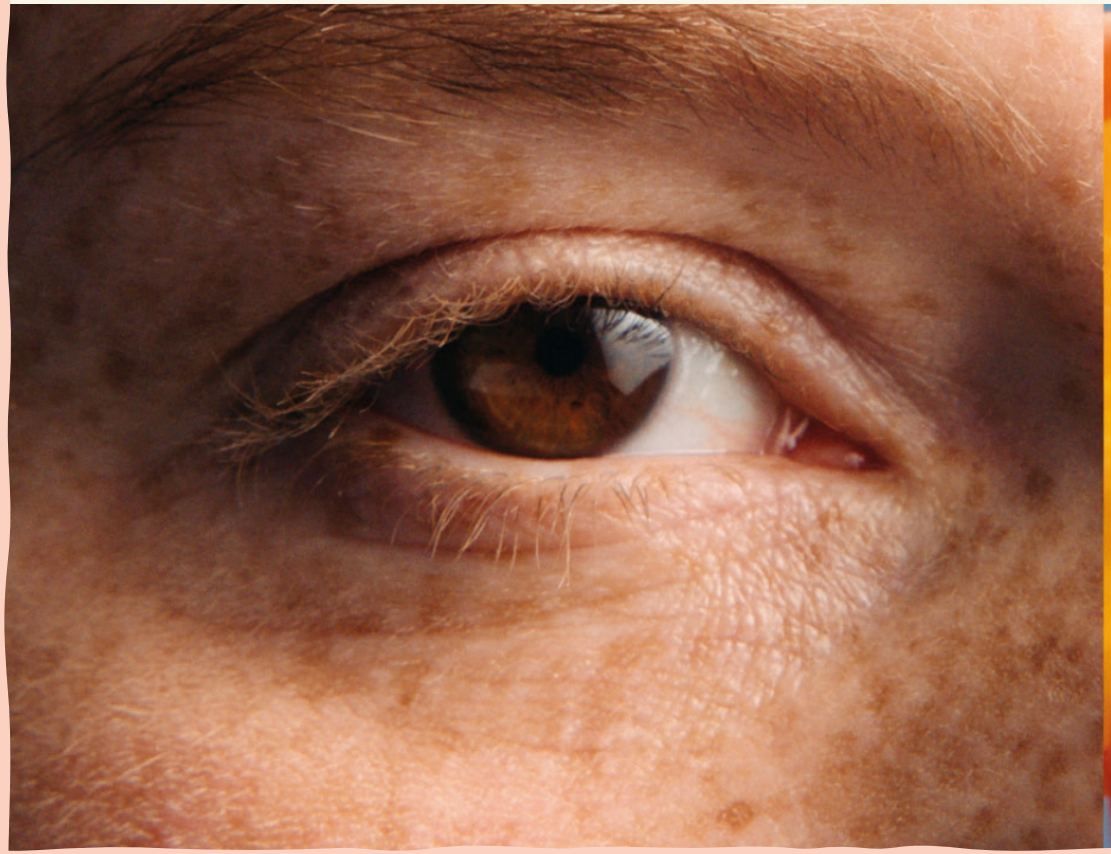
Somos conscientes de que estas soluciones no se impondrán de inmediato. Pero estamos convencidos de que las empresas tienen un papel que desempeñar para preparar estas evoluciones y **contribuir, desde hoy, a la transformación de nuestro sector.**



Nuestros fabricantes

Trabajamos con fabricantes que comparten nuestras preocupaciones medioambientales.

- ✓ 100 % de nuestros fabricantes cuenta con un enfoque RSC oficial
- ✓ 100% ha emprendido acciones concretas para reducir su consumo de agua
- ✓ 100% integra criterios medioambientales en sus procesos de compra
- ✓ Todos nuestros socios principales están certificados por EcoVadis





Nuestra logística

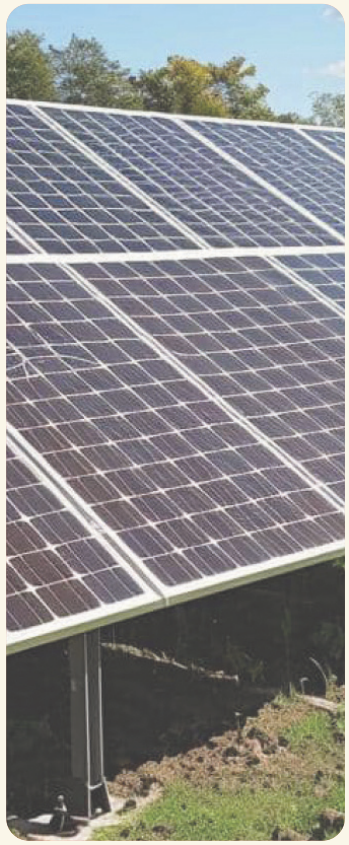
Reducir nuestro impacto medioambiental a lo largo de toda nuestra cadena de valor es una de nuestras prioridades. Desde nuestros inicios trabajamos para **mejorar la huella de nuestra logística a través de varias iniciativas:**

- ✓ Un almacén logístico equipado con **paneles fotovoltaicos** y **sistema de calefacción por geotermia** para reducir su consumo energético
- ✓ La implantación, desde 2021, del **paquete de 2ª mano** en nuestra web para limitar los residuos de embalaje
- ✓ La entrega a algunas farmacias en **bicicleta de carga eléctrica** en París y Lyon
- ✓ La reutilización y la adaptación de nuestros **expositores usados** para evitar tirarlos
- ✓ Las **entregas B2C neutras en carbono** son posibles gracias a los esfuerzos de reducción y compensación del grupo La Poste
- ✓ Un **uso extremadamente limitado del transporte aéreo**

En 2025 hemos continuado estos esfuerzos yendo más lejos:

- ✓ La implantación de **entregas en camiones de doble piso**, que permiten optimizar la carga y reducir el número de trayectos
- ✓ Las primeras **pruebas de transporte ferroviario**, para contribuir al relanzamiento del transporte de mercancías por tren y limitar el número de camiones en la carretera
- ✓ La organización de **ventas responsables** para nuestros productos antiguos o con defectos de decoración, para evitar cualquier destrucción innecesaria













En la oficina

La transición ecológica también se juega en nuestro día a día laboral.

Las comidas de nuestro equipo las suministra **Pollen**, un proveedor que entrega en bicicleta platos **locales y en envases retornables**. Gracias a esta alianza hemos evitado **más de 500 kg de envases desechables y más de 2 toneladas de CO_2 en 2025**.

Incluso nuestra **tarjeta de vales de comida** está comprometida con el medio ambiente. Hemos elegido **Coup de Pousse**, una tarjeta de Lyon que apoya proyectos de agricultores comprometidos con la transición hacia una alimentación más sostenible.

Además:

- ✓ **El 100 % de la energía** consumida en nuestras oficinas es de origen renovable
- ✓ Equipamos a nuestro equipo con **teléfonos reacondicionados**: comprar un smartphone reacondicionado permite ahorrar hasta un **90 % de las emisiones de CO_2 respecto a un aparato nuevo**

Nuestra financiación

Hemos transformado nuestra deuda existente en una financiación de impacto, integrando criterios extrafinancieros alineados con nuestros compromisos RSC. **Esta evolución permite vincular directamente nuestro rendimiento financiero con nuestros objetivos sociales y medioambientales**

El ámbito internacional

Nuestro desarrollo internacional no va en contra de nuestros compromisos: es su prolongación. Cuanto más crecemos, mayor es nuestra capacidad de inspirar, invertir e implicar a otros actores para avanzar hacia prácticas más responsables.

Este crecimiento es mesurado y selectivo, para seguir siendo fieles a nuestros valores.

En concreto, esto se traduce en varias decisiones:

- ✓ Seleccionamos socios que comparten nuestros compromisos y pueden convertirse en verdaderos altavoces de nuestra visión. Priorizamos las alianzas a largo plazo, aunque ello implique renunciar a ciertas oportunidades de crecimiento más rápido
- ✓ Optimizamos nuestros flujos logísticos para limitar nuestro impacto medioambiental: transporte por carretera para Europa, marítimo para la gran exportación y un proyecto piloto de **transporte a vela hacia Canadá en 2026**
- ✓ Favorecemos la producción local de nuestros soportes de comunicación y de nuestros expositores para reducir transportes innecesarios

Más allá de los flujos, buscamos también difundir nuestras exigencias dentro de nuestro ecosistema internacional.

Nuestra filial coreana es una muestra concreta. Comparte plenamente nuestros valores y los aplica en sus prácticas cotidianas:

- ✓ Reutilización de la decoración de los pop-up
- ✓ Reutilización de los expositores
- ✓ Limitación al máximo de los consumibles desechables en la compra de suministros
- ✓ Selección de proveedores comprometidos
- ✓ Prohibición de los desplazamientos en avión para los trayectos nacionales

Estos ejemplos muestran que nuestra ambición no se limita a exportar productos, sino a **hacer evolucionar las prácticas allí donde operamos.**



Comunicar de manera transparente, nuestro deber con nuestros clientes

En La Rosée no podemos permitirnos comunicar de manera aproximada sobre nuestros compromisos ni caer en el greenwashing.

Para garantizar la fiabilidad de nuestros mensajes, sometemos todas nuestras comunicaciones medioambientales a la revisión y validación de **la Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP)**, incluso cuando esta verificación no es obligatoria. Nuestros equipos de comunicación y marketing cuentan además con el acompañamiento de nuestra responsable regulatoria para asegurar que cada alegación medioambiental se apoya en elementos objetivos y verificables. También nos basamos en las recomendaciones y guías de buenas prácticas publicadas por **la ADEME**.

En esta misma línea de transparencia, La Rosée firmó en 2024 el **Contrat Climat pour une communication responsable**, creado por el Estado francés para animar a las empresas a promover prácticas publicitarias coherentes con los retos medioambientales: https://www.publicite-responsable.ecologie.gouv.fr/IMG/pdf/contrat_climat_la_rosee_2024.pdf

Este dispositivo nos compromete, en particular, a reforzar la transparencia de nuestras comunicaciones, a evitar cualquier forma de greenwashing y a promover comportamientos de consumo más responsables.

Nuestra certificación B Corp es también una garantía de credibilidad para nuestros consumidores. Acredita que nuestros compromisos son evaluados por un organismo independiente y que se inscriben en un enfoque global de mejora continua.

Esta exigencia no afecta únicamente al contenido de nuestros mensajes, sino también a la manera en que los producimos.

Nuestro equipo de Comunicación se compromete así a limitar el impacto medioambiental de sus acciones:

- Se ha implantado una carta de ecodiseño para nuestros eventos y rodajes
- Todas nuestras sesiones de fotos se realizan en Francia, incluso para los productos solares en invierno

Nuestro equipo



El bienestar y el desarrollo de nuestro equipo están en el centro de nuestro proyecto de empresa.

En 2025 estructuramos nuestra política retributiva y compartimos esta escala con todos los equipos. El objetivo es claro: garantizar más transparencia, equidad y claridad, para que cada persona entienda su posición salarial y los niveles que le permiten evolucionar.

También quisimos reconocer el compromiso de nuestros equipos con **la concesión de una prima de reparto de valor (PPV) de 2.500 €** a todas las personas del equipo en Francia, dentro de nuestra política de reparto del rendimiento.

Hacer crecer a nuestros equipos es también una prioridad. A lo largo del año tuvieron acceso a formatos de formación: itinerarios para nuevos managers, la Fresque du Climat para comprender mejor los retos medioambientales, talleres de codesarrollo... otras tantas herramientas para aprender, progresar y desarrollarse. También lanzamos **la Academia La Rosée**, un itinerario de formación dirigido a todo nuestro equipo en Francia, así como a los equipos en contacto con nuestros clientes, filiales y distribuidores internacionales.

La entrevista profesional, que legalmente debe realizarse cada dos años, está ahora integrada en nuestro esquema de entrevista anual para ofrecer un seguimiento más regular y personalizado a cada persona. Este enfoque refleja nuestra voluntad de acompañar activamente su evolución, anticipar sus necesidades y favorecer su desarrollo dentro de la empresa.

En el marco de nuestra política de Calidad de Vida en el Trabajo también hemos implantado una cuenta de ahorro de tiempo (CET) para ofrecer más flexibilidad en la gestión del tiempo de trabajo.

Por último, conforme a nuestra hoja de ruta, daremos un nuevo paso en 2026: **el 100 % de nuestro equipo tendrá un objetivo individual vinculado a nuestra estrategia RSC**, para anclar aún más estos retos en el día a día de cada persona.

Más allá de estos dispositivos, animamos y financiamos el compromiso de nuestros equipos en acciones solidarias y deportivas:

- ✓ Desde hace tres años, personas de La Rosée participan en la **Run In Lyon** en beneficio de asociaciones como 1001 Fontaines o 7 Sommets Contre la Maladie, que acompaña a las familias que han perdido a un progenitor por un cáncer.
- ✓ Desde hace dos años, la **Course des Héros – Challenge des Pas** permite apoyar a La CAMI Sport & Cancer, que ayuda a las personas con cáncer a vivir mejor su tratamiento gracias al deporte.







Misión solidaria

Desde 2024, La Rosée propone a su equipo participar en una misión solidaria con Planète Urgence, una asociación que apoyamos desde 2019. Cada año, dos personas pueden comprometerse, durante su tiempo de vacaciones, a contribuir a acciones de desarrollo local y de protección de la biodiversidad.

La totalidad de la misión está financiada por la empresa. Este dispositivo ofrece una oportunidad única de poner las propias competencias al servicio de causas esenciales, en un marco profundamente humano y transformador. Las misiones duran dos semanas y se inscriben en programas de preservación de los bosques y los ecosistemas, en relación directa con las comunidades locales.

En 2025, Léa, comercial en París, **viajó a Benín para una misión dedicada a la biodiversidad**. Participó en acciones de biomonitorización para censar las especies de mamíferos y contribuir a la lucha contra la caza furtiva y la deforestación.

Más allá del impacto en el territorio, estas experiencias permiten **anclar de forma concreta los retos medioambientales y solidarios en el día a día del equipo** y despertar en cada persona las ganas de actuar.

PLANETE URGENCE

Groupe SOS



Nuestros valores

AUDACIA

OPTIMISMO

CONCIENCIA

SOLIDARIDAD

EXIGENCIA

VÍNCULO

AUTENTICIDAD

Diversidad

La diversidad es el fundamento de una sociedad eficiente social y económicamente. Por eso La Rosée decidió firmar la Charte de la Diversité (Carta de la Diversidad).

Al firmar la Carta de la Diversidad, nosotros, como empresa u organización, nos comprometemos a:

- ✓ **Sensibilizar y formar a nuestros directivos y managers** implicados en la selección, la formación y la gestión de las carreras, y progresivamente a todo el equipo, sobre los retos de la no discriminación y la diversidad.
- ✓ **Promover la aplicación del principio de no discriminación** en todas sus formas en todos los actos de gestión y decisión de la empresa u organización y, en particular, en todas las etapas de la gestión de los recursos humanos.
- ✓ **Favorecer la representación de la diversidad de la sociedad francesa** en todas sus diferencias y riquezas, en sus componentes cultural, étnico y social, dentro de la plantilla y en todos los niveles de responsabilidad.
- ✓ **Comunicar nuestro compromiso** a todo nuestro equipo, así como a nuestros clientes, socios y proveedores, para animarlos a respetar y aplicar estos principios.
- ✓ Hacer de la elaboración y la aplicación de la política de diversidad **un objeto de diálogo social con los representantes del personal.**
- ✓ **Evaluar regularmente los progresos realizados** e informar, tanto interna como externamente, de los resultados prácticos derivados de la aplicación de nuestros compromisos.



Nuestro apoyo a las asociaciones





Planète Urgence:

Desde 2019 apoyamos a la asociación Planète Urgence, que actúa de forma concreta en zonas de biodiversidad crítica. En 2025 continuamos nuestro apoyo financiando 3 proyectos:
El proyecto TAPIA en Madagascar, para restaurar un ecosistema amenazado por las actividades humanas mediante la reforestación del tapia, un árbol endémico esencial para la preservación de los suelos, las fuentes de agua y la biodiversidad local.
El proyecto MOSOTRY en Madagascar, para restaurar de forma duradera los manglares degradados de Analava.
El programa Planète Éducation, que acompaña a docentes y niños en zonas forestales clave para integrar la educación medioambiental en los programas escolares.
Desde el inicio de nuestro compromiso hemos contribuido a plantar 303.245 árboles.



The Coral Planters:

Paralelamente, continuamos nuestra alianza con The Coral Planters, una asociación comprometida con la preservación de los ecosistemas marinos. En 2025, nuestro apoyo permitió plantar 3.661 nuevos corales en Maldivas, Mozambique y la isla Mauricio, además de crear cuatro viveros en Mozambique.
También seguimos apoyando el programa Edu'Coral, que propone talleres pedagógicos para sensibilizar a los niños sobre la protección de los océanos.
Desde el inicio de nuestro compromiso hemos contribuido así a plantar 13.161 corales.



1001 Fontaines:

Desde 2022 apoyamos a la ONG 1001 Fontaines, que desarrolla soluciones duraderas para garantizar el acceso de por vida al agua potable a las poblaciones más vulnerables. Apoyamos el programa Water Angels para dar acceso al agua potable a los niños en las escuelas de Camboya. **Desde el inicio de nuestro compromiso hemos contribuido a llevar agua potable a más de 65.500 niños.**
También hemos financiado la construcción de 2 Water Kiosks: microempresas que aseguran la producción y la distribución de garrafas de agua potable hasta el domicilio de los beneficiarios, incluso los más aislados. Estas 2 estructuras permiten ayudar a más de 3.600 familias en el municipio de Kantuot y en la provincia de Kampong Thom.



Toutes à l'école:

Esta asociación ofrece una escolarización de alto nivel a las niñas más desfavorecidas de Camboya. En 2024 decidimos apoyar las acciones de Toutes à l'école **apadrinando una clase de 1.º de primaria con una atención integral a las alumnas**: educación, alimentación y seguimiento médico. Hemos seguido apoyando esta clase en 2025.



Octubre Rosa:

Desde hace varios años nos comprometemos con motivo del **Octubre Rosa** ofreciendo talleres de cuidados a mujeres en remisión de un cáncer de mama o al final del tratamiento.
En 2024 también pusimos en marcha una donación de productos para los espacios de belleza solidaria de la **Maison Rose Up de París**.
Por último, apoyamos a la asociación **belga Vivre comme avant** que ayuda y acompaña a mujeres con cáncer de mama. Renovamos estos dos compromisos en 2025.



Agence du Don en Nature:

Esta alianza nos permite donar productos que no podemos vender pero que siguen siendo utilizables. La Agence du Don en Nature los pone a disposición de centros de acogida o tiendas solidarias.
En 2024 participamos, entre otras, en la operación Pacte pour les Premiers Pas, cuyo objetivo es apoyar y ayudar a las familias a cubrir las necesidades esenciales de sus bebés. Donamos 1.250 productos Mon Petit La Rosée. **En 2025 ampliamos nuestro apoyo con una donación de más de 98.200 productos, de los cuales 79.000 champús, en el marco de la Grande Collecte organizada por la ADN.**



Secret Santa solidario:

En lugar de regalarse obsequios entre compañeros, los **80 miembros del equipo de la oficina de Lyon regalaron cada uno un obsequio a un niño del hogar Notre Dame des Sans Abris**. La Rosée hizo además una donación de productos a este hogar.



Emmaüs Connect:

Conscientes de que la exclusión también puede ser digital, en 2025 donamos 13 ordenadores y 52 smartphones. Estos **dispositivos** se entregan después **a estudiantes o personas en situación de precariedad**.



Nuits de Fourvière:

Este festival multidisciplinar —teatro, música, danza, circo...— está **comprometido con la creación artística y el acceso a la cultura**.

Donamos productos destinados a los equipos y a los artistas. En 2025 también apoyamos la transición ecológica del festival para ayudarles a replantear sus prácticas, reducir su impacto medioambiental y experimentar con soluciones sostenibles, así como la producción de un espectáculo comprometido con las cuestiones medioambientales, que se programará en el marco de las Nuits de Fourvière 2026.

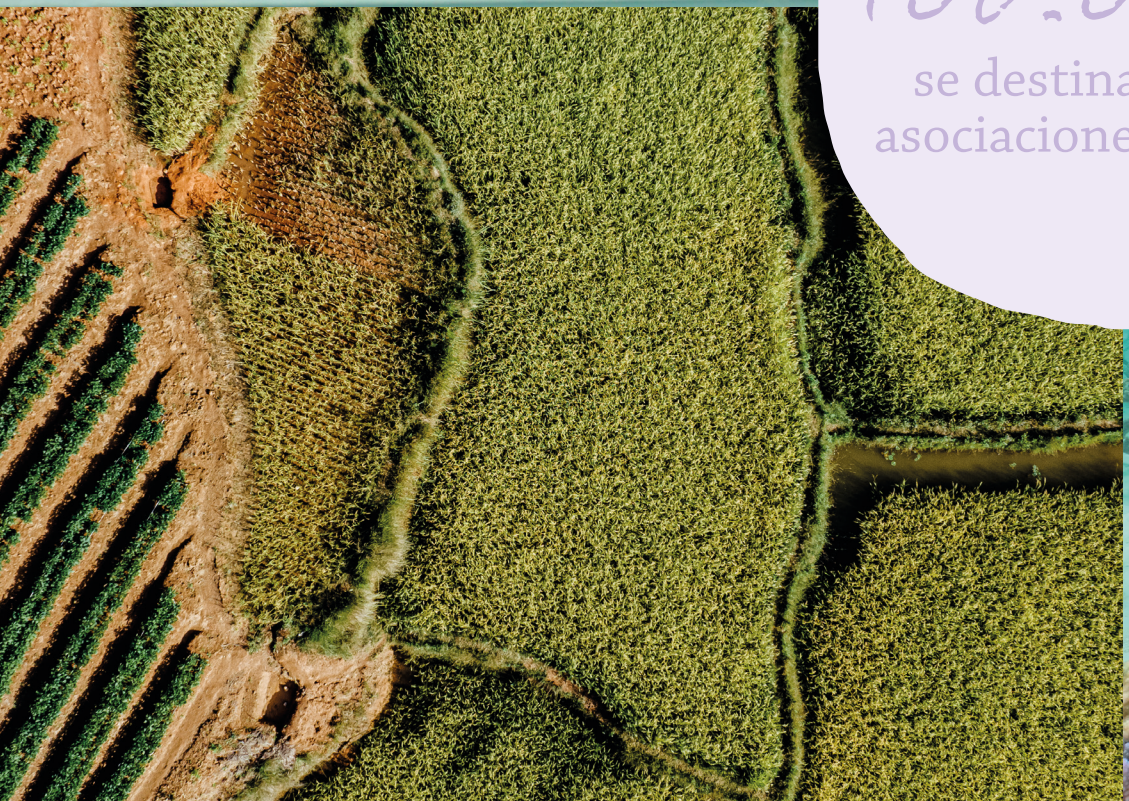




¡Más de

400.000 €

se destinaron a las asociaciones en 2025!





Nuestros próximos desafíos



Desafíos para nuestros productos

2026

- ✓ Un tercio de nuestros productos integrará al menos 1 ingrediente upcycled.
- ✓ Integrar nuestro primer ingrediente regenerativo en nuestras fórmulas.

2027

- ✓ El 50 % de nuestras ventas se generará mediante recargas o formatos sólidos para limitar los residuos en 2027.

2030

- ✓ El 50 % de nuestros productos integrará al menos un ingrediente upcycled o regenerativo.
- ✓ 0 % de plástico virgen de origen fósil en nuestros envases.

2035

- ✓ El 100 % de nuestra gama será recargable, sólida o retornable.



Desafíos para La Rosée

2026

- ✓ El 100 % de nuestro equipo tendrá un objetivo vinculado a la **transición ecológica.**
- ✓ Estructurar de otra manera nuestra **política de mecenazgo** para aumentar su impacto.
- ✓ Unirnos a la asociación **BeMed** para apoyar la investigación científica sobre la contaminación por plásticos.

2027-2028

- ✓ Implantación de la contabilidad **de triple capital.**



Inspiraciones

Vídeo:
Un himno de amor a nuestro planeta
https://www.onehome.org/fr/videos/earth-video/artists-featuring/yael-naim

Películas y series:
- Una vez que sabes de Emmanuel Cappellin
- Mañana (Demain), de Mélanie Laurent y Cyril Dion
- Nuestro planeta – Netflix, en colaboración con WWF

Libro:

- El mundo sin fin, de Jean-Marc Jancovici

Documentales:
- Los límites de nuestro planeta: la alerta de la ciencia – Netflix
- Lo que el pulpo me enseñó – Netflix



LA ROSÉE

PARIS

¡Síguenos!

 @larosee_espana

 @La Rosée España

 La Rosée Cosmétiques

 @laroseecosmetiques

 @laroseecosmetiques

 La Rosée Cosmétiques

+34 911 23 37 55
info.es@larosee-cosmetiques.com
www.larosee-cosmetiques.com