

A close-up photograph of two human faces, focusing on the eyes and skin. The person on the left has light brown eyes and visible freckles, while the person on the right has dark brown eyes and smoother skin. The lighting is soft and warm, creating a intimate and human feel.

LA ROSÉE
PARIS

Rapport RSE
2025



Depuis notre création en 2015,

nous avons fait le choix d'agir pour une cosmétique plus responsable, plus essentielle, plus humaine.

Formules naturelles, packs éco-conçus, production en France, prix justes et transparence : chaque décision que nous prenons vise à réduire notre impact, tout en conservant ce qui fait l'ADN de La Rosée : des produits efficaces, sensoriels et accessibles.

Mais face à l'ampleur des défis environnementaux, réduire notre impact ne suffit plus. Les limites planétaires nous invitent à repenser plus profondément nos modèles : la manière dont nous concevons nos produits, collaborons avec nos partenaires et accompagnons les évolutions de consommation.

C'est dans cet esprit que nous avons rejoint la **Convention des Entreprises pour le Climat (CEC)**. Ce parcours nous a permis de confronter notre modèle d'affaires aux réalités scientifiques et d'identifier les transformations nécessaires pour rendre notre activité plus robuste et compatible avec les limites planétaires.

Ce rapport présente les avancées que nous avons réalisées pour y parvenir : en améliorant l'impact environnemental de nos produits, en faisant évoluer notre chaîne de valeur et notre écosystème, en mobilisant nos collaborateurs, et en soutenant des projets qui contribuent à préserver les écosystèmes.

Il reflète aussi notre conviction profonde : aucune entreprise ne peut réussir cette transformation seule. C'est en coopérant avec nos partenaires, nos fournisseurs, les pharmaciens et nos consommateurs que nous pourrons faire évoluer durablement notre secteur.

Ce rapport partage les actions que nous avons déjà engagées, les enseignements que nous en tirons et les défis qu'il nous reste à relever.

Notre manifeste



Chez La Rosée, notre mission est de **prendre soin de chaque peau**. Nous réinventons les essentiels de la salle de bain et de la table à langer. Nous les voulons épurés, efficaces et engagés, sans compromis sur la sensorialité. Nous croyons qu'une peau en bonne santé commence par des gestes simples, des formules expertes et un profond respect du vivant et de la planète. Notre **ancrage en pharmacie** et notre **fabrication française** sont des gages de qualité et de confiance.

Mais nous ne voulions pas en rester là. Conscients des limites planétaires, nous faisons le choix d'aller plus loin, car un constat s'impose : réduire notre impact ne suffit plus. Nous avons compris toute la dimension de notre devoir en tant qu'entreprise, notre **responsabilité en tant qu'humain** et la nécessité de changer notre regard. **La Rosée est une force en marche**. Le changement doit être collectif et nous souhaitons influencer nos partenaires en bousculant leurs standards et nos consommateurs en les engageant sur de nouvelles habitudes. Ainsi ensemble, en transformant notre secteur, nous pourrions faire de cette utopie une réalité : **rendre à la planète plus que ce qu'on lui prend**.

Cette vision implique de faire preuve d'audace. Nous continuerons à **innover, former, relier, performer, renoncer, améliorer, partager, embarquer**, et toujours préserver notre cohérence. Nous nous engageons à toujours le faire avec sincérité et authenticité. Face à l'exigence de cette promesse, nous avancerons avec optimisme et détermination. Notre rêve ultime est de **devenir un catalyseur de transformations** pour l'industrie cosmétique.

Notre raison d'être

Prendre soin de chaque peau en réinventant les essentiels de la salle de bain et de la table à langer : **épurés, efficaces** et **engagés**, sans compromis sur la **sensorialité** et avec un profond **respect** du vivant et de la planète.

Sommaire

1.

Transformer
notre modèle

page 6-16

2.

Transformer
nos produits

page 17-28

3.

Transformer les usages
de notre écosystème

page 29-35

4.

Nos collaborateurs

page 36-41

5.

Notre soutien aux
associations

page 42-46

6.

Prochains défis

page 47-49

Transformer notre modèle





En 2024, La Rosée a obtenu la certification B Corp, une distinction qui reconnaît les entreprises répondant à des standards vérifiés en matière de pratiques sociales et environnementales et engagées dans une démarche de progrès.

Du choix de nos matières premières, à nos sites de production en France, en passant par notre logisticien, nos campagnes de communication, et notre organisation interne, toute notre chaîne de valeur a été auditée en profondeur pour obtenir ce label exigeant.

Cette reconnaissance marque une étape importante dans notre parcours, mais elle n'est qu'un jalon : une invitation à continuer de progresser et à renforcer, année après année, la cohérence de nos actions.

**La même année, nous avons choisi d'aller plus loin en rejoignant
la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC).**

Ce parcours collectif vise à **accompagner les dirigeants dans la transformation** de leur modèle d'affaires afin de le rendre compatible avec les limites planétaires.

Les scientifiques et experts mobilisés dans ce cadre ont confirmé ce que nous pressentions déjà : dans un monde de plus en plus instable, sur les plans climatique, économique ou géopolitique ; seules les entreprises capables d'identifier leurs vulnérabilités, de faire évoluer leur modèle et de renforcer les dynamiques de coopération seront suffisamment robustes pour traverser les décennies à venir.

Les pages suivantes présentent la feuille de route que nous avons construite tout au long de ce parcours au sein de la CEC. Nous avons choisi de la rendre publique, à la fois sur le site de la CEC et dans ce rapport RSE, afin de **partager nos engagements et de nous engager devant vous.**

Elle s'articule autour de **quatre grands piliers**, chacun décliné en un plan d'action.

1. Retravailler notre offre produit vers la sobriété tout en intégrant des pratiques régénératives

- ✓ **100 % de notre offre sera solide, rechargeable ou consignable en 2035**
- ✓ Chaque produit retravaillé surperformera la version précédente, selon notre outil de notation des produits
- ✓ Plus aucun packaging ne sera issu de plastique vierge d'origine fossile en 2030
- ✓ **Un tiers de nos produits contiendra des ingrédients upcyclés ou régénératifs en 2026 et 50 % en 2030**
- ✓ Favoriser les produits tout en un pour réduire la multiplicité des produits
- ✓ **Chaque lancement sera une innovation pour le marché ou a minima équivalent à la meilleure version innovante existante en pharmacie en France, selon notre outil de notation des produits**
- ✓ Continuer à renoncer aux produits dont l'impact environnemental sera supérieur au seuil que nous aurons fixé
- ✓ Favoriser les produits tout en un pour réduire la multiplicité des produits
- ✓ Charte de formulation verte et de sourcing raisonné à faire signer à tous nos façonniers afin de pouvoir communiquer des informations transparentes aux consommateurs
- ✓ Supprimer les ingrédients issus de filières à fortes externalités négatives (impact sur la déforestation, trop consommatrices d'eau, etc.)





2. Former nos collaborateurs

- ✓ Former 100 % des collaborateurs aux enjeux de durabilité et régénération d'ici 2026
- ✓ 100 % des collaborateurs ont un objectif en lien avec la transition écologique en 2026
- ✓ Développer la culture de l'expérimentation et du droit à l'erreur même si les vents sont contraires
- ✓ Créer un parcours de formation pour les collaborateurs, intégrer nos partenaires
- ✓ Intégration d'ateliers comme la Fresque du Climat et partenariats avec des ONG ou experts
- ✓ Expérimenter le mécénat de compétence pour inciter les collaborateurs à s'engager, en dehors même de La Rosée, ancrer les valeurs de régénération dans le quotidien des collaborateurs
- ✓ Mise en place du sac à dos écologique numérique pour sensibiliser les collaborateurs
- ✓ Faire vivre le tableau des initiatives RSE au sein de chaque équipe
- ✓ Limiter l'aérien au strict minimum pour l'export

3. Influencer le marché

- ✓ Participer à des tables rondes, conférences pour **inspirer d'autres acteurs**
- ✓ Produire des contenus éducatifs sur **la régénération** et la cosmétique durable pour le public
- ✓ Impliquer les pharmaciens dans nos campagnes en les engageant via des gestes concrets
- ✓ Lancer une campagne de communication pour **promouvoir les pratiques de consommation durables**
- ✓ Participer à des groupes de travail
- ✓ Coopérer avec des **ONG** ou des experts en biodiversité pour valider et co-construire nos projets à impact
- ✓ Continuer les coalitions pour **l'économie circulaire**
- ✓ Création d'un guide de **transition régénérative** pour inspirer et transmettre les bonnes pratiques

4. Compter ce qui compte vraiment

- ✓ **50% de nos ventes** sont générées par des recharges ou formats solides pour limiter les déchets en 2027
- ✓ **100%** des nouveaux financements opérationnels seront dédiés à **des projets liés spécifiquement à l'environnement dès 2026**
- ✓ Mettre en place une comptabilité **triple capital (environnemental, social, financier)** d'ici 2027



«En parallèle de cette feuille de route, nous avons engagé un travail structurant pour renforcer notre stratégie climat et analyser les vulnérabilités de notre modèle d'affaires. Cette démarche s'appuie notamment sur l'exercice de double matérialité.»

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'e' followed by a long horizontal stroke.

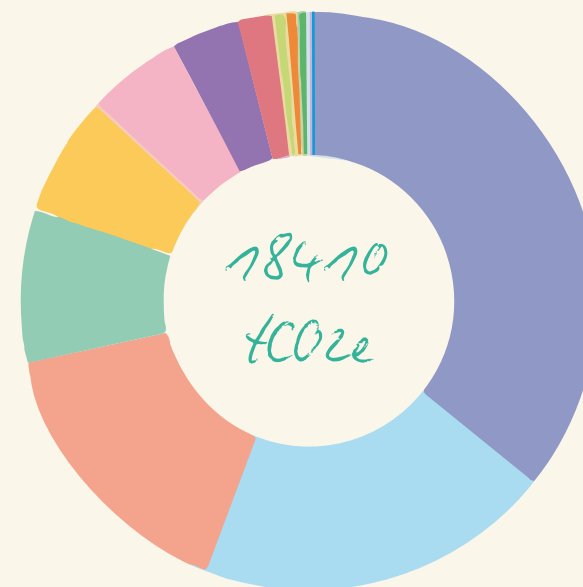
Stratégie climat

En 2025, La Rosée a suivi la méthodologie Act pas à pas de l'ADEME afin de construire une **stratégie de décarbonation** alignée avec les objectifs de l'Accord de Paris.

Dans ce cadre, un plan d'action a été élaboré, mobilisant plus d'une dizaine de groupes de travail, afin d'agir à tous les niveaux de l'entreprise.

- ✓ Améliorer la rinçabilité de nos produits
- ✓ Développer des références ne nécessitant pas d'eau dans lors de leur utilisation
- ✓ Poursuivre l'écoconception de nos packagings
- ✓ Expérimenter des solutions de colis réutilisables
- ✓ Substituer nos 20 matières premières les plus impactantes
- ✓ Intégrer davantage de matières premières upcyclées et régénératives dans nos formules
- ✓ Faire évoluer notre fret vers des modes de transport plus décarbonés (train, bateau à voile...)

Bilan carbone 2025



Utilisation du produit	35,9%
Emballages	19,9%
Intrants	15,8%
Achats de services	8,6%
Déplacements	6,7%
Achats de petites fournitures	5,4%
Fret	3,8%
Numérique	2%
Restauration et hébergement	0,7%
Locaux	0,7%
Équipements	0,6%
Télétravail	<0,1%
Frais de gestion	<0,1%
Sous-traitance	<0,1%

Analyse de double-matérialité

En 2025, nous avons mené notre première analyse de double matérialité, une étape structurante pour affiner notre stratégie RSE.

Cet exercice vise à identifier et hiérarchiser les enjeux les plus stratégiques pour l'entreprise, en croisant deux perspectives :

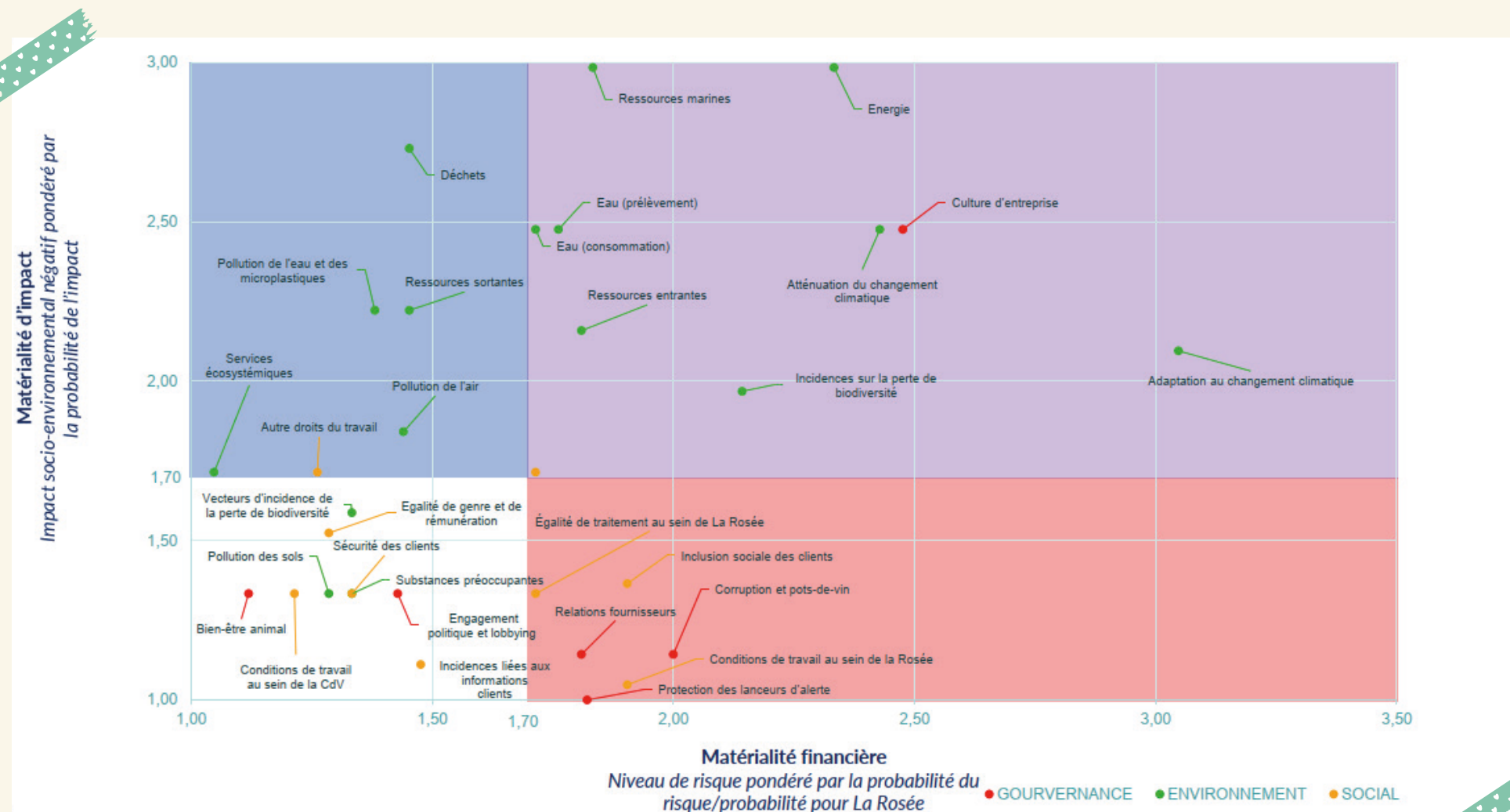
- La matérialité d'impact, qui évalue les effets des activités de La Rosée sur l'environnement, la société et les parties prenantes
- La matérialité financière, qui mesure comment ces enjeux peuvent impacter la performance et la résilience de La Rosée

De nombreuses parties prenantes ont été mobilisées pour cet exercice, en plus de tous les membres du Comité de Direction.

Façonniers, fournisseur de packagingg, pharmacie, logisticien ou encore notre syndicat, la Febea, pour avoir une vision globale de notre secteur. Des experts carbone et RSE nous ont aidés à la réaliser.



La matrice de double-matérialité de La Rosée

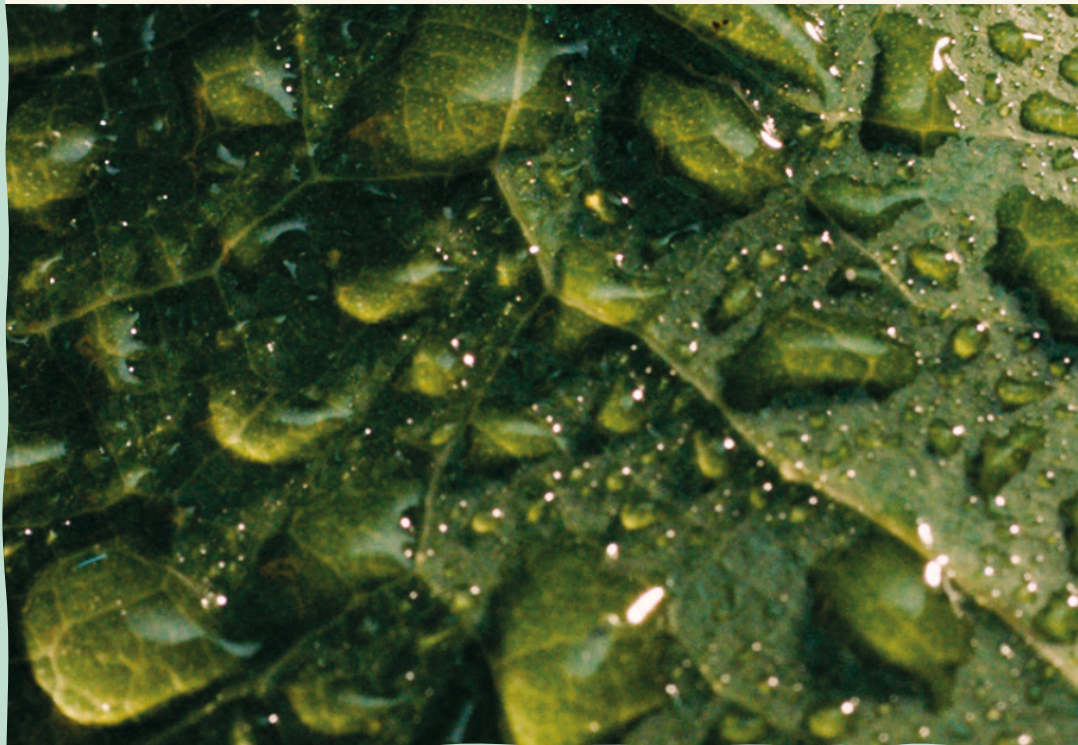


Les démarches présentées dans les pages précédentes, qu'il s'agisse de notre **certification B Corp**, de notre participation à la **Convention des Entreprises pour le Climat**, de la construction de notre **stratégie climat** ou encore de **l'exercice de double matérialité**, nous ont permis de structurer notre transformation et d'identifier nos priorités d'action.

Ces travaux nous donnent aujourd'hui un cap clair : **faire évoluer progressivement notre modèle afin de le rendre plus robuste et compatible avec les limites planétaires.**

Cette transformation se traduit très concrètement dans la manière dont nous concevons nos produits, depuis la formulation jusqu'au choix de nos emballages.

Les pages suivantes présentent les avancées que nous avons engagées pour réduire l'impact environnemental de nos produits.



Transformer nos produits



Sobriété de la gamme

Chez La Rosée, nous avons fait un choix simple : proposer l'essentiel.

Aujourd'hui, notre gamme compte **48 références seulement**. Elles couvrent les besoins fondamentaux de la salle de bain et de la table à langer : hygiène, soin du visage et du corps, protection solaire, soins capillaires, maquillage-soin, ainsi que les soins pour bébés et enfants.

Pourquoi faire ce choix de sobriété ?

Parce qu'une gamme trop large génère souvent des produits qui se vendent moins, des stocks inutiles et davantage de gaspillage. Mais aussi parce que nous ne souhaitons pas encourager une consommation excessive en multipliant les références.



Nos renoncements

Nous sommes convaincus qu'une entreprise responsable doit aussi savoir se poser cette question simple :

À quoi bon se féliciter d'une croissance du chiffre d'affaires si elle repose sur un désastre environnemental ?

Cette conviction nous amène parfois à faire des choix à contre-courant et à **renoncer à certaines pratiques**, même lorsqu'elles sont courantes dans notre secteur.

Pour nos produits, cela signifie par exemple :

- ✗ Ne pas multiplier les échantillons, miniatures ou formats avion afin de limiter le gaspillage et les déchets, même si de nombreux clients nous les demandent
- ✗ Supprimer les packs secondaires ainsi que tous les éléments superflus (sleeves, papillons...)
- ✗ Renoncer aux lingettes lors du lancement de **Mon Petit La Rosée**, alors qu'elles représentaient près de **20 % du marché bébé**

Cette logique dépasse le seul développement de nos produits et guide aussi certaines décisions à l'échelle de l'entreprise :

- ✗ Renoncer à lancer certains marchés à l'export lorsque les partenaires ne partagent pas nos valeurs
- ✗ Organiser un lancement à New York sans produits, car nous avons refusé un envoi par avion
- ✗ Refuser de pousser la surconsommation ou les promotions permanentes
- ✗ Ne proposer que des **menus végétariens lors de nos événements**

Ces choix ne sont pas toujours les plus simples. Mais ils reflètent une conviction profonde : **la transition écologique passe aussi par ce que l'on décide de ne pas faire.**



Les Analyses de Cycle de Vie (ACV)

Conformément à notre feuille de route, qui consiste à faire en sorte que **«chaque produit retravaillé surperforme la version précédente»**, nous avons fait de la mesure d'impact un outil central de décision.

C'est dans cette logique que nous nous appuyons sur **l'ACV**, une méthode scientifique qui permet d'évaluer l'empreinte environnementale globale d'un produit en prenant en compte l'ensemble des étapes de sa vie.

Chez La Rosée, les premières ACV ont été réalisées en 2022.

En 2025, nous avons franchi une nouvelle étape en nous équipant d'un outil interne, Askor, qui nous permet désormais de réaliser ces analyses en toute autonomie.

Cet outil est devenu un véritable aide à la décision dans le développement de nos produits. À chaque fois que nous retravaillons une formule ou un packaging, nous pouvons comparer différents scénarios et nous assurer que les choix effectués permettent réellement de **réduire l'impact environnemental**.

Concrètement, l'ACV analyse toutes les étapes du cycle de vie d'un produit :

- **La production** des matières premières, qu'il s'agisse des ingrédients ou des emballages.
- **La fabrication et le conditionnement.**
- **Le transport** entre les fournisseurs, les sites de production et les lieux de distribution.
- **La phase d'utilisation**, par exemple l'eau nécessaire au rinçage d'un produit lavant et l'énergie utilisée pour chauffer cette eau
- Et enfin **la fin de vie**, qu'il s'agisse du recyclage, de l'incinération ou d'autres modes de traitement.

L'ensemble de ces données permet d'obtenir un score global fondé sur 16 indicateurs environnementaux, parmi lesquels les émissions de CO₂, le stress hydrique, la pollution de l'air et de l'eau ou encore l'impact sur la couche d'ozone.

Mais au-delà du score, l'ACV est surtout **un outil de transformation**. Elle nous permet d'identifier avec précision où se situent les principaux impacts de nos produits (matières premières, packagings, transports) et donc de savoir où agir en priorité.

Dans cette logique, nous avons également cartographié les matières premières les plus impactantes de nos formules. Ce travail nous permet aujourd'hui d'orienter notre recherche vers des alternatives plus sobres et plus vertueuses, afin de **réduire progressivement l'empreinte environnementale** de nos formules.



En 2025, nous avons entrepris de retravailler la formule de notre gommage visage.

Nous venions de terminer notre parcours avec la Convention des Entreprises pour le Climat et nous étions déterminés à revoir en profondeur notre offre produit afin d'en réduire l'impact environnemental.

C'est pourquoi nous avons envisagé de remplacer notre gommage liquide en tube par une **formule en poudre**, à reconstituer à domicile, et d'évaluer si cette alternative était réellement plus vertueuse.

Notre produit existant présentait un score environnemental PEF de **43,6 µPt**, selon notre outil Askor.

Les résultats de l'analyse ont été sans appel : la version en poudre présentait un impact environnemental **trois fois supérieur** à celui de la formule liquide.

Certes, le consommateur utilise une quantité moindre à chaque application, environ trois fois moins de matière, mais ce changement de geste ne permettait pas de générer un gain environnemental réel.

Par ailleurs, cette alternative aurait impliqué un usage moins intuitif pour le consommateur et une augmentation significative du prix du produit.

Cet exemple illustre concrètement le rôle des ACV dans notre démarche : **nous aider à arbitrer, au-delà des intuitions, en nous appuyant sur des données objectives.**



Nos formules

Depuis 2015, nous nous engageons à formuler des soins hautement naturels, efficaces, sensoriels et respectueux de toutes les peaux, même les plus sensibles.

Un tiers de notre gamme est aujourd'hui formulée à 100 % d'origine naturelle, sans compromis sur la sensorialité ni l'efficacité.

Nos produits sont également pensés pour leur biodégradabilité : une priorité pour les formules rincées, qui se retrouvent dans les eaux usées afin de limiter notre impact sur les écosystèmes aquatiques.

Nous proposons **une gamme courte et essentielle**, pour éviter la surconsommation : en moyenne, 2,3 références par sous-catégorie contre 13 chez les autres grands acteurs du secteur. Une manière simple de consommer moins, mais mieux.

Notre engagement environnemental ne saurait exister sans une exigence constante sur la qualité et la sécurité de nos formules. **Tous nos produits sont rigoureusement testés dermatologiquement, conviennent aux peaux sensibles et sont adaptés aux femmes enceintes.**

Nous défendons également une politique de prix justes et stables, pour rendre la cosmétique responsable accessible au plus grand nombre. Depuis 10 ans, le prix moyen de nos produits est de **15€**, et ce sans compromis sur la qualité ni l'éthique de production.



L'intégration d'ingrédients upcyclés et régénératifs

Conformément à la feuille de route que nous avons définie, nous nous sommes fixé un objectif clair : d'ici 2026, un tiers de nos produits intégreront des actifs upcyclés ou régénératifs.

Pourquoi ce choix ?

L'upcycling consiste à valoriser des coproduits issus d'autres industries, notamment de l'agroalimentaire, en les transformant en actifs cosmétiques. Plutôt que d'être jetées ou sous-valorisées, ces matières trouvent ainsi une seconde vie.

Cette approche présente plusieurs bénéfices : elle permet de limiter le gaspillage de ressources naturelles, de réduire la quantité de déchets organiques et de contribuer à des modèles de production plus circulaires.

En 2025, tous nos nouveaux lancements intégraient déjà des ingrédients upcyclés. Peaux de tomates et de pamplemousses, amidon de riz, huile de noyaux de cerises ou d'abricots : autant d'exemples d'ingrédients qui illustrent cette nouvelle manière de formuler.

Au-delà de l'intérêt environnemental, ces filières permettent également d'assurer aux agriculteurs et aux transformateurs une source de revenu complémentaire en valorisant des matières qui étaient jusqu'alors peu exploitées.

Nous souhaitons également aller plus loin en intégrant à terme des ingrédients dits **régénératifs**. Il s'agit de matières premières issues de cultures qui contribuent activement à restaurer les écosystèmes naturels : amélioration de la fertilité des sols, préservation de la biodiversité, meilleure gestion de l'eau.

À ce stade, nous ne sommes pas encore parvenus à intégrer ce type d'ingrédient dans nos formules. Mais ce chantier fait pleinement partie de nos priorités de recherche et d'innovation. Nous poursuivons ce travail avec détermination et sommes confiants dans notre capacité à franchir cette nouvelle étape dans les années à venir.



L'écoconception de nos packs : nous travaillons 100 % de nos packs

Les 4 axes de l'écoconception

Chez La Rosée, l'écoconception guide le développement de chacun de nos emballages. Aucun pack n'est laissé de côté : **chaque détail est analysé pour réduire son impact environnemental**. Notre démarche repose sur quatre leviers complémentaires.

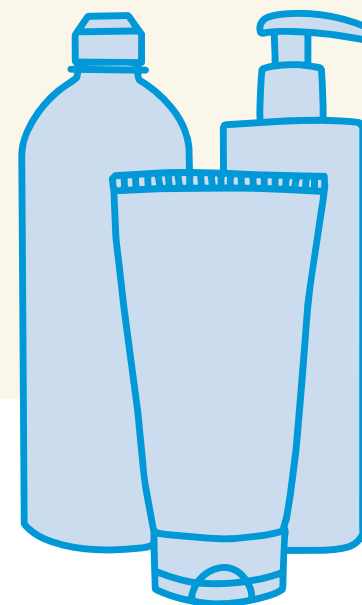
1. Réduire

La première étape de l'écoconception consiste à **réduire la quantité de matière utilisée**.

Dès la création de La Rosée en 2015, nous avons fait le choix de supprimer les emballages secondaires en carton autour de nos produits. En 2019, nous avons poursuivi cette démarche en retirant les sleeves et les papillons qui bloquaient les pompes, afin qu'aucun élément ne soit superflu.

Les flacons en verre de nos sérums ont été retravaillés en 2022 pour être allégés de 6 %. C'était un véritable challenge d'alléger ces flacons tout en maintenant leur résistance aux chocs. Cela nous a permis d'utiliser moins de matière et ainsi d'alléger le poids lors des transports afin de réduire notre impact carbone.

Cette approche peut sembler simple, mais elle est souvent la plus efficace : le meilleur emballage reste celui que l'on ne produit pas.



Réduire le plastique dans nos emballages tertiaires

L'écoconception ne concerne pas seulement nos flacons, mais aussi nos emballages logistiques. Nous avons ainsi supprimé le film plastique qui entourait nos palettes pour **87 % de nos expéditions en France**. Il a été remplacé par un système de **cerclage**, permettant de réduire **90 % du plastique utilisé**, soit **450 g économisés par palette**.

+330 tonnes de cartons économisés avec la suppression des surembalages

2. Réemployer

Le deuxième levier consiste à prolonger la durée de vie de nos emballages, notamment grâce aux recharges.

Aujourd'hui, près de la moitié de notre gamme est rechargeable, et la recharge s'impose progressivement comme un pilier de notre démarche environnementale.

En 2022, nous avons lancé le premier soin des lèvres rechargeable en pharmacie. À chaque recharge utilisée*, ce format permet d'économiser 65 % de plastique et 54 % de CO₂.

Les chiffres de nos ventes en pharmacie en France en 2025 témoignent de cette adoption :

- 57 % de nos clients ont choisi la recharge du déodorant plutôt que le produit complet
- 57 % ont acheté l'huile de douche en recharge plutôt qu'en flacon 400 ml

Plus de 40 % des clients préfèrent déjà la recharge à la version complète pour :

- Le gel lavant Mon Petit La Rosée
- L'après-shampooing
- Le masque capillaire

Il y a quelques années, nous espérions atteindre 30 % de ventes en recharge. **Aujourd'hui, nous dépassons largement cet objectif.**

Ces résultats sont le fruit d'un véritable travail collectif : avec nos fournisseurs, avec qui nous avons codéveloppé certaines recharges, mais aussi avec les pharmaciens et les consommateurs qui s'approprient progressivement ces nouveaux usages.

Pour accompagner cette évolution, nous avons également fait évoluer notre politique commerciale. Les pharmaciens peuvent atteindre plus rapidement certains niveaux de remise lorsqu'ils privilégient les recharges, et les consommateurs bénéficient d'une carte de fidélité dédiée afin **d'encourager ce geste plus durable.**

Nous sommes fiers en 2025,
d'avoir allégé nos packs de
48% (g d'emballage / mL de
formule) par rapport à 2022 !

Tous nos lancements en 2025
étaient rechargeables !

Plus de 150 tonnes
de plastique économisées
depuis le lancement de nos
recharges

Innovation : focus sur notre nouvelle recharge

Chez La Rosée, nous inscrivons chaque innovation dans une logique d'amélioration continue. **Chaque nouvelle solution est une étape qui nous permet d'aller un peu plus loin dans la réduction de notre impact.**

En 2023, nous avons lancé des doypacks pour recharger notre huile de douche et notre gel lavant Mon Petit La Rosée. Ces recharges étaient conçues en mono-matériau, c'est-à-dire constituées d'un seul type de plastique. À l'époque, cette conception nous permettait d'atteindre **un taux de recyclabilité de 100 %, une avancée encore rare sur le marché !**

Deux ans plus tard, nous avons identifié une solution encore plus vertueuse : un nouveau flacon allégé qui combine performance environnementale et amélioration de l'usage.

Composé à **100 % de plastique recyclé**, ce nouveau flacon permet de réduire les émissions de CO₂ de 20 à 30 %, selon le format (400 ml ou 800 ml), par rapport aux versions précédentes.

Sa conception présente également d'autres bénéfices concrets :

- Une meilleure résistance lors du transport
- Une meilleure tenue en rayon dans les pharmacies

Ce nouveau flacon illustre bien notre démarche : continuer à innover, tester, améliorer et faire évoluer nos packagings pour qu'ils soient à la fois plus sobres, plus durables et toujours aussi pratiques au quotidien.



L'innovation fait partie de notre ADN.

En 2023, nous avons lancé, après un long co-développement avec notre fournisseur de pack, le premier déodorant en stick rechargeable en pharmacie !

Nous avons fait le choix de laisser cette solution libre de droit, afin que d'autres marques puissent s'en emparer et **contribuer à réduire les déchets liés aux emballages.**

Deux ans plus tard, ce format rechargeable s'est largement diffusé et est désormais présent dans les rayons de nombreuses marques.



VS



3. Recycler

Le troisième axe consiste à concevoir des emballages recyclables.

Si cela peut sembler évident aujourd'hui, la réalité est souvent plus complexe : les packagings cosmétiques sont techniquement sophistiqués et leur recyclabilité reste un défi pour l'ensemble de la filière.

Depuis nos débuts, nous privilégions des emballages mono-plastique, c'est-à-dire constitués d'un seul type de matière, afin de faciliter leur recyclage. Ce choix implique parfois des coûts plus élevés, mais il nous semble essentiel pour favoriser **la circularité des matériaux**.

Certaines limites subsistent néanmoins. Par exemple, les pompes sont encore difficiles à produire en mono-matériau. Comme beaucoup d'acteurs du secteur, nous dépendons des évolutions de notre écosystème industriel pour lever ces verrous techniques.

Pourquoi utilisons-nous encore du plastique ?

Le plastique est un matériau léger qui, lorsqu'on analyse son **cycle de vie complet (ACV)**, peut présenter un impact environnemental inférieur à celui de certains matériaux plus lourds. Pour en limiter l'impact, nous travaillons à réduire la quantité de matière, à éviter le plastique à usage unique, à privilégier des emballages recyclables et à intégrer de plus en plus de **plastique recyclé**.

Nous restons néanmoins conscients des enjeux liés à la « pollution invisible » du plastique. C'est pourquoi nous collaborons notamment avec l'association BeMed afin de mieux comprendre ces impacts et d'éclairer nos choix.



4. Réincorporer

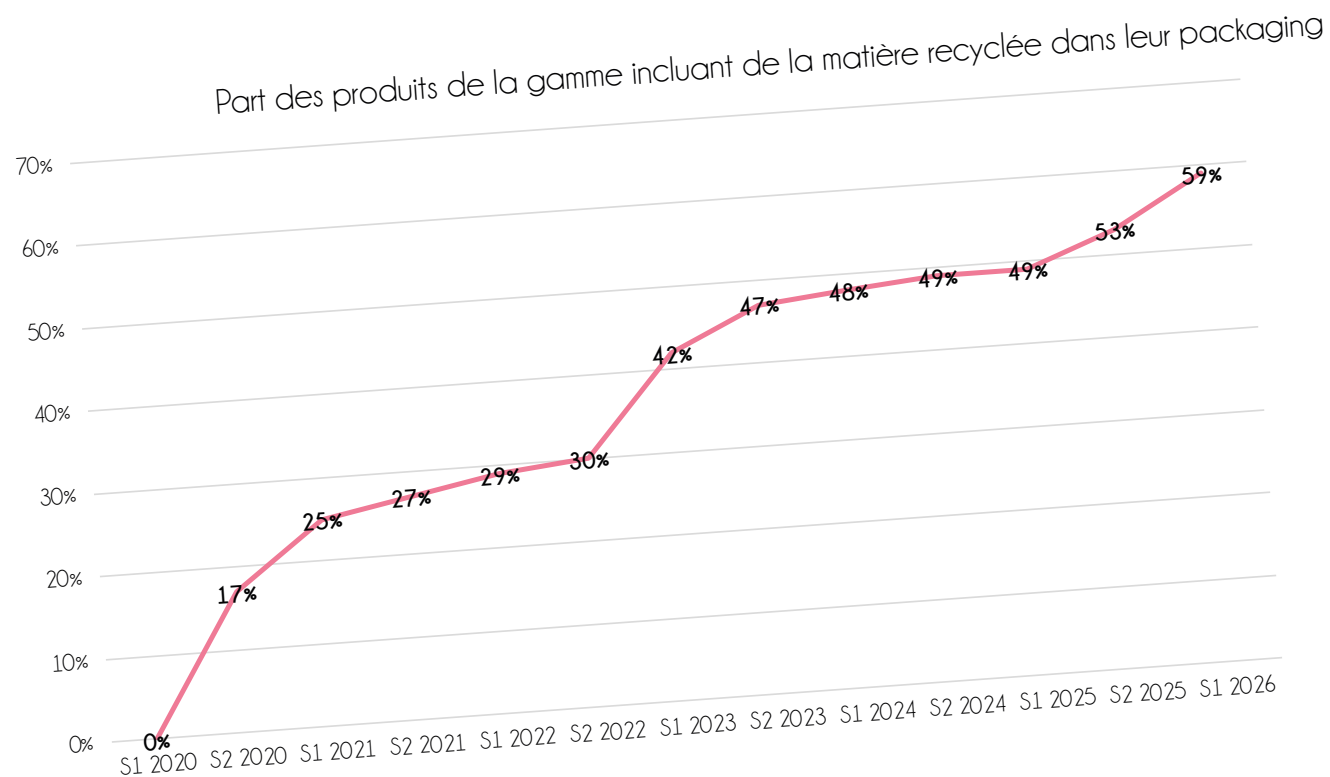
Enfin, notre démarche consiste également à **réintroduire de la matière recyclée dans nos emballages**.

En intégrant du plastique recyclé, nous réduisons à la fois la pression sur les ressources naturelles et les émissions de CO₂ liées à la production de plastique vierge.

Depuis 2020, nous travaillons activement à augmenter la part de matière recyclée dans nos packs. Ces matériaux sont souvent plus complexes à travailler et parfois moins homogènes d'un point de vue esthétique, mais ils constituent une étape essentielle vers des emballages plus responsables.

Notre ambition est claire :

d'ici 2030, ne plus utiliser de plastique vierge d'origine fossile dans nos emballages.



Transformer les usages
de notre écosystème



Les expérimentations pour des solutions circulaires

Nous sommes convaincus que la transition écologique passe aussi par une réinvention de nos habitudes de consommation.

C'est pourquoi, au-delà de l'écoconception de nos emballages, nous explorons des modèles plus sobres, **plus durables et surtout plus circulaires**.

Vente en vrac, consigne de flacons en verre, recharge : nous testons, innovons et collaborons avec d'autres acteurs du secteur pour faire émerger des **alternatives concrètes aux emballages à usage unique**.

Pharma-Recharge

Depuis 2023, certains produits La Rosée sont proposés dans **des meubles de vente en vrac** installés dans des pharmacies participant à l'expérimentation Pharma-Recharge.

Après une première phase de test, de nouveaux meubles ont été installés à Bayonne et Avignon fin 2025. D'autres implantations sont prévues en 2026 afin de poursuivre l'expérimentation et d'en évaluer le potentiel à plus grande échelle.

Coalition Cosmétiques & Consigne

En parallèle, nous avons rejoint la Coalition

Cosmétiques & Consigne, qui vise à tester **des solutions de réemploi pour les emballages cosmétiques**.

En 2025, nous avons mené une première expérimentation dans quatre pharmacies, où les clients pouvaient rapporter leur flacon de sérum en verre vide contre une rétribution financière de 2 €. Ces flacons ont ensuite été collectés et lavés afin d'évaluer la faisabilité opérationnelle du réemploi.

Cette expérimentation se poursuivra en 2026 afin d'en approfondir les enseignements. Aujourd'hui, ces modèles restent encore coûteux et leur adoption demandera du temps. Embarquer à la fois les consommateurs, les pharmaciens et l'ensemble de la chaîne logistique représente un véritable défi.

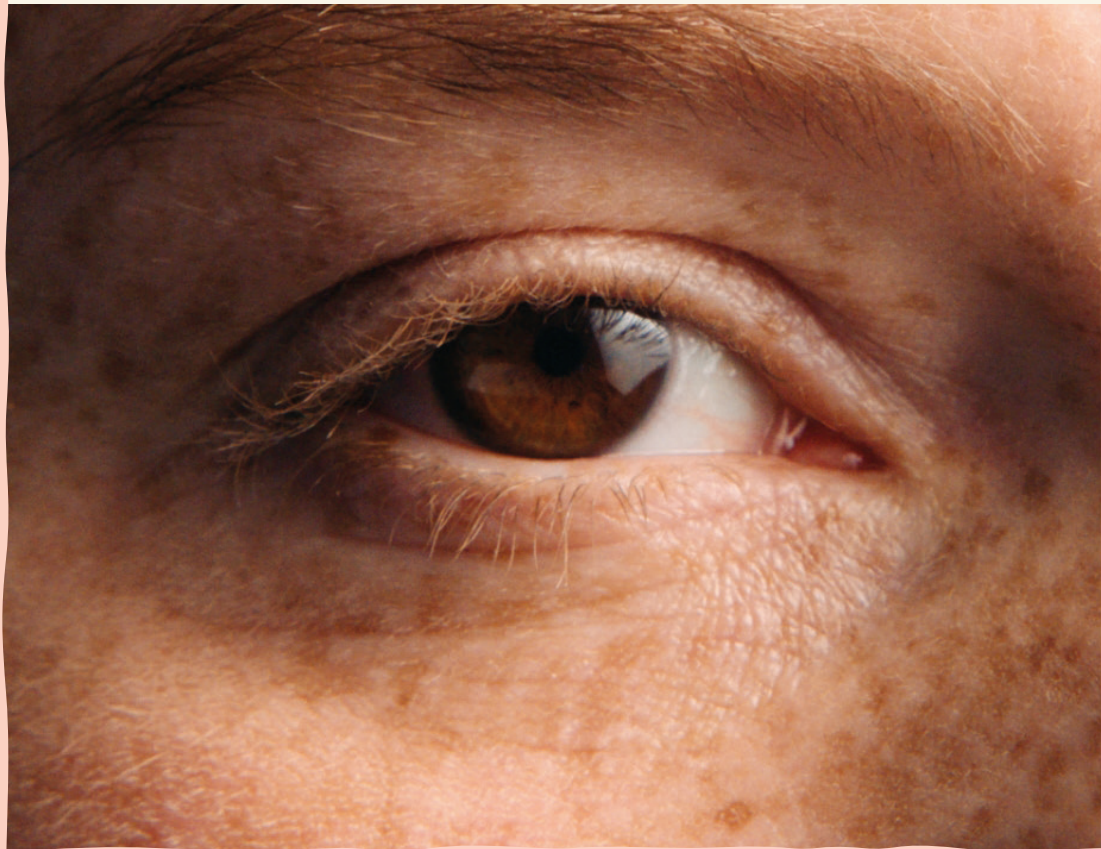
Nous sommes conscients que ces solutions ne s'imposeront pas immédiatement. Mais nous sommes convaincus que les entreprises ont un rôle à jouer pour préparer ces évolutions et **contribuer, dès aujourd'hui, à la transformation de notre secteur**.



Nos façonniers

Nous travaillons avec des façonniers qui partagent nos préoccupations environnementales.

- ✓ 100% de nos façonniers ont une démarche RSE officielle
- ✓ 100% ont engagé des actions concrètes pour réduire leur consommation d'eau
- ✓ 100% intègrent des critères environnementaux à leurs processus d'achats
- ✓ Nos partenaires principaux sont tous certifiés *EcoVadis*



Notre logistique

Réduire notre impact environnemental tout au long de notre chaîne de valeur fait partie de nos priorités. Depuis nos débuts, nous travaillons à **améliorer l'empreinte de notre logistique à travers plusieurs initiatives :**

- ✓ Un entrepôt logistique équipé de **panneaux photovoltaïques** et **système de chauffage par géothermie** pour réduire sa consommation énergétique
- ✓ La mise en place, depuis 2021, du **colis 2nde main** sur notre site afin de limiter les déchets d'emballage
- ✓ La livraison de certaines pharmacies à **vélo-cargo électrique** à Paris et à Lyon
- ✓ La réutilisation et l'adaptation de nos **PLV usagées** afin d'éviter de les jeter
- ✓ Des **livraisons BtoC neutres en carbone**, grâce aux efforts de réduction et de compensation du groupe La Poste
- ✓ Un **recours extrêmement limité au transport aérien**

En 2025, nous avons poursuivi ces efforts en allant plus loin :

- ✓ La mise en place de **livraisons en camions double plancher**, permettant d'optimiser le remplissage et de réduire le nombre de trajets
- ✓ Les premières **expérimentations de transport ferroviaire**, afin de contribuer à la relance du fret par train et de limiter le nombre de camions sur les routes
- ✓ L'organisation de **ventes responsables** pour nos anciens produits ou ceux présentant des défauts de décor, afin d'éviter toute destruction inutile





Au bureau

La transition écologique se joue aussi dans notre quotidien de travail.

Les repas de nos collaborateurs sont fournis par **Pollen**, un prestataire qui livre à vélo des plats **locaux et consignés**. Grâce à ce partenariat, nous avons évité **plus de 500 kg d'emballages jetables et plus de 2 tonnes de CO₂ en 2025**.

Même notre **carte ticket restaurant** est engagée. Nous avons choisi **Coup de Pousse**, une carte lyonnaise qui soutient les projets d'agriculteurs engagés dans la transition vers une alimentation plus durable.

Par ailleurs :

- ✓ **100 % de l'énergie** consommée dans nos bureaux est d'origine renouvelable
- ✓ Nous équipons nos collaborateurs avec des **téléphones reconditionnés** : l'achat d'un smartphone reconditionné permet d'économiser jusqu'à **90 % des émissions de CO₂ par rapport à un appareil neuf**

Notre financement

Nous avons transformé notre dette existante en un financement à impact, intégrant des critères extra-financiers alignés avec nos engagements RSE. **Cette évolution permet de lier directement notre performance financière à nos objectifs sociaux et environnementaux**

L'international

Notre développement international ne va pas à l'encontre de nos engagements, il en est le prolongement. Plus nous grandissons, plus nous avons la capacité d'inspirer, d'investir et d'embarquer d'autres acteurs vers des pratiques plus responsables.

Cette croissance reste mesurée et sélective, afin de rester fidèle à nos valeurs.

Concrètement, cela se traduit par plusieurs choix structurants :

- ✓ Nous sélectionnons des partenaires qui partagent nos engagements et peuvent devenir de véritables relais de notre vision. Nous privilégions des collaborations de long terme, même si cela implique de renoncer à certaines opportunités de croissance plus rapide
- ✓ Nous optimisons nos flux logistiques pour limiter notre impact environnemental : transport routier pour l'Europe, maritime pour le grand export, et un projet de test de **transport à voile vers le Canada en 2026**
- ✓ Nous favorisons la production locale de nos supports de communication et de nos PLV afin de réduire les transports inutiles

Au-delà des flux, nous cherchons également à diffuser nos exigences au sein de notre écosystème international.

Notre filiale coréenne en est une illustration concrète. Elle partage pleinement nos valeurs et les décline dans ses pratiques quotidiennes :

- ✓ Réutilisation des décors pour les pop-up
- ✓ Réemploi des PLV

- ✓ Limitation au maximum des consommables jetables dans les achats de fournitures
- ✓ Sélection de fournisseurs engagés
- ✓ Interdiction des déplacements en avion pour les trajets nationaux

Ces exemples montrent que notre ambition ne se limite pas à exporter des produits, mais bien à **faire évoluer les pratiques, partout où nous opérons.**



Communiquer de manière transparente, notre devoir pour nos clients

Chez La Rosée, il n'est pas question de communiquer de manière approximative sur nos engagements ni de tomber dans le greenwashing.

Pour garantir la fiabilité de nos messages, nous faisons relire et valider l'ensemble de nos communications environnementales par **l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP)**, y compris lorsque cette vérification n'est pas obligatoire.

Nos équipes communication et marketing sont également accompagnées par notre responsable réglementaire afin de s'assurer que chaque allégation environnementale repose sur des éléments factuels et vérifiables. Nous nous appuyons aussi sur les recommandations et guides de bonnes pratiques publiés par **l'ADEME**.

Dans cette même logique de transparence, La Rosée a signé en 2024 le **Contrat Climat pour une communication responsable**, mis en place par l'État afin d'encourager les entreprises à promouvoir des pratiques publicitaires cohérentes avec les enjeux environnementaux :

https://www.publicite-responsable.ecologie.gouv.fr/IMG/pdf/contrat_climat_la_rosee_2024.pdf

Ce dispositif nous engage notamment à renforcer la transparence de nos communications, à éviter toute forme d'écoblanchiment

et à promouvoir des comportements de consommation plus responsables.

Notre certification B Corp constitue également un gage de crédibilité pour nos consommateurs. Elle atteste que nos engagements sont évalués par un organisme indépendant et qu'ils s'inscrivent dans une démarche globale d'amélioration continue.

Cette exigence ne concerne pas uniquement le contenu de nos messages, mais aussi la manière dont nous les produisons.

Notre équipe Communication s'engage ainsi à limiter l'impact environnemental de ses actions :

- Une charte d'écoconception a été mise en place pour nos événements et nos tournages
- Tous nos shootings sont réalisés en France, même pour les produits solaires en hiver



Nos collaborateurs





Le bien-être et le développement de nos collaborateurs sont au cœur de notre projet d'entreprise.

En 2025, nous avons structuré notre politique de rémunération et partagé cette grille avec l'ensemble de nos équipes. L'objectif est clair : garantir davantage de transparence, d'équité et de lisibilité, afin que chacun comprenne son positionnement salarial et les leviers qui lui permettent d'évoluer.

Nous avons également souhaité reconnaître l'engagement de nos équipes à travers **l'attribution d'une prime de partage de la valeur (PPV) de 2 500 €** à l'ensemble de nos collaborateurs en France, s'inscrivant dans notre politique de partage de la performance.

Faire grandir nos équipes est également une priorité. Tout au long de l'année, nos collaborateurs ont eu accès à une quinzaine de formats de formation : parcours pour les nouveaux managers, Fresque du Climat pour mieux comprendre les enjeux environnementaux, ateliers de co-développement... autant d'outils pour apprendre, progresser et s'épanouir.

Nous avons également lancé **l'Académie La Rosée**, un parcours de formation structurant destiné à l'ensemble de nos collaborateurs en France, ainsi qu'à nos équipes en lien avec nos clients, filiales et distributeurs à l'international.

L'entretien professionnel, qui doit légalement être réalisé tous les deux ans, est désormais intégré à notre trame d'entretien annuelle afin d'offrir un suivi plus régulier et personnalisé à chaque collaborateur. Cette démarche reflète notre volonté d'accompagner activement leur évolution, d'anticiper leurs besoins et de favoriser leur développement au sein de l'entreprise.

Dans le cadre de notre politique de Qualité de Vie au Travail, nous avons aussi mis en place un compte épargne temps (CET), afin d'offrir davantage de flexibilité dans la gestion du temps de travail.

Enfin, conformément à notre feuille de route, nous franchirons une nouvelle étape en 2026 : **100 % de nos collaborateurs auront un objectif individuel en lien avec notre stratégie RSE**, pour ancrer encore davantage ces enjeux dans le quotidien de chacun.

Au-delà de ces dispositifs, nous encourageons et finançons l'engagement de nos équipes dans des actions solidaires et sportives :

- ✓ Depuis trois ans, des collaborateurs de La Rosée participent au **Run In Lyon** au profit d'associations comme 1001 Fontaines ou 7 Sommets Contre la Maladie, qui accompagne les familles ayant perdu un parent atteint d'un cancer.
- ✓ Depuis deux ans, la **Course des Héros – Challenge des Pas** permet de soutenir La CAMI Sport & Cancer, qui aide les personnes atteintes de cancer à mieux vivre leur traitement grâce au sport.



Congé solidaire

Depuis 2024, La Rosée propose à ses collaborateurs de partir en mission solidaire avec Planète Urgence, une association que nous soutenons depuis 2019. Chaque année, deux salariés peuvent ainsi s'engager, sur leur temps de congés, pour contribuer à des actions de développement local et de protection de la biodiversité.

L'intégralité de la mission est financée par l'entreprise. Ce dispositif offre une opportunité unique de mettre ses compétences au service de causes essentielles, dans un cadre profondément humain et transformateur. Les missions durent deux semaines et s'inscrivent dans des programmes de préservation des forêts et des écosystèmes, en lien direct avec les communautés locales.

En 2025, Léa, commerciale à Paris, est partie au Bénin pour une mission dédiée à la biodiversité. Elle a participé à des actions de biomonitoring afin de recenser les espèces de mammifères et de contribuer à la lutte contre le braconnage et la déforestation.

Au-delà de l'impact sur le terrain, ces expériences permettent d'ancrer concrètement les enjeux environnementaux et solidaires dans le quotidien des collaborateurs, et de faire naître, chez chacun, l'envie d'agir.



PLANETE URGENCE

GroupeSOS



Nos valeurs

AUDACE

OPTIMISME

CONSCIENCE

SOLIDARITÉ

EXIGENCE

LIEN

AUTHENTICITÉ

Diversité

La diversité est le fondement d'une société performante socialement et économiquement. C'est pourquoi La Rosée a décidé de signer la Charte de la Diversité.

Par la signature de la Charte de la Diversité, nous, entreprise ou organisation, nous engageons à :

- ✓ **Sensibiliser et former nos dirigeants et managers** impliqués dans le recrutement, la formation et la gestion des carrières, puis progressivement l'ensemble des collaborateurs, aux enjeux de la non-discrimination et de la diversité.
- ✓ **Promouvoir l'application du principe de non-discrimination** sous toutes ses formes dans tous les actes de management et de décision de l'entreprise ou de l'organisation, et en particulier dans toutes les étapes de la gestion des ressources humaines.
- ✓ **Favoriser la représentation de la diversité de la société française** dans toutes ses différences et ses richesses, les composantes culturelle, ethnique et sociale, au sein des effectifs et à tous les niveaux de responsabilité.
- ✓ **Communiquer sur notre engagement** auprès de l'ensemble de nos collaborateurs ainsi que de nos clients, partenaires et fournisseurs, afin de les encourager au respect et au déploiement de ces principes.
- ✓ Faire de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique de diversité **un objet de dialogue social avec les représentants du personnel.**
- ✓ **Evaluer régulièrement les progrès réalisés** informer en interne comme en externe des résultats pratiques résultant de la mise en œuvre de nos engagements.



CHARTÉ
DE LA DIVERSITÉ
SIGNATAIRE

Notre soutien
aux associations





Planète Urgence :

Depuis 2019, nous soutenons l'association Planète Urgence, qui agit concrètement dans des zones de biodiversité critique. En 2025, nous avons poursuivi notre soutien en finançant 3 projets :

Le projet TAPIA à Madagascar, pour restaurer un écosystème menacé par les activités humaines, à travers le reboisement du tapia, un arbre endémique essentiel à la préservation des sols, des sources d'eau et de la biodiversité locale.

Le projet MOSOTRY à Madagascar pour restaurer de manière durable les mangroves dégradées d'Analava. Le programme Planète Éducation, qui accompagne enseignants et enfants dans des zones forestières clés pour intégrer l'éducation à l'environnement dans les programmes scolaires.

Depuis le début de notre engagement nous avons contribué à planter 303 245 arbres.



The Coral Planters :

En parallèle, nous poursuivons notre partenariat avec The Coral Planters, une association engagée dans la préservation des écosystèmes marins. En 2025, notre soutien a permis la plantation de 3 661 nouveaux coraux aux Maldives, au Mozambique et à l'Île Maurice, ainsi que la création de quatre nurseries au Mozambique. Nous avons également continué à soutenir le programme Edu'Coral, qui propose des ateliers pédagogiques destinés à sensibiliser les enfants à la protection des océans.

Depuis le début de notre engagement, nous avons ainsi contribué à la plantation de 13 161 coraux.



1001 Fontaines :

Depuis 2022, nous soutenons l'ONG 1001 Fontaines qui développe des solutions pérennes pour donner un accès, à vie, à l'eau potable aux populations les plus vulnérables. Nous soutenons le programme Water Angels pour donner accès à l'eau potable enfants, dans les écoles au Cambodge. **Depuis le début de notre engagement, nous avons contribué à apporter de l'eau potable à plus de 65 500 enfants.**

Nous avons également financé la construction de 2 Water kiosk : ce sont des micros-entreprises qui assurent la production et la distribution de bonbonnes d'eau potables jusqu'au domicile des bénéficiaires, même les plus isolés. Ces 2 structures permettent d'aider plus de 3600 familles dans la commune de Kantuot et dans la province de Kampong Thom.



Toutes à l'école :

Cette association propose une scolarisation de haut niveau aux petites filles les plus démunies au Cambodge. En 2024, nous avons décidé de soutenir les actions de Toutes à l'école en **parrainant une classe de CP avec une prise en charge globale des élèves** : éducation, alimentation et suivi médical. Nous avons poursuivi le soutien de cette classe en 2025.



Octobre rose :

Depuis plusieurs années, nous nous engageons à l'occasion d'**Octobre Rose** en proposant des ateliers soin à des femmes en rémission du cancer du sein ou en fin de traitement.

En 2024, nous avons également mis en place un don de produits pour les espaces beauté solidaire de la **Maison Rose Up à Paris**.

Enfin, nous soutenons l'association **Belge Vivre comme avant** qui aide et soutien des femmes atteintes de cancer du sein. Nous avons renouvelé ces deux engagements en 2025.



Agence du Don en nature :

Ce partenariat nous permet de donner des produits que nous ne pouvons pas vendre mais qui restent utilisables. L'Agence du Don en Nature les met à disposition de foyers d'accueil ou d'épiceries solidaires. En 2024, Nous avons notamment participé à l'opération Pacte pour les Premiers pas qui a pour objectif de soutenir et aider des familles à répondre aux besoins essentiels de leurs bébés. Nous avons donné 1250 produits Mon Petit La Rosée. **En 2025, nous avons amplifié notre soutien grâce à un don de plus de 98 200 produits dont 79 000 shampoings dans le cadre de la Grande Collecte organisée par l'ADN.**



Secret Santa solidaire :

Au lieu de s'offrir des cadeaux entre collègues, les **80 collaborateurs du bureau de Lyon ont tous offert un cadeau à un enfant du foyer Notre Dame des Sans Abris**. La Rosée a également fait un don de produits à ce foyer.



Emmaüs connect :

Conscients que l'exclusion peut aussi être dans le domaine, nous avons donné en 2025 13 ordinateurs et 52 smartphones. Ces **appareils** sont ensuite **donnés à des étudiants ou personnes en situation de précarité**.



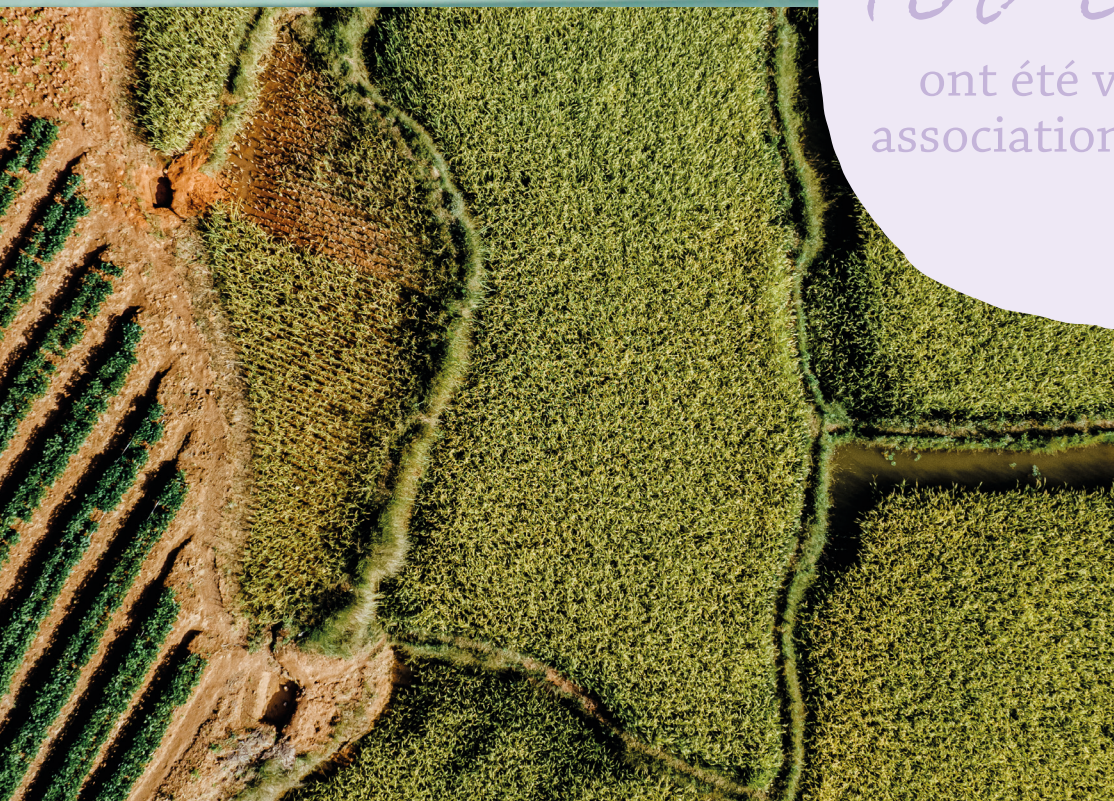
Nuits de Fourvière :

Ce festival multidisciplinaires, théâtre, musique, danse, cirque ... est **engagé pour la création artistique et l'accès à la culture**.

Nous donnons des produits destinés aux équipes et aux artistes. En 2025 nous avons également soutenu la transition écologique du festival pour les aider à repenser leurs pratiques, à réduire leur impact environnemental et à expérimenter des solutions durables. ainsi que la production d'un spectacle engagé autour des questions environnementales, qui sera programmé dans le cadre des Nuits de Fourvière 2026.



Plus de
400 000 €
ont été versés aux
associations en 2025 !



Nos prochains défis



Défis pour nos produits

2026

- ✓ 1 tiers de nos produits intégreront au moins 1 ingrédient upcyclé.
- ✓ Intégrer notre premier ingrédient régénératif dans nos formules.

2027

- ✓ 50 % de nos ventes seront générées par des recharges ou formats solides pour limiter les déchets en 2027.

2030

- ✓ 50 % de nos produits intégreront au moins un ingrédient upcyclé ou régénératif.
- ✓ 0% de plastique vierge d'origine fossile dans nos packs.

2035

- ✓ 100 % de notre gamme sera rechargeable, solide ou consignable.



Défis pour La Rosée

2026

- ✓ 100 % de nos collaborateurs ont un objectif en lien avec la **transition écologique**.
- ✓ Structurer différemment notre **politique de mécénat** pour accroître son impact.
- ✓ Rejoindre l'association **BeMed** pour soutenir la recherche scientifique sur la pollution plastique.

2027-2028

- ✓ Mise en place de la comptabilité **triple capitaux**.



Inspirations



Vidéo :

Un hymne d'amour à notre planète

<https://www.onehome.org/fr/videos/earth-video/artists-featuring/yael-naim>



Films & séries :

- Une fois que tu sais d'Emmanuel Cappellin
- Demain de Mélanie Laurent et Cyril Dion
- Notre planète – Netflix en collaboration avec WWF



Livres :

- Tout comprendre (ou presque) sur le climat d'Anne Brès, Claire Marc, Jean-François Doussin et BonPote
- Le monde sans fin de Jean-Marc Jancovici
- Révolution bleue de Jean-Pierre Goux



Documentaires :

- Notre planète a ses limites : L'alerte de la science – Netflix
- RDV en terre inconnue avec Thomas Pesquet chez les Kogis en Colombie – France Télévisions
- La sagesse de la pieuvre – Netflix

LA ROSÉE

P A R I S

Suivez - nous !



@laroseecosmetiques



@laroseecosmetiques



La Rosée Cosmétiques



@laroseecosmetiques



@laroseecosmetiques



La Rosée Cosmétiques

01 76 50 77 07

contact@larosee-cosmetiques.com

www.larosee-cosmetiques.com