

RAPPORT D'IMPACT

Édition 2025



DIPTYQUE
PARIS

RAPPORT
D'IMPACT
Édition 2025

SOMMAIRE



ÉDITO	
Le sens du Beau	4
FAITS MARQUANTS	
2024-2025 : de nouveaux progrès réalisés	6
LA FONDATION	
La Fondation Diptyque	8
PRÉSENTATION	
La Maison Diptyque	12
DÉMARCHE RSE	
Ensemble pour construire demain	14
Moments clés	16
De la matérialité simple à la double matérialité	18
Notre engagement	20
Au cœur de la stratégie de la Maison	22

PRODUITS	
Écoconcevoir nos créations	24
FAIRE MIEUX AVEC MOINS	
	26
PROMOUVOIR LA CIRCULARITÉ EN BOUTIQUE	
	37
VALORISER LES SAVOIR-FAIRE ET L'ARTISANAT	
	43

PLANÈTE	
Améliorer notre impact	44
ŒUVRER POUR UN APPROVISIONNEMENT PLUS RESPONSABLE	
	46
ÊTRE TRANSPARENTS SUR LA COMPOSITION DE NOS PRODUITS	
	54
RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE	
	56

PERSONNES	
S'engager ensemble	64
CRÉER UN ENVIRONNEMENT INCLUSIF ET FAVORABLE AU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL	
	67
ENCOURAGER L'ENGAGEMENT INDIVIDUEL ET COLLECTIF	
	75
COLLABORER AVEC NOS PARTENAIRES	
	80
LES RÉALISATION ET AMBITIONS DE LA MAISON	
	82



LE SENS DU BEAU

Aux origines de Diptyque, il y a la rencontre d'un trio d'amis artistes, trois esprits libres unis par leur amour de la nature, des arts et de la culture. Une source infinie de beauté et de poésie. Aujourd'hui encore, nous restons convaincus que la beauté poétique n'est ni un artifice ni une fantaisie, mais un moteur essentiel à nos vies individuelles et collectives, et une manière de faire avancer le monde avec curiosité, imagination et émotion. Préserver cette beauté qui nous inspire depuis toujours est une responsabilité : celle d'agir concrètement pour la protéger.

Ce regard singulier que Diptyque porte depuis toujours sur le monde et la création s'incarne avec justesse dans l'ensemble des initiatives portées au quotidien par notre Maison. En 2024, nos progrès significatifs en matière d'écoconception, le lancement officiel de notre plateforme de transparence ou encore nos efforts collectifs pour évoluer vers le fret maritime sont les premiers résultats concrets d'une réflexion stratégique menée depuis plusieurs années par notre Maison, et aujourd'hui pleinement partagée et incarnée par l'ensemble de nos départements, en France comme à l'international. À travers la publication de ce second rapport d'impact, nous souhaitons témoigner de nos avancées et illustrer l'engagement de notre Maison, consciente de son impact et résolument tournée vers la préservation des ressources naturelles et humaines essentielles à sa pérennité. C'est aussi avec cette même volonté que nous annonçons en ce début d'année 2025 le lancement de la Fondation d'entreprise Diptyque, un élan renouvelé envers la nature & les arts, vecteurs de transformation positive.

Ces dernières années ont marqué un fort développement de notre Maison, fruit d'un succès qui perdure depuis plus de 60 ans. Le moment est venu de réaffirmer notre responsabilité à l'égard de l'ensemble de notre écosystème. C'est la mission que je me donne en tant que Directrice Exécutive : aligner toutes nos forces vives sur une stratégie reflétant avec sincérité le rôle que nous souhaitons jouer dans la société, et réussir à façonner une entreprise toujours plus consciente, réaliste et résiliente. Une manière, aussi, de pérenniser l'authenticité et la qualité qui caractérisent Diptyque depuis toujours et de transmettre, à notre tour, cet héritage aux générations à venir.

Laurence Semichon
Directrice Exécutive

2024-2025 : DE NOUVEAUX PROGRÈS RÉALISÉS

Lancement des Essences de Diptyque

Une attention particulière portée
à l'écoconception

5 eaux de parfums rechargeables en boutique

Un flacon recyclable et fabriqué à partir de
30 % de verre recyclé

Expérimentation du réemploi de nos flacons de parfum

Un nouveau modèle circulaire
pour Diptyque

1^{re} coalition en France

5 marques et 2 distributeurs sélectifs impliqués

9 boutiques Diptyque
participant à l'expérimentation

Adhésion à l'UEBT (Union for Ethical BioTrade)

Pour un approvisionnement
plus respectueux des personnes
et de la biodiversité

Un plan d'action sur 3 ans

Engagement pour le patchouli

Une nouvelle filière soutenue
avec la Fondation Givaudan

+ 1 programme à impact sociétal
pour les communautés de Sulawesi en Indonésie

Création de la plateforme de transparence

Les informations relatives
à la fabrication de nos produits

165 produits publiés à fin 2024,
soit 43 % de notre portefeuille
de produits permanents

68 artisans et fournisseurs valorisés

Formalisation de la stratégie climat

Suivant la méthodologie Act Pas-à-Pas
avec le soutien de l'ADEME

Des objectifs de réduction alignés avec la Science :

-42 %
(scopes 1 et 2)
par rapport à l'année
de référence 2023

-51,6 %
en intensité physique¹,
(scope 3) par rapport
à l'année de référence 2023

1 Par unité de produits vendus

Création du programme CARE

Une nouvelle stratégie pour la diversité
et l'inclusivité

3 piliers | Santé mentale
Handicap
Égalité femmes-hommes

Naissance de la Fondation Diptyque

Un engagement réaffirmé en faveur
de la nature & des arts

1^{er} plan quinquennal

3 missions | Protéger et préserver
le patrimoine végétal
Encourager la recherche
artistique en faveur d'un
dialogue art & nature
Favoriser la reconnexion
avec la nature

LA FONDATION DIPTYQUE

Diptyque donne aujourd'hui une nouvelle dimension à son engagement.

En février 2025, Diptyque annonçait la création de la Fondation d'entreprise Diptyque, avec pour mission d'encourager et cultiver l'imagination au cœur de la société, en s'engageant en faveur de la nature & des arts, vecteurs de transformation positive au service du bien commun. Fidèle à l'esprit de ses fondateurs, la Fondation Diptyque est guidée par la conviction que la nature & les arts sont des terreaux fertiles pour susciter le pouvoir de l'imagination, nourrir la créativité et dessiner un avenir meilleur.

Au travers d'un premier plan quinquennal et de trois grands domaines d'engagement, elle veut générer ainsi un impact concret et durable dans la préservation du patrimoine botanique, végétal et paysager, dans la création artistique, l'éducation et la sensibilisation des générations futures.

« Avec la Fondation Diptyque, nous souhaitons contribuer à un avenir plus créatif, plus humain et plus durable. Catalyseur d'émotions et de réflexions, la Fondation invite chacun à redécouvrir la beauté du monde naturel, où les arts dialoguent avec la nature. »

Laurence Semichon
Présidente de la Fondation Diptyque

Protéger et préserver notre patrimoine végétal : « Conservatoire Poétique du Vivant »

Pour concrétiser sa mission de préservation et de valorisation du patrimoine botanique, la Fondation tisse des liens solides avec des institutions emblématiques et soutient des projets d'envergure porteurs de sens.

Dès 2025, elle devient ainsi mécène bienfaiteur de l'Herbier national du Muséum national d'Histoire naturelle de Paris. La Fondation s'associe également avec l'École nationale supérieure de paysage de Versailles en tant

que mécène bâtisseur de l'École supérieure de jardin, une nouvelle filière d'excellence consacrée à l'art des jardins et à la renaissance du métier de Maître Jardinier. Parallèlement, la Fondation s'engage également à soutenir et protéger des jardins vivants et des espaces botaniques remarquables. À cet égard, elle a d'ores et déjà annoncé son soutien pour la restauration du Jardin Serre de la Madone à Menton, et devient également mécène des jardins de l'Académie de France à Rome – Villa Médicis.





Encourager la recherche artistique : « De la Nature à l'Œuvre »

À travers un programme destiné à inspirer le changement, la Fondation Diptyque entend initier des projets de recherche artistique en lien étroit avec la nature et le pouvoir évocateur de

l'olfaction par une approche pluridisciplinaire mobilisant différentes communautés (artistes, scientifiques, botanistes, ...). Des engagements seront annoncés dans le courant de l'année 2025.

Favoriser la reconnexion avec la nature : « Les Petits Apprentis du Vivant »

La Fondation Diptyque souhaite lutter contre l'amnésie végétale en sensibilisant le public, et plus particulièrement les jeunes générations, à la richesse de notre patrimoine botanique et à l'importance vitale de la biodiversité.

Dès 2025, la Fondation soutiendra des associations ou organisations qui agissent en faveur de l'éveil des consciences et encouragent une préservation durable de notre environnement.



LA MAISON DIPTYQUE

Né en 1961, au cœur de l’effervescence artistique du quartier Saint-Germain à Paris, Diptyque est un créateur de parfums évocateurs, pour soi et pour la maison, de soins parfumés et d’objets de décoration.

Présente en France et à l’international, la Maison est restée fidèle à l’esprit de ses fondateurs, trois amis et artistes pluridisciplinaires, unis par leur amour de la nature & des arts, sources infinies de beauté, d’émerveillement et d’inspiration. Ensemble, ils ont inventé un lieu d’un genre nouveau, à mi-chemin entre la boutique et l’atelier d’artistes. Un lieu à leur image, sensible et audacieux, où leur créativité s’expose aux côtés de trouvailles inattendues, chinées et détournées au fil d’inspirations, de rencontres et de voyages.

Diptyque est une aventure créative et collective, incarnant une vision du luxe empreinte de liberté et d’authenticité, ouvrant les portes d’un univers à part et explorant sans cesse de nouveaux territoires invitant au vagabondage poétique des sens et de l’esprit.

Porté par des objectifs ambitieux et une stratégie de développement à l’échelle mondiale, Diptyque s’attache à rester une Maison à taille humaine. Ses équipes sont guidées par une recherche permanente de créativité et par un désir commun d’intégrité et d’excellence, afin de façonner une Maison à la hauteur des enjeux contemporains.



PRODUITS

4 catégories

Parfums
Bougies & Maison
Bain & Corps
Décoration

TALENTS

8 filiales dans le monde

1240 collaboratrices et
collaborateurs engagés

588 nouveaux postes entre 2020 et 2024

RAYONNEMENT

1300 points de vente | dans 56 pays

dont 150 boutiques Diptyque
• 36 en Amérique
• 70 en Asie Pacifique
• 39 en Europe
• 5 Moyen-Orient

13 pays en e-commerce



ENSEMBLE POUR CONSTRUIRE DEMAIN

En 2024, Diptyque publiait son premier rapport d'impact, rendant publique une stratégie RSE ambitieuse et structurée. Cet engagement formel a apporté la preuve d'une démarche sincère d'amélioration continue, amorcée quatre ans plus tôt, et désormais pleinement intégrée à nos processus et décisions quotidiennes. La feuille de route RSE est aujourd'hui un repère partagé : elle guide l'ensemble de nos équipes, en France comme à l'international, chacune jouant un rôle essentiel dans son déploiement. Nos filiales contribuent activement à cette dynamique, en adaptant les initiatives aux réalités locales de chaque marché.

Cette progression s'illustre par des succès collectifs et des avancements significatifs en 2024 et 2025. Parmi ces avancées : la réalisation de notre matrice de double matérialité, élaborée en concertation avec nos parties prenantes, le lancement de la stratégie d'écoconception de nos boutiques, ou encore le travail de collecte d'informations sur nos filières de matières premières naturelles mené avec nos parfumeurs.

Ces projets démontrent notre capacité à travailler de concert et avec l'ensemble de nos partenaires, afin d'agir à tous les niveaux de notre chaîne de valeur.

Parallèlement, notre Maison déploie de nouvelles initiatives pour continuer de faire évoluer son modèle d'affaires, à l'instar de notre participation à la première coalition pour l'expérimentation du réemploi des flacons de parfum, ou encore notre récente adhésion à l'UEBT¹, témoignant de notre engagement pour un approvisionnement plus respectueux des personnes et de la biodiversité.

Fidèles à nos valeurs fondamentales et portés par notre élan collectif, nous réaffirmons continuellement notre volonté d'inscrire la durabilité et la responsabilité au cœur de notre stratégie. À travers la publication de ce second rapport d'impact, nous souhaitons offrir une vision claire et sincère des étapes franchies et des défis encore à relever, pour participer à redéfinir les exigences et les pratiques de notre secteur, et contribuer à un monde plus responsable.

Pauline de Rodellec
Directrice RSE

MOMENTS CLÉS

2012-2021

Diversification des gammes rechargeables : Sablier, Diffuseurs électriques et pour la voiture, Parfum Solide, Soins pour les mains

2020

Soutien à la filière vétiver, Haïti avec la Fondation Givaudan

2014

Soutien à la filière ylang-ylang, Mohéli avec la Fondation Givaudan

2021

Formalisation de la **Charte Diversité & Inclusion**
Création du 1^{er} **service de recharge** pour parfums en boutique

2022

Réalisation du 1^{er} **Bilan de Gaz à effet de Serre**
Lancement de La Droguerie : 1^{re} gamme certifiée **Ecocert** Diptyque (4 produits)
Lancement de la plateforme d'**engagement citoyen** *Vendredi* en France
Insertion de la **Fresque du Climat** dans le parcours d'intégration des nouveaux talents
Création du 1^{er} **service de recyclage** dans les boutiques parisiennes
1^{re} édition de la **Semaine de Sensibilisation pour l'Emploi des Personnes Handicapées** en France

2023

Édition d'une **nouvelle charte d'écoformulation**
Édition d'une **charte d'écoconception packaging**
Lancement **Les Mondes de Diptyque** : 1^{re} gamme de bougies rechargeables de la Maison

2024

Lancement de la **plateforme de transparence** pour nos clientes et clients
Définition de la **stratégie climat**, alignée avec les objectifs de l'Accord de Paris

2025

Adhésion à l'UEBT (*Union for Ethical BioTrade*)
Soutien à la filière patchouli, Sulawesi en Indonésie avec la Fondation Givaudan
Participation à la 1^{re} **coalition pour le réemploi des flacons de parfum**
Création du **programme CARE**
Naissance de la **Fondation Diptyque**

DE LA MATÉRIALITÉ SIMPLE À LA DOUBLE MATÉRIALITÉ

Faire le choix d’une méthodologie rigoureuse

En 2024, et en accord avec les recommandations de la directive européenne Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) en matière de reporting extra-financier, Diptyque a effectué une analyse de double matérialité.

Dans la continuité de l’analyse de matérialité menée en 2023, cette méthodologie s’est basée sur une revue documentaire et une large consultation des parties prenantes internes et externes : entretiens internes avec les fonctions clés, ateliers collaboratifs et consultation ciblée.

L’évaluation a porté sur l’ensemble de la chaîne de valeur de la Maison, en identifiant des impacts environnementaux, sociaux et de gouvernance, à la fois réels et potentiels, positifs et négatifs. Elle a ainsi permis d’identifier et de classer les impacts, les risques et les opportunités (IRO) les plus matériels de notre modèle d’affaires.

Selon la méthodologie recommandée par l’EFRAG, les impacts ont été notés selon leur échelle, portée, irréversibilité et probabilité, tandis que les risques et opportunités ont été évalués selon leur matérialité financière, c’est-à-dire leur ampleur (financière, sociale, juridique, réputationnelle) et leur probabilité.

Une double matérialité qui confirme la feuille de route

Grâce à cette approche, la Maison a fait émerger 17 sujets matériels du point de vue des impacts, et 11 du point de vue financier. Au total, l’analyse de double matérialité a mis en évidence 20 sujets matériels sur les 36 évalués. La matérialité de sujets tels que la maîtrise de l’impact environnemental de nos créations, notre contribution à la lutte contre le réchauffement climatique, la transition vers une économie circulaire, ainsi que la garantie de conditions de travail décentes tout au long de notre chaîne de valeur, viennent confirmer la cohérence de la feuille de route déjà initiée par la Maison.

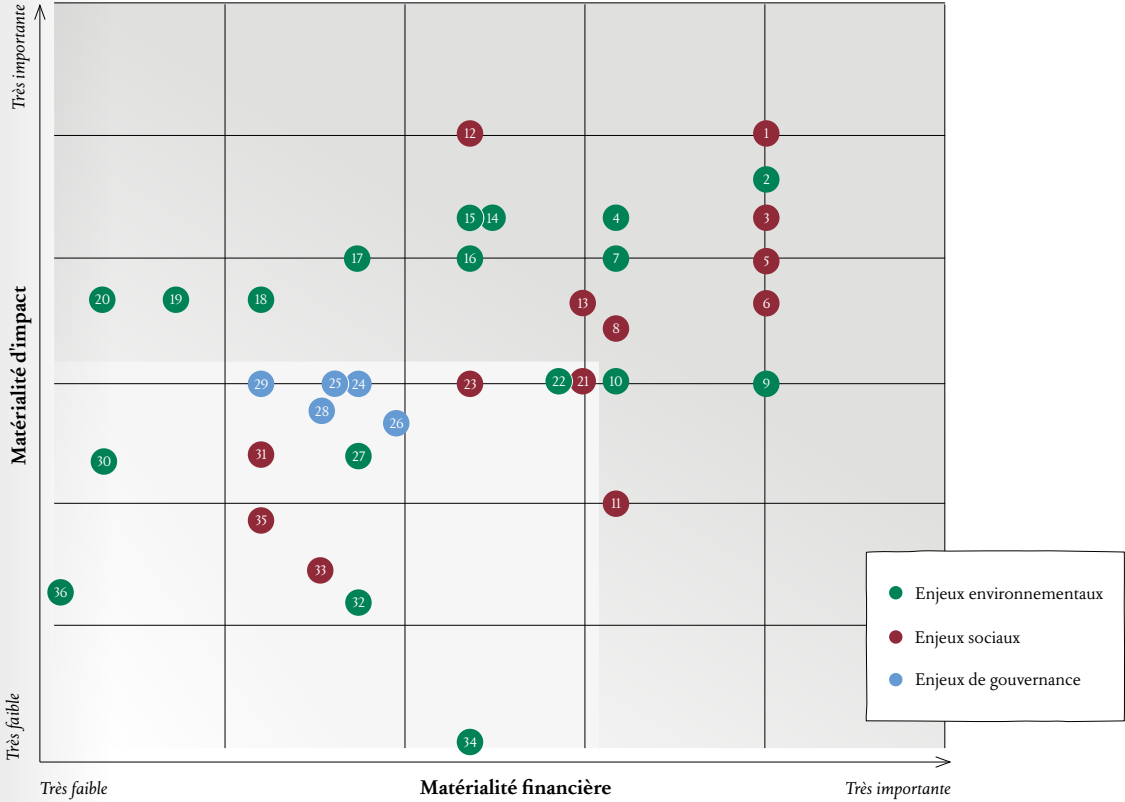
D’autres enjeux émergents, tels que la préservation de l’eau et la biodiversité, nous conduisent à approfondir notre réflexion et à élaborer des plans d’action dédiés pour les années à venir.

L’analyse de matérialité

vise à identifier les enjeux sociaux et environnementaux qui ont un impact direct sur la performance financière de l’entreprise (matérialité financière).

L’analyse de double matérialité

intègre également les impacts de l’entreprise sur la société et l’environnement (matérialité d’impact) en plus de la matérialité financière.



Enjeux les plus matériels

- Matérialité financière et d'impact**

 - 1 Droits du travail sur la chaîne de valeur
 - 2 Atténuation du changement climatique
 - 3 Santé et sécurité des employés
 - 4 Utilisation des ressources
 - 5 Diversité et inclusion des employés
 - 6 Conditions de travail des employés
 - 7 Consommation d'eau
 - 8 Conditions de travail sur la chaîne de valeur
- Matérialité financière**

 - 9 Épuisement des ressources liées aux produits et services
 - 10 Pollution de l'air
 - 11 Formation des employés et développement des compétences

Matérialité d'impact

 - 12 Santé, sûreté et sécurité des consommateurs
 - 13 Accès des consommateurs à de l'information de qualité
- 14 Énergie
 - 15 Impacts directs sur la perte de biodiversité
 - 16 Substances très préoccupantes
 - 17 Impacts sur les écosystèmes
 - 18 Déchets
 - 19 Pollution de l'eau
 - 20 Pollution des sols
- Autres enjeux évalués**

 - 21 Droits économiques, sociaux et culturels des communautés
 - 22 Culture d'entreprise
 - 23 Pratiques marketing responsables
 - 24 Engagement politique et activités de lobbying
 - 25 Gestion des relations avec les fournisseurs
 - 26 Accessibilité des consommateurs aux produits et services
 - 27 Adaptation au changement climatique
 - 28 Protection des lanceurs d'alerte
 - 29 Corruption et pots-de-vin
 - 30 Microplastiques
 - 31 Égalité des traitements et des opportunités sur la chaîne de valeur
 - 32 Impacts sur les espèces
 - 33 Dialogue social
 - 34 Impacts et dépendances vis-à-vis des services écosystémiques
 - 35 Vie privée des consommateurs
 - 36 Ressources marines

NOTRE ENGAGEMENT



PRODUITS

ÉCOCONCEVOIR NOS CRÉATIONS

Réinventer nos processus de création en conjuguant qualité, sobriété et circularité sur l'ensemble du cycle de vie de nos produits, jusque dans nos boutiques.

FAIRE MIEUX AVEC MOINS

2026 | **100 %** de nos nouveaux développements respecteront nos chartes d'écoformulation et d'écoconception packaging

2028 | **100 %** de notre portefeuille respectera notre charte d'écoformulation

100 % de notre portefeuille sera rechargeable, recyclable ou réutilisable

50 % de notre portefeuille intégrera une part de matières recyclées

100 % de notre portefeuille sera sans cellophane

PROMOUVOIR LA CIRCULARITÉ EN BOUTIQUE

2028 | **50 %** de nos boutiques en propre proposeront un service d'économie circulaire¹

VALORISER LES SAVOIR-FAIRE ET L'ARTISANAT

17 partenaires sont certifiés Entreprises du Patrimoine Vivant



PLANÈTE

AMÉLIORER NOTRE IMPACT

Travailler à la mise en place de procédés plus durables pour maîtriser notre chaîne de valeur et son impact.

ŒUVRER POUR UN APPROVISIONNEMENT PLUS RESPONSABLE

2028 | **100 %** de nos matières naturelles de parfumerie répondront à nos critères de diligence raisonnable

ÊTRE TRANSPARENTS SUR LA COMPOSITION DE NOS PRODUITS

2026 | **100 %** de notre portefeuille de produits permanents sera publié sur notre plateforme de transparence

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

2030 | **-42 %** d'émissions de GES² (scopes 1 et 2) par rapport à l'année de référence 2023

-51,6 % d'émissions de GES en intensité physique³ (scope 3) par rapport à l'année de référence 2023



PERSONNES

S'ENGAGER ENSEMBLE

Accompagner l'engagement de nos collaboratrices, collaborateurs et partenaires dans une dynamique commune, ouverte et inclusive.

CRÉER UN ENVIRONNEMENT INCLUSIF ET FAVORABLE AU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

2026 | **100 %** de nos filiales auront mis en place au moins une initiative du programme CARE

2028 | **100 %** de nos managers seront formés au recrutement inclusif

ENCOURAGER L'ENGAGEMENT INDIVIDUEL ET COLLECTIF

2028 | **100 %** de nos effectifs auront participé à une action solidaire individuelle ou collective

COLLABORER AVEC NOS PARTENAIRES

2026 | **100 %** de nos fournisseurs (achats directs et indirects) seront signataires de notre code de conduite ou auront un code de conduite respectant nos principes

Les objectifs sont fixés à fin d'année.

1 Service de recharge des parfums et de recyclage

2 Gaz à Effet de Serre

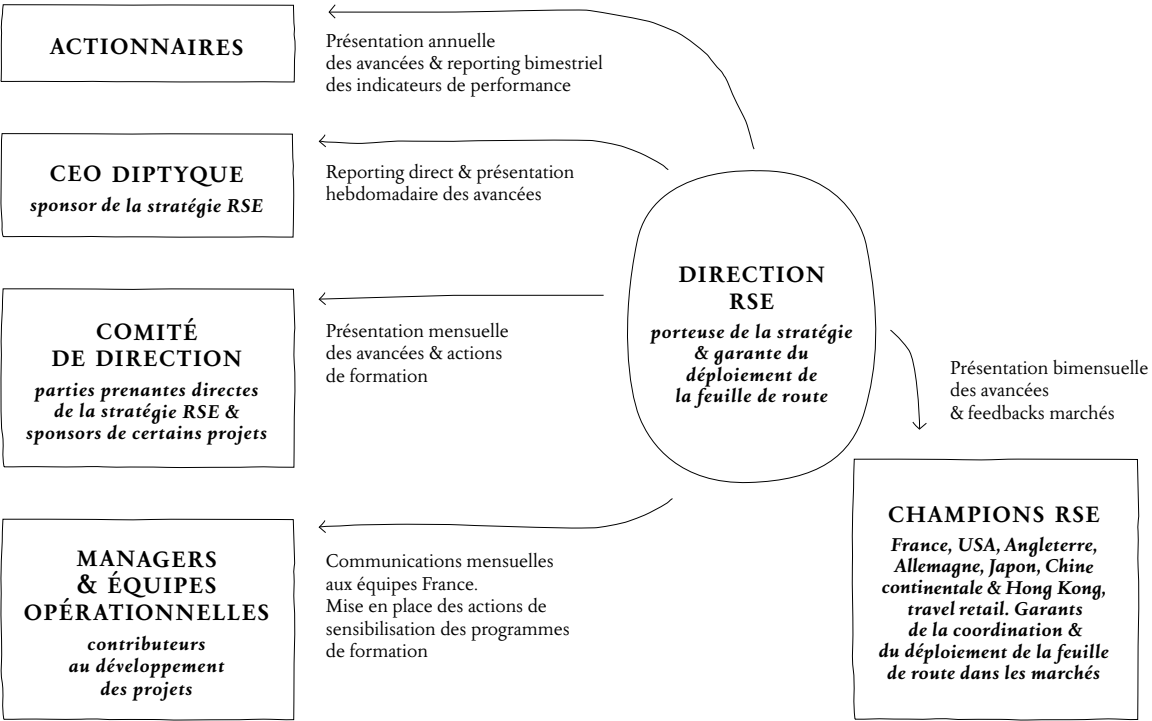
3 Par unité de produits vendus

AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE LA MAISON

Directement rattachée à notre Directrice Exécutive, la RSE est intégrée au plus haut niveau hiérarchique de la Maison. Chaque année, les orientations stratégiques et les principaux avancements sont présentés aux actionnaires dirigeants, tandis que des avancées sont partagées mensuellement avec les membres du Comité exécutif, directement sponsors de certains projets clés. Dans nos filiales à l'international, des champions RSE

locaux – véritables ambassadeurs de notre démarche – coordonnent le déploiement opérationnel de la feuille de route RSE, avec le soutien actif de leur direction.

L'appropriation progressive de notre feuille de route RSE par toutes les équipes, quel que soit leur rôle ou leur localisation, illustre la dynamique collective à l'œuvre.





ÉCOCONCEVOIR NOS CRÉATIONS

Créateurs d'objets inspirés de la nature, des arts et de la culture, nous aspirons à concilier le beau et le durable. En prise avec la réalité du monde qui nous entoure, nous questionnons et réinventons continuellement nos processus de création pour conjuguer la sobriété et la circularité avec l'excellence et la préservation des savoir-faire.

27 %

de notre portefeuille de produits est rechargeable chez soi ou en boutique

53 boutiques

proposent un **service de recharge des parfums en 2024** (soit 35% de nos boutiques en propre)

1 recharge

vendue toutes les **3 minutes** dans le monde



| Collection Les Essences de Diptyque

FAIRE MIEUX AVEC MOINS

Diptyque œuvre à imaginer des créations inspirantes à la qualité irréprochable et à l’impact maîtrisé. De la formule au contenant en passant par la boutique, nous plaçons l’écoconception au cœur de nos actions. Nous travaillons ainsi à réduire l’impact environnemental de nos créations tout au long de leur cycle de vie, du choix des matières premières jusqu’à la fin de vie.

Écoconcevoir nos produits

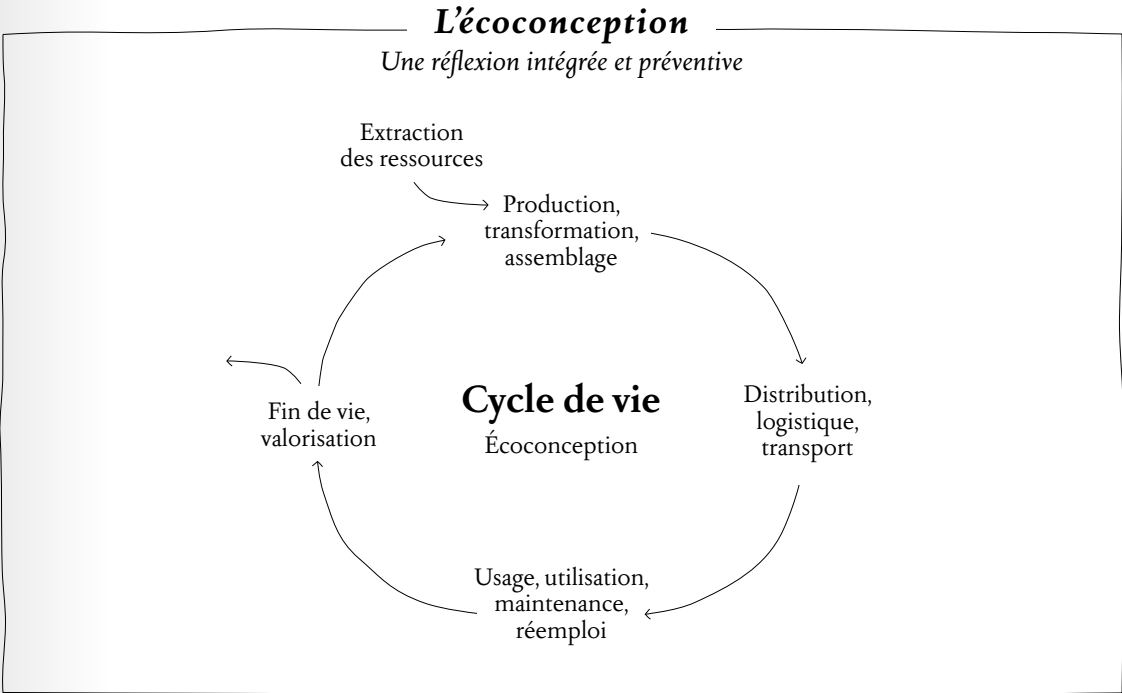
Chez Diptyque, nous avons toujours eu à cœur de créer des produits de très haute qualité. Cette recherche d’excellence nous engage à continuellement questionner notre processus de création pour imaginer des produits plus durables.

Portée par nos nouvelles exigences en matière de sobriété et de circularité, notre démarche d’écoconception s’est renforcée en 2023 avec le lancement de notre stratégie d’écoconception packaging et une version plus ambitieuse de notre charte d’écoformulation.

Depuis, nos ambitions se sont consolidées avec la montée en compétences de nos équipes et la poursuite opérationnelle de notre feuille de route.

AMBITION
2026

100 %
de nos **nouveaux développements** respecteront nos chartes d’écoformulation et d’écoconception packaging



Des formules plus responsables

Attentif à la formulation de ses produits, Diptyque entend offrir une expérience sensorielle répondant aux meilleurs standards en matière de santé et de respect de l’environnement, au-delà des réglementations les plus exigeantes au niveau européen et international.

Notre charte d’écoformulation

Déployée selon un cahier des charges spécifique à chacune de nos catégories – parfums & cosmétiques, bougies & maison –, notre charte d’écoformulation définit nos exigences en matière de composition. Elle guide l’amélioration progressive de notre portefeuille existant et est appliquée depuis septembre 2023 sur tous nos nouveaux développements.

Part du portefeuille respectant la charte d’écoformulation
(sur la catégorie parfums & cosmétiques)

RÉSULTAT
2024 | **56 %**

AMBITION
2028 | **100 %**

[Découvrir notre charte](#)

Des objets plus durables

Animés par une volonté constante d'utiliser des matériaux nobles, de qualité, capables de résister dans le temps et réutilisables, nous travaillons à concevoir nos objets en explorant de nouvelles pratiques circulaires et en intégrant les enjeux environnementaux relatifs aux matériaux. Depuis septembre 2023, notre stratégie d'écoconception packaging guide ainsi l'ensemble de nos nouveaux développements (nouveaux formats de flacon, de pot, de coffret, d'étui...), ainsi que l'amélioration continue de notre portefeuille existant.

Notre charte d'écoconception packaging

Articulée autour de 10 critères, notre charte d'écoconception définit les règles applicables à chacun de nos nouveaux développements.

3 PRIORITÉS

1. **Sobriété** : réduction de la quantité et du poids des matières, en particulier les étuis en carton et les plastiques à usage unique.
2. **Réutilisation** : allongement de la durée de vie des créations en favorisant la rechargeabilité, la réparabilité ou la réutilisation.
3. **Recyclage** : substitution des matériaux vierges ou non recyclables par des alternatives recyclées ou recyclables, en maximisant leur potentiel de recyclabilité (séparabilité des composants).

10 CRITÈRES ENCADRANT NOS NOUVEAUX DÉVELOPPEMENTS

1. Amélioration de l'impact environnemental global¹ (calculé avec le SPICE Tool).
2. Rechargeabilité, quand cela fait sens.
3. Retrait du cellophane, sous confirmation de tests logistiques.
4. Zéro surplus (étui ou coffret ajustés).
5. Recyclabilité des matériaux et séparabilité des composants.
6. Utilisation de matières recyclées, si possible.
7. Réparabilité ou remplacement de composants anticipés.
8. Formule délivrée de manière optimale « jusqu'à la dernière goutte ».
9. Fabrication locale priorisée en France et en Europe.
10. Priorisation du fret maritime.

¹ Objectif d'amélioration du score environnemental du nouveau packaging développé par rapport au packaging remplacé ou de référence.



SPICE Tool : piloter la performance environnementale de nos packagings

Le SPICE Tool est un outil de référence dans l'industrie cosmétique permettant d'analyser l'empreinte environnementale d'un packaging selon la méthodologie du PEF (Product Environmental Footprint), développée par la Commission européenne. Depuis 2022, cet outil d'écoconception guide le développement de chacun de nos emballages et contenants, en nous permettant de comparer les impacts globaux de chaque piste envisagée.

Piloter notre démarche d'écoconception avec l'Analyse du Cycle de Vie

Une empreinte environnementale évaluée sur nos formats de référence

En 2024, nous avons réalisé une Analyse du Cycle de Vie de nos formats *bougie petit modèle* (70 g), *bougie modèle classique* (190 g), *bougie grand modèle* (300 g), ainsi que de l'ensemble de nos formats *Eau de parfum*, *Eau de toilette* et *Parfum pour les cheveux*. Ces analyses ont été réalisées sur les couples contenant et formule (une seule formule mise à l'étude pour chacun des formats). Elles nous ont permis d'identifier les impacts environnementaux les plus significatifs de ces produits et d'orienter nos efforts en matière d'écoconception pour réfléchir à des alternatives plus durables.

L'analyse menée sur notre format *Eau de Parfum* a notamment permis de mettre en lumière le poids excessif du coffret par rapport au reste du produit. C'est pourquoi nous travaillons actuellement à concevoir un emballage plus souple et plus léger, afin de réduire son impact.

L'Analyse du Cycle de Vie : un outil de pilotage de la performance environnementale

L'Analyse du Cycle de Vie (ACV) est une méthode d'évaluation scientifique normalisée et reconnue au niveau européen permettant d'évaluer l'impact environnemental d'un système sur l'ensemble de son cycle de vie, selon une approche multicritère et multi-étape. Elle constitue un pilier fondamental pour orienter les entreprises vers l'écoconception et engager la transition vers une économie circulaire.

RÉSULTATS 2024

27 %
de notre portefeuille est rechargeable (dont 26 références rechargeables en boutique)

21 %
de notre portefeuille est sans cellophane

5 %
de notre portefeuille intègre une part de matière recyclée

AMBITIONS 2028

100 %
de notre portefeuille sera rechargeable, réutilisable ou recyclable

100 %
de notre portefeuille sera sans cellophane

50 %
de notre portefeuille intégrera une part de matière recyclée

Écoconcevoir nos boutiques

Nos boutiques sont conçues comme de véritables lieux de vie, incarnant l'univers Diptyque et répondant à un concept architectural singulier. Parce qu'elles font partie intégrante de l'expérience proposée à nos clientes et clients, nous avons initié une démarche visant à identifier et maîtriser leurs impacts environnementaux les plus significatifs.

Des boutiques mieux conçues

Initiée en 2023 avec le lancement d'une Analyse du Cycle de Vie de notre concept retail, notre stratégie d'écoconception boutiques a été finalisée en 2024 avec la formalisation de nos ambitions et priorités d'action. Tout au long de l'année, des ateliers ont été organisés avec les équipes Architecture et Visual Merchandising autour des résultats de l'analyse, avec l'objectif de déterminer collectivement des pistes d'amélioration réunies dans un cahier des charges spécifique.

Notre guide d'architecture

Déclinant les principes de notre concept architectural, ce guide inclut également nos objectifs d'écoconception et un ensemble de bonnes pratiques à déployer pour réduire l'empreinte environnementale de nos points de vente, selon les impacts prioritaires identifiés. D'abord édité en interne pour orienter et autonomiser nos équipes dans l'arbitrage de leurs choix, ce guide a vocation à se déployer auprès de l'ensemble de nos partenaires intervenant dans la conception de nos boutiques.

Il sera mis en œuvre en priorité pour la conception de nos nouvelles boutiques et pour nos projets de rénovation. Un projet de boutique pilote intégrant les meilleures pratiques identifiées est aujourd'hui à l'étude, visant à mesurer précisément les économies d'impact réalisées.

5 PRIORITÉS IDENTIFIÉES

1. Minimiser la consommation d'énergie (climatisation, chauffage et éclairage).
2. Augmenter la durée de vie des mobiliers (réutilisation) et de l'architecture des boutiques.
3. Optimiser la quantité de matière utilisée et alléger chaque élément (architecture et mobiliers).
4. Limiter autant que possible l'utilisation de métaux, notamment le laiton.
5. Limiter le transport aérien pour l'acheminement des matériaux et mobiliers.



Et demain ?

Notre ambition pour les années à venir est notamment guidée par l'objectif d'obtention de la certification LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), un système de standardisation de bâtiments à haute qualité environnementale créé par le US Green Building Council pour les nouvelles boutiques.

NOS ÉCOCONCEPTIONS

RÉALISATION N° 1

ÉCOCONCEVOIR NOS BOUTIQUES

Identifier les impacts principaux avec l'ACV

Grâce à l'Analyse du Cycle de Vie réalisée, nous avons pu identifier et classer les principales sources d'impacts de nos boutiques.

CLASSIFICATION DE NOS SOURCES D'IMPACT

1. Électricité

- Climatisation
- Chauffage
- Éclairage

2. Habillage de la boutique

- Acier galvanisé
- Plâtre
- Peinture
- Autres matériaux
- Masse

3. Mobilier

- MDF¹
- Acier
- Masse

4. Distribution

- Transport aérien
- Masse transportée

Notre réseau de boutiques en propre dans le monde

RÉSULTAT
2024

1152
tonnes équivalent CO₂
pour l'ensemble de nos boutiques
en propre dans le monde

AMBITION
2028

100 %
des boutiques seront équipées
de LED

AMBITION
2030

-10 %
de consommation d'énergie
par boutique par rapport à 2023

¹ Medium density fiberboard, qui signifie panneau de fibres de densité moyenne.

RÉALISATION N° 2

ÉCOCONCEVOIR NOS VITRINES ET MOBILIERS

Piloter grâce à un nouvel outil d'aide à la décision

Nos équipes *Visual Merchandising* bénéficient désormais d'un outil d'arbitrage dédié à l'éco-conception des vitrines et éléments éphémères en boutiques. Ce dernier articule l'ensemble de nos principes d'écoconception, en lien avec les priorités de réduction d'impact identifiées :

transports, fréquence de renouvellement des éléments de merchandising, consommations électriques et matériaux utilisés. À chaque début de projet, une note cible peut ainsi être fixée selon ces critères et suivie tout au long du processus de développement.





PROMOUVOIR LA CIRCULARITÉ EN BOUTIQUE

Conscients de la nécessité de réinventer un modèle inscrit dans les limites planétaires, nous travaillons à déployer et promouvoir de nouvelles logiques circulaires pour prolonger la durée de vie de nos produits et limiter leur impact.

Des créations qui traversent le temps

De la conception à l'usage, nous veillons à imaginer et offrir une seconde vie à nos créations, en permettant à nos clientes et clients de les conserver le plus longtemps possible ou de trouver les meilleures solutions de valorisation.

**Part de nos boutiques en propre proposant
un service d'économie circulaire (recharge
ou recyclage)**

RÉSULTAT
2024 | 37 %

AMBITION
2028 | 50 %

L'économie circulaire : un nouveau modèle systémique

L'économie circulaire, par opposition à l'économie dite linéaire, est un modèle de production visant à limiter la consommation, le gaspillage des ressources et la production des déchets sur l'ensemble des activités et de la chaîne de valeur d'une organisation.

Pour Diptyque, cette logique se traduit notamment dans son offre, par la volonté d'allonger le cycle de vie des produits (recharger, réutiliser, recycler, ...) et de conserver leur valeur dans le temps, mais aussi par la promotion de ces pratiques auprès de nos clientes et clients.

Service de recharge des parfums en boutique

Avec son service de recharge des parfums en boutiques, Diptyque offre à ses clientes et clients la possibilité d'apporter leur flacon de parfum vide afin qu'il y soit rempli à nouveau avec la même fragrance. Initiée en 2021 dans 4 boutiques à travers le monde, ce service se déploie aujourd'hui dans plus de 53 boutiques et concerne 21 références d'Eau de toilette ou d'Eau de parfum.

Service de recyclage en boutique

Avec notre service de recyclage, nous souhaitons offrir à nos clientes et clients un service de collecte et de valorisation des produits rapportés en boutiques. Si nous avons d'ores et déjà noué des partenariats avec des entreprises de valorisation en France pour nos boutiques parisiennes (C.E.D.R.E) et au Royaume-Uni pour nos boutiques londonniennes (TerraCycle), nous souhaitons étendre ce service à l'ensemble de nos boutiques en France, et continuer à chercher des partenaires locaux de valorisation partout où nous sommes implantés.

RÉSULTAT
2024

11
boutiques à Paris et Londres

C.E.D.R.E, précurseur de la valorisation des produits du luxe et de l'industrie cosmétique

Depuis 2022 en France, notre partenariat avec C.E.D.R.E (Centre Environnemental de Déconditionnement, Recyclage Écologique), offre à nos produits un parcours de valorisation supérieur à un parcours de recyclage traditionnel. Désassemblé à la main, chaque composant est trié de manière adéquate suivant chaque famille de matériaux. Les formules sont elles aussi isolées. Les matières sont ensuite proposées à des recycleurs pour réintégrer une filière. Nos flacons en verre par exemple, sont triés exclusivement avec du verre de parfumerie transparent, nécessitant moins de traitements pour redevenir un verre de haute qualité (contrairement au verre alimentaire, moins transparent et qualitatif). Les formules de parfum, s'il en reste encore dans le flacon, peuvent trouver une nouvelle vie notamment dans l'industrie des produits de nettoyage.



ALLIANCES CIRCULAIRES

RÉALISATION

RÉEMPLOI DES FLACONS DE PARFUM

Un consortium de marques inédit

Afin d'accélérer le déploiement de logiques circulaires dans notre secteur, la Maison s'associe à cinq autres marques de parfum et deux distributeurs sélectifs pour expérimenter un système de réemploi sur les flacons de parfum. Formée avec le soutien de *We Don't Need Roads* et de *Circul'R*, cette nouvelle coalition a lancé, depuis le 30 juin 2025, un projet pilote inédit en France.

Chez Diptyque, l'emblématique flacon ovale a été sélectionné pour participer au projet : en eau de parfum 75 ml ou en eau de toilette 100 ml. Pendant quatre mois, nos clientes et clients des cinq adresses parisiennes et des boutiques de Toulouse, Aix-en-Provence, Lyon et Lille peuvent rapporter leurs flacons vides en points de vente. Ces derniers rejoindront ensuite un centre spécialisé pour être lavés, séchés, inspectés et prêts à vivre une seconde vie.

Ce centre, unique en France, a breveté une innovation de lavage au CO₂ supercritique, un moyen de limiter l'impact de cette étape en n'utilisant ni eau, ni détergent, ni solvant. Le bio CO₂ est utilisé en circuit fermé, recyclé pour être réutilisé après chaque cycle de lavage, et issu de la méthanisation de déchets organiques.

Cette expérimentation du réemploi vient ainsi compléter notre offre de services circulaires déjà disponible en boutique : la recharge des parfums et le recyclage des produits.

Par l'exploration de nouvelles boucles circulaires et par la mise en commun des moyens de réflexion et d'actions au sein de la filière (marques, partenaires, distributeurs et clients), ce projet ambitieux vise ainsi à explorer et éprouver les modèles économiques possibles et futurs de la vente de parfums.



VALORISER LES SAVOIR-FAIRE ET L'ARTISANAT

Chez Diptyque, chaque création raconte une histoire, celle de la rencontre entre la matière et le geste. Notre savoir-faire est aussi celui d'artistes et d'artisans passionnés que la Maison, depuis les origines, a toujours eu à cœur de valoriser.

Un savoir-faire préservé

Designers, verriers, céramistes, maîtres ciriers, parfumeurs, ... En tant qu'héritiers et gardiens de techniques ancestrales et éprouvées, nous développons nos créations avec des femmes et des hommes, essentiellement en France et en Europe, choisis pour l'excellence de leur savoir-faire. Nombre de nos pièces requièrent des étapes de fabrication manuelles, voire une confection entièrement à la main.

RÉSULTATS
2024

47
références intégralement
fabriquées à la main¹
dont **68 %** du catalogue
La Décoration

95 %
des objets de La Décoration
sont fabriqués en France,
en Italie ou au Portugal

Un patrimoine vivant

Le savoir-faire créatif de la Maison Diptyque est la traduction d'un héritage vivant, qui s'enrichit au fil des années. Trait d'union entre la tradition et l'innovation, la passion et la création, nombre de nos partenaires français sont ainsi labellisés Entreprise du Patrimoine Vivant. Cette marque de reconnaissance de l'État français, gérée par l'Institut National des Métiers d'Art, est décernée depuis près de 20 ans aux entreprises ambassadrices des savoir-faire français.

17
Entreprises du Patrimoine Vivant
parmi nos partenaires

¹ 42 de la gamme Décoration et 5 très grandes bougies



AMÉLIORER NOTRE IMPACT

Héritiers d'une passion partagée pour la nature, nous avons à cœur de maîtriser notre impact sur les écosystèmes naturels et humains qui nous entourent. En déployant des procédés plus soutenables au sein de notre chaîne de valeur, nous œuvrons à préserver et transmettre la beauté du monde vivant et les ressources précieuses qui, depuis toujours, nourrissent notre élan créatif.

165

produits publiés sur notre plateforme de transparence¹, soit **43 % de notre portefeuille de produits permanents**

1

nouveau programme à impact soutenu à Sulawesi en Indonésie pour la **filière patchouli**

96 %

de nos produits² à destination de nos filiales internationales ont été acheminés par voie maritime

¹ À fin 2024

² En tonnes-kilomètre



ŒUVRER POUR UN APPROVISIONNEMENT PLUS RESPONSABLE

La pérennité de notre métier, de nos savoir-faire et de nos créations dépend avant tout de l'attention accordée aux matières premières qui entrent dans la composition de nos produits. C'est pourquoi, soucieux de leur origine et de leur qualité, nous nous engageons en faveur d'un processus d'approvisionnement plus transparent et respectueux des femmes, des hommes et de l'environnement.

Une démarche consciente et structurée

Améliorer notre maîtrise des filières d'approvisionnement nécessite une connaissance approfondie de celles-ci, fondée en premier lieu sur la traçabilité de nos matières premières. C'est dans cette optique que, depuis 2023, nous réalisons une cartographie de l'ensemble de nos fournisseurs de rang I. Cette démarche permet de recenser les pratiques existantes et d'identifier les actions prioritaires à entreprendre pour renforcer la transparence et progresser vers un approvisionnement plus responsable, en cohérence avec notre politique d'achats responsables. Une vigilance particulière est portée aux plantes à parfum.

Une exigence pour les matières naturelles de nos parfums

La création de parfums et d'objets parfumés est au cœur de notre métier. C'est pourquoi nous accordons une attention particulière à la sélection de nos matières naturelles de parfumerie et à leur qualité olfactive. En 2023, nous avons pu répertorier le ou les pays d'origine de chacune de ces matières. Cette avancée est le fruit d'un premier travail de consolidation des données disponibles, certaines matières pouvant provenir de plusieurs pays.

Nous avons depuis engagé une démarche de *due diligence*, qui repose à ce stade sur les informations déclaratives transmises par nos parfumeurs. Un approvisionnement est considéré comme répondant à nos critères de diligence raisonnable lorsque, selon leurs déclarations, le producteur de l'ingrédient a signé le code de conduite du parfumeur, a réalisé une autoévaluation jugée satisfaisante, et que le niveau de risque associé à la filière est estimé faible selon la base de données UEBT avec laquelle nous travaillons.



Lorsque des risques sont identifiés, l'approvisionnement peut néanmoins être considéré comme acceptable dans le cadre de cette démarche, à condition qu'un plan d'action ait été mis en place par le producteur, qu'il soit activement suivi par le parfumeur, et que des preuves concrètes d'amélioration soient disponibles.

D'ici fin 2028, Diptyque vise à ce que 100 % des matières premières naturelles utilisées dans ses parfums soient couvertes par cette démarche de vérification et répondent à nos critères de diligence raisonnable. En raison de la complexité du processus, nos efforts se concentrent d'abord sur les 22 ingrédients les plus stratégiques pour notre Maison.

Par ailleurs, nous souhaitons augmenter le nombre de filières certifiées (UEBT, *Fair For Life*, ...) ou vérifiées par l'UEBT comme « *responsibly sourced* » ou « *ethically sourced* », afin de répondre à un niveau d'exigence supplémentaire, fondé sur les cahiers des charges particulièrement stricts de ces organisations.

Enfin, pour certains ingrédients clés, nous finançons des programmes à impact, en soutien aux communautés productrices ou en faveur de la restauration de la biodiversité autour des zones de culture. À ce jour, nous en soutenons trois et visons à en accompagner cinq d'ici 2028.

Pour renforcer cette démarche, en avril 2025, Diptyque a adhéré à l'UEBT, organisation à but non lucratif dédiée à la promotion d'un approvisionnement éthique des ingrédients naturels, en particulier dans le secteur de la beauté. Cette adhésion reflète notre engagement à nous approvisionner dans le respect des personnes et de la biodiversité.

RÉSULTATS
2024

25 %
de nos matières naturelles
de parfumerie répondent à nos
critères de diligence raisonnable

10 %
de nos matières naturelles
de parfumerie sont vérifiées
ou certifiées par un organisme
tiers indépendant (UEBT, FFL, ...)

AMBITIONS
2028

100 %
de nos matières naturelles
de parfumerie répondront à nos
critères de diligence raisonnable

30 %
de nos matières naturelles
de parfumerie seront vérifiées
ou certifiées par un organisme tiers
indépendant (UEBT, FFL, ...)



Des programmes à impact

Partenaire de la Fondation Givaudan depuis plus de 10 ans, Diptyque s’engage dans des missions de préservation d’espèces végétales et de soutien aux communautés locales, sur trois de ses filières d’approvisionnement.

Depuis 2014, sur l’île de Mohéli, Diptyque s’investit aux côtés de la Fondation Givaudan pour préserver la culture d’une fleur précieuse : l’ylang-ylang. Dans le cadre d’un engagement de long terme, incarné par un ensemble de mesures sociales et environnementales, la Maison a notamment participé à la création de pépinières de bois de chauffe utilisé lors de la distillation, pour limiter la déforestation. De nouveaux alambics économes en énergie ont également été installés de manière à réduire la consommation de bois.

Depuis 2020, Diptyque soutient également une coopérative de 300 familles d’agriculteurs participant à la culture du vétiver sur l’île d’Haïti. Les racines et l’huile essentielle produite sont certifiées *Fair For Life*, garantissant un prix minimum, des primes individuelles et communautaires aux producteurs, ainsi qu’une traçabilité complète de la matière première. Le partenariat a également permis à une centaine de femmes de créer leur propre jardin potager, leur permettant de diversifier leurs sources alimentaires et de revenus.

En 2025, avec l’ambition d’accompagner et d’encourager le déploiement de pratiques plus vertueuses, Diptyque s’est engagé à soutenir un nouveau projet à impact social en Indonésie, autour de la culture du patchouli, ingrédient emblématique de la parfumerie, et présent dans un grand nombre de nos créations parfumées.

RÉSULTAT
2024

2

programmes à impact
sont soutenus par Diptyque

AMBITION
2028

5

programmes à impact
seront soutenus par Diptyque



ÉCOSYSTÈMES VIVANTS

RÉALISATION N° 1

DIPTYQUE X UEBT

Préserver les ingrédients issus de la biodiversité

Née d'une initiative des Nations Unies, l'UEBT (*Union for Ethical BioTrade*) est une organisation à but non lucratif qui promeut un approvisionnement en ingrédients naturels éthique et respectueux des personnes et de la biodiversité. Au travers du partage d'expériences et de l'action collective, l'UEBT soutient ses adhérents dans l'analyse de leurs chaînes d'approvisionnement, la gestion des risques et l'amélioration continue des pratiques. En encourageant un approvisionnement qui régénère la nature et assure un avenir meilleur, ses membres entendent ainsi contribuer à un monde dans lequel les personnes et la biodiversité prospèrent.

Dans le cadre de son adhésion à l'UEBT, Diptyque bénéficie ainsi d'un cadre rigoureux et reconnu pour mieux structurer sa démarche et améliorer son approvisionnement, tout en bénéficiant des bonnes pratiques d'un réseau international d'acteurs engagés pour la biodiversité et le respect des communautés locales. À travers l'amélioration continue et l'engagement collectif, ce nouveau partenariat témoigne ainsi de la volonté de Diptyque d'agir de manière responsable tout au long de sa chaîne de valeur.

RÉALISATION N° 2

PATCHOULI, SULAWESI, INDONÉSIE

Soutenir le développement des communautés locales

Depuis 2012, sur l'île de Sulawesi en Indonésie, la Fondation Givaudan s'engage pour le développement d'un nouveau modèle de production, destiné à améliorer les moyens de subsistance des communautés travaillant à la culture et à la distillation du patchouli. Entre 2022 et 2024, elle a notamment déployé un programme de formation nutritionnelle et financière, en partenariat avec une ONG indonésienne. Pendant deux ans, près de 200 familles de producteurs ont été accompagnées dans l'amélioration de

leur gestion, la diversification de leurs activités agricoles et de leurs sources de revenus, et dans l'autonomisation des femmes. Fort de ces premiers impacts positifs à Sulawesi, la Fondation Givaudan souhaite poursuivre son action avec la consolidation des premières formations et l'accompagnement de 500 nouvelles familles (soit environ 2 000 bénéficiaires au total), et ainsi permettre de nouveaux développements économiques inclusifs pour l'ensemble de ces communautés.



UEBT
MEMBER
SOURCING[®]
WITH RESPECT

ÊTRE TRANSPARENTS SUR LA COMPOSITION DE NOS PRODUITS

Portés par nos exigences en matière de traçabilité et par les attentes de nos clientes et clients, nous nous attachons à inscrire notre Maison dans une démarche de transparence.

Un gage d’authenticité

Nous avons choisi d’offrir à chacune et chacun la possibilité de découvrir les dessous de la fabrication de nos créations parfumées et objets de décoration, avec le lancement officiel, en avril 2024, de notre plateforme de transparence. Elle est le résultat d’un travail de fond mené avec l’ensemble de nos partenaires, pour garantir la véracité des informations liées à la composition de nos produits, l’origine de nos matières premières et les pratiques de production associées.

Notre plateforme de transparence

Conçue en partenariat avec l’entreprise Tilkal, spécialiste de la traçabilité et de la transparence, notre plateforme fournit des informations précises sur les ingrédients signatures utilisés dans nos concentrés, ainsi que sur les matières et éléments packaging qui entrent dans la composition de nos produits : parfums d’intérieur, bougies, parfums pour soi, produits d’entretien et objets de décoration.

L’interface permet également d’en apprendre davantage sur le savoir-faire et les pratiques des partenaires de confiance qui

nous accompagnent, souvent, depuis de nombreuses années.

Accessible depuis les pages produits de notre site internet, elle l’est également via un QR code directement imprimé sur les étuis pour certaines gammes de produits (Les Essences de Diptyque, La Droguerie, Les Mondes de Diptyque).

Nous travaillons à enrichir le portefeuille de produits présents sur la plateforme, tout en améliorant continuellement le niveau de pertinence, de lisibilité et d’accessibilité des informations disponibles.

Part de notre portefeuille de produits permanents publié sur la plateforme de transparence

RÉSULTATS
2024

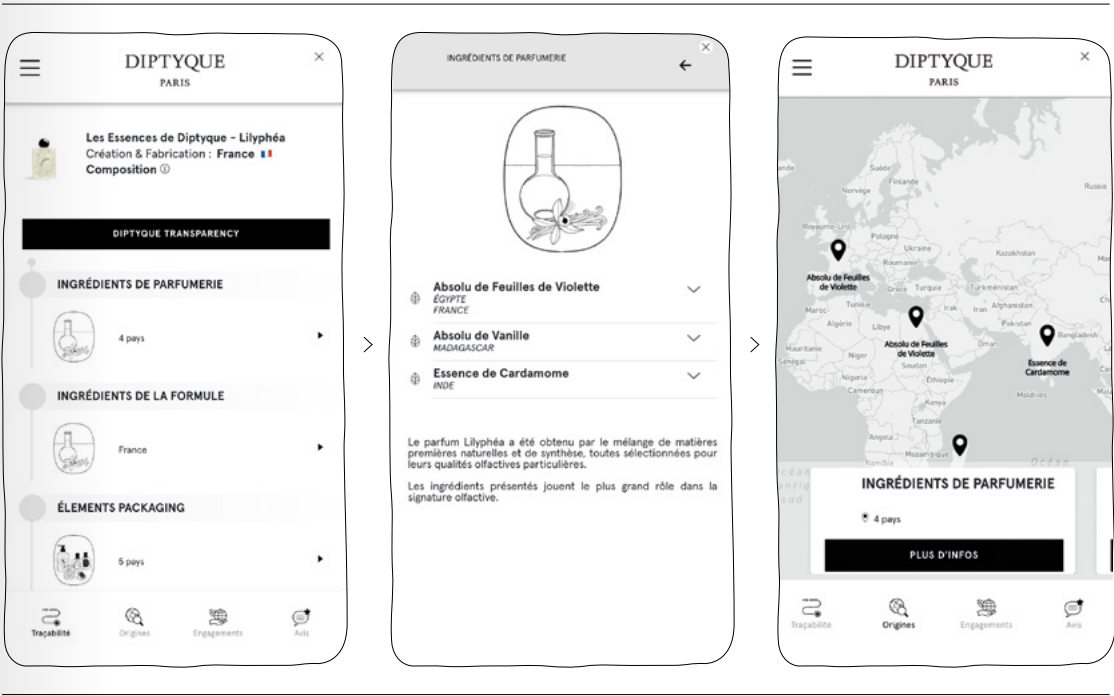
43 %
soit **165 produits et créations cartographiés**
(dont 54 objets de La Décoration)
et **63 partenariats**
avec nos artisans, fournisseurs et sous-traitants valorisés

AMBITION
2026

100 %
de notre portefeuille de produits permanents sera publié sur notre plateforme de transparence

Découvrir notre plateforme

Les Essences de Diptyque - Lilyphéa



RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

La mesure de nos émissions de gaz à effet de serre

Après avoir mesuré son empreinte carbone en 2021 sur son siège et ses filiales Chine et USA, Diptyque a renouvelé cet exercice pour l'année 2023, en étendant son périmètre d'analyse pour inclure l'ensemble des filiales et leur boutiques, ainsi que l'actualisation des données liées à sa structure : croissance des effectifs, ouverture de nouveaux points de vente à l'international ... Ce résultat 2023, plus exhaustif et calculé selon la méthodologie *GHG protocole*, a ainsi servi de référence pour établir les objectifs de réduction des émissions fixés pour 2030.

Cette nouvelle mesure a permis à Diptyque de gagner en finesse dans la mesure et la maîtrise de ses émissions de gaz à effet de serre, grâce à une part plus importante de données physiques analysées (67 % de données physiques en 2023 contre 52 % en 2021), permettant une meilleure granularité des résultats.

Ces données n'étant pas directement comparables, l'élargissement du périmètre d'analyse et la croissance de notre activité ont entraîné une augmentation de notre empreinte carbone en 2023 par rapport à 2021. Toutefois, nous observons une réduction de notre intensité carbone de 5 %, mesurée en émissions par unité vendue.

Chaque année, nous entendons renouveler cette mesure de notre empreinte carbone, afin d'évaluer nos progrès et de nous assurer de notre alignement avec nos objectifs définis dans notre stratégie climat.

LE GHG PROTOCOL

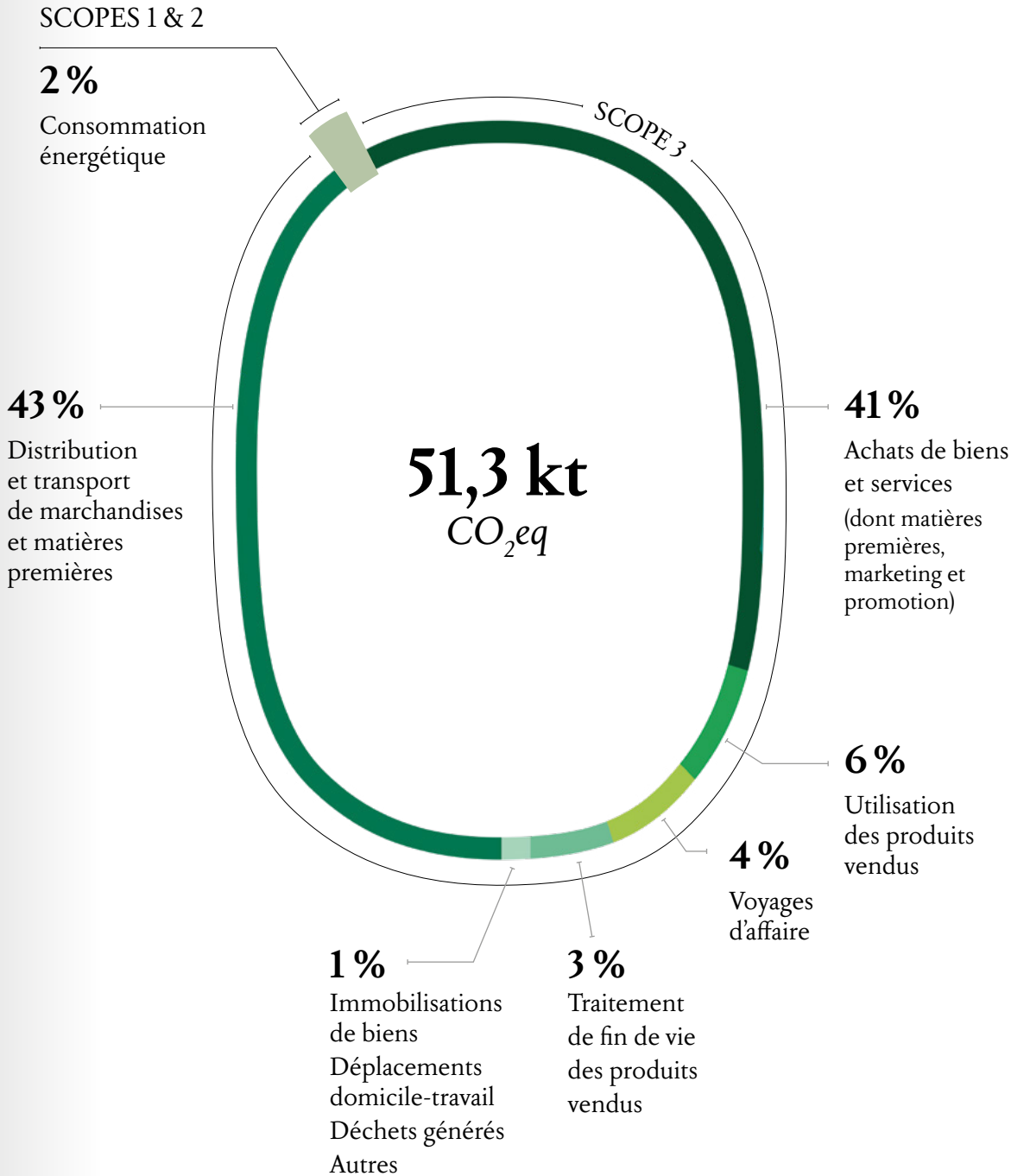
Élaboré par le *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* et le *World Resources Institute (WRI)*, le *GHG Protocol* propose un cadre international pour mesurer, comptabiliser et gérer les émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre d'une organisation, selon une analyse à trois échelles : scopes 1, 2 et 3.

SCOPE 1 : émissions directes issues des installations, équipements ou flottes de véhicules appartenant à l'entreprise.

SCOPE 2 : émissions indirectes issues de la consommation d'énergie (électricité, vapeur, ...).

SCOPE 3 : émissions indirectes issues des autres sources d'émission de l'entreprise (achats de biens et services, utilisation de ses produits, transport amont et aval des marchandises, ...).

FOCUS NOS ÉMISSIONS 2023



Notre stratégie climat

En 2024, nous avons finalisé notre stratégie climat avec un plan d'action complet et structuré pour réduire nos émissions de GES¹ sur l'ensemble de notre chaîne de valeur à horizon 2030, compatible avec l'objectif ambitieux de « Zéro émission nette » à horizon 2050. Notre stratégie est également alignée avec les objectifs de l'Accord de Paris, visant à maintenir l'augmentation de la température mondiale bien en dessous de 2 °C, et de mener des efforts encore plus poussés pour limiter l'augmentation de la température à 1,5 °C au-dessus des niveaux préindustriels.

Cette stratégie est le résultat de longs mois de travail guidés par l'initiative ACT Pas-à-Pas, une méthodologie mise en œuvre avec le soutien de l'ADEME (Agence de la transition écologique) et visant à construire une stratégie bas carbone et son plan d'action associé. Elle nous a conduits à fixer les objectifs suivants :

AMBITIONS
2030²

-42 %

d'émissions de GES
sur les scopes 1 & 2

-51,6 %

d'émissions de GES
en intensité physique³
sur le scope 3

1 Gaz à effet de serre
2 Année de référence 2023
3 Par unité de produits vendus

3 ORIENTATIONS

1. Construire une offre résiliente.
2. Incarner la sobriété dans la production.
3. Embarquer nos parties prenantes.

DES ACTIONS PRIORITAIRES

SCOPES 1 & 2

- Réduction de notre consommation d'énergie, notamment dans nos boutiques.
- Consommation d'électricité d'origine renouvelable sur le périmètre France (siège, boutiques et site de production), puis dans nos filiales dans le monde (bureaux et boutiques).

SCOPE 3

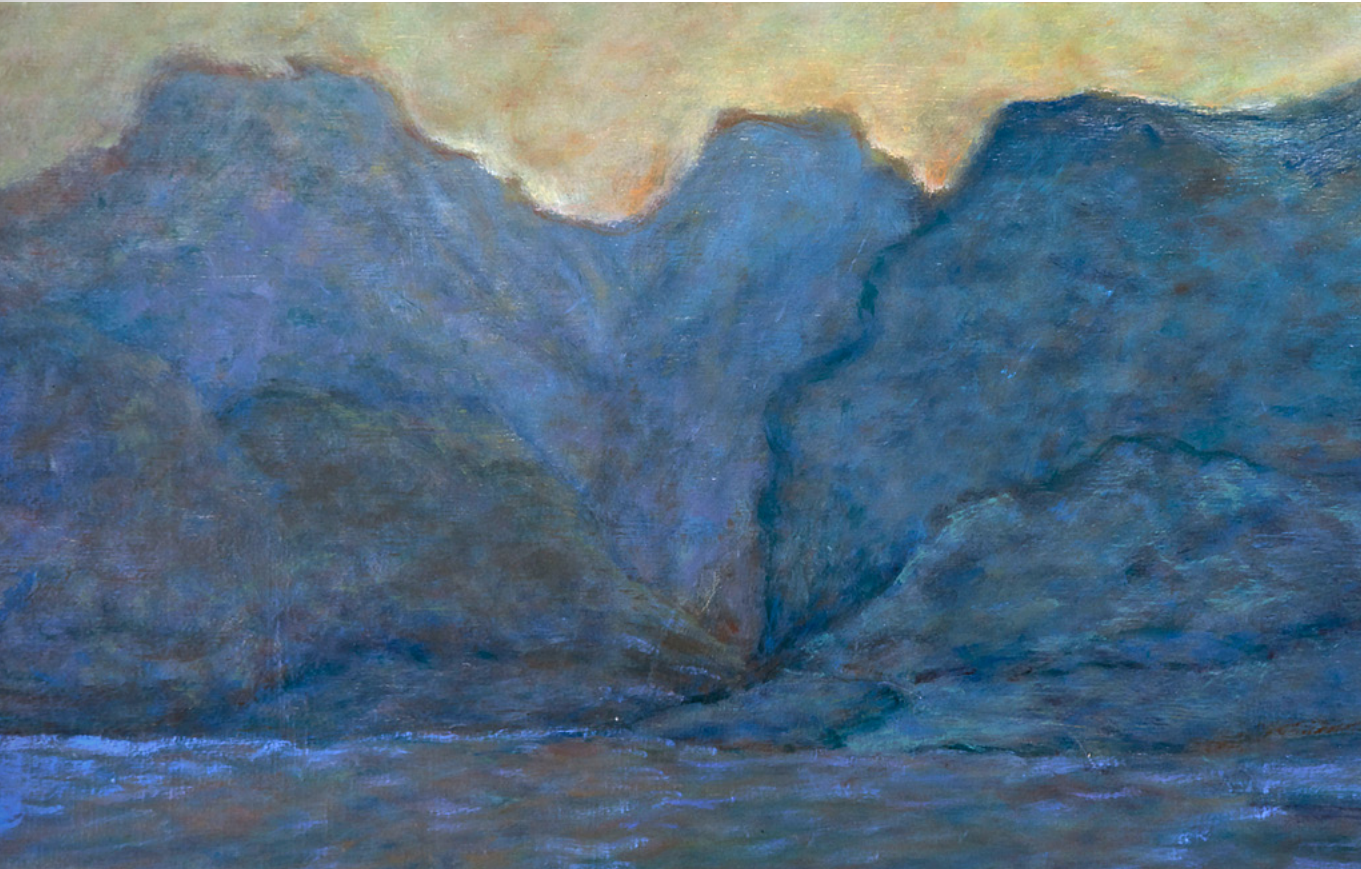
- Stratégie d'écoconception de nos produits et de nos points de vente.
- Déploiement de l'économie circulaire (élargissement des gammes rechargeables et services d'économie circulaire).
- Résilience et durabilité de nos approvisionnements (substitution de nos matières premières stratégiques par des alternatives moins émissives et moins impactantes sur l'environnement).
- Optimisation de notre distribution et généralisation du fret maritime sur nos flux internationaux.
- Sensibilisation et accompagnement de l'ensemble des parties prenantes, en particulier de nos équipes (formations et politiques dédiées) et de nos fournisseurs (politique d'achats responsables).

Une méthodologie complète et structurante

Développée par l'ADEME et le CDP (*Carbon Disclosure Project*), Act Pas-à-Pas propose une approche holistique destinée à accompagner les entreprises dans leur transition vers une économie bas carbone.

UNE MÉTHODOLOGIE EN 5 ÉTAPES

1. **Diagnostic** de la maturité de l'entreprise en matière de stratégie et de pratiques de décarbonation.
2. **Analyse des risques et opportunités** pour l'entreprise face au changement climatique et la transition bas carbone.
3. **Vision collective** du cheminement de l'entreprise vers un monde bas carbone.
4. **Plan de décarbonation**, incluant les objectifs et priorités de réduction des émissions.
5. **Actions concrètes** à déployer pour atteindre ces objectifs.



RÉDUCTION D'IMPACT

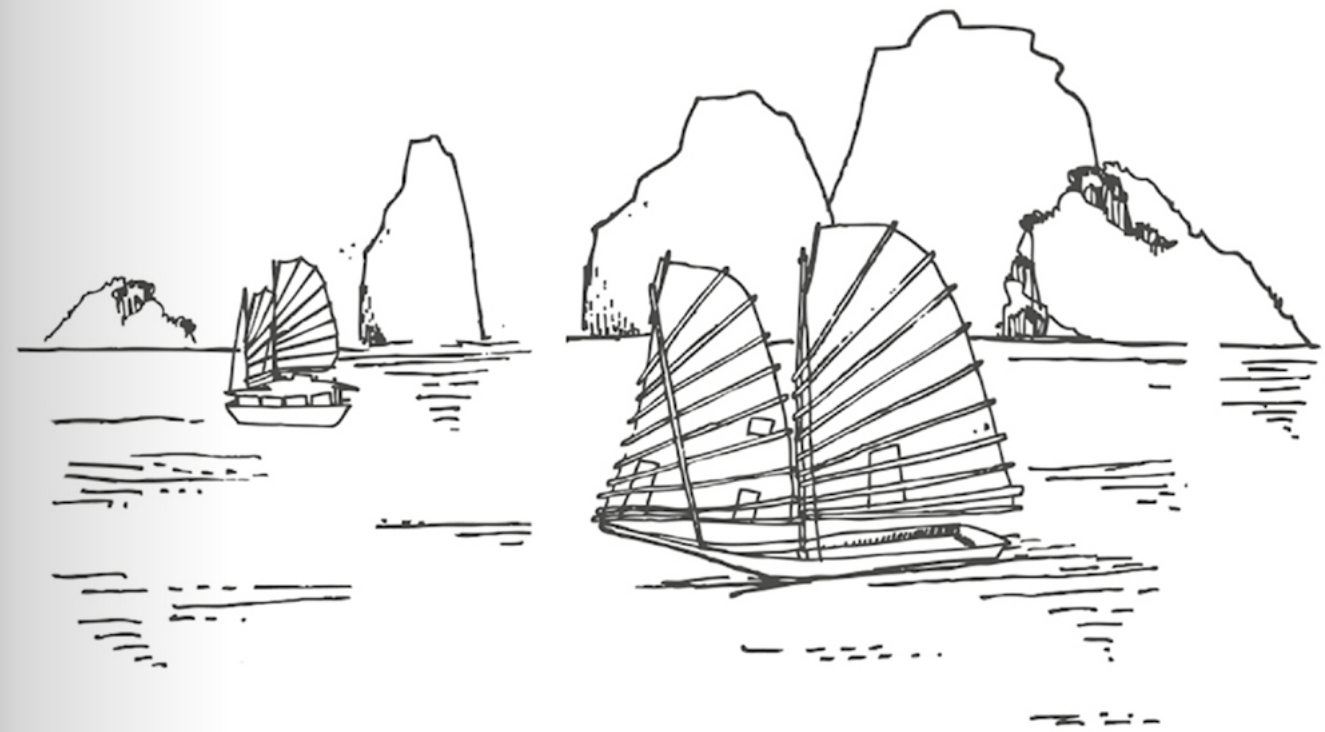
Diptyque déploie une démarche d'amélioration continue visant à réduire l'impact sur l'environnement de son transport et de sa logistique. Avec une meilleure planification et optimisation de nos processus, nos équipes collaborent quotidiennement au déploiement de notre feuille de route RSE pour alléger l'impact des modes de transport, de distribution et des systèmes d'acheminement de nos produits, à travers des solutions innovantes et moins émettrices.

RÉALISATION N° 1

LE TRANSPORT De l'aérien au maritime

La distribution et le transport de nos produits représentent plus d'un tiers de nos émissions totales de GES (43 % en 2023), ce qui en fait notre principal poste d'émissions. Consciente de l'impact du fret aérien, notre Maison s'était déjà fermement engagée, dès 2022, à substituer progressivement le transport maritime au transport aérien, en commençant par la distribution vers nos filiales internationales. Dès 2024, et grâce à l'implication et aux efforts coordonnés de l'ensemble de nos départements et filiales, 96 % des produits à destination de nos filiales internationales ont été acheminés par voie maritime, contre 75 % en 2022.

Fort de ce premier succès, nous travaillons désormais à impliquer l'ensemble de nos partenaires distributeurs dans cette démarche, comme une composante essentielle de notre stratégie climat. En avril 2025, notre distributeur en Corée, a effectué son premier envoi par voie maritime, ouvrant la voie à une adoption plus large de cette solution, permettant ainsi une diminution significative de nos émissions liées au transport.



RÉALISATION N° 2

LA CHAÎNE LOGISTIQUE
Optimiser nos processus

Depuis plusieurs années, nos équipes travaillent à minimiser l’impact de nos systèmes d’acheminement de nos produits et cherchent des solutions innovantes, moins émettrices. Parmi les initiatives, un travail a notamment été effectué sur le gerbage (empilement) des palettes afin d’améliorer le taux de remplissage de nos containers, tout en garantissant un niveau de qualité optimal.

Nous travaillons également au déploiement de bacs en plastique réutilisables pour la livraison en boutiques, en remplacement des cartons. Ce dispositif est déjà effectif à Hong Kong ainsi que dans nos boutiques en propre à Paris depuis juin 2025, et il sera progressivement étendu à l’ensemble de nos filiales.

Parallèlement, nous avons travaillé avec nos partenaires transporteurs à la conversion au bioGNC¹ des poids lourds et véhicules utilitaires légers chargés de l’approvisionnement de nos boutiques parisiennes, effective d’ici la fin du 3^e trimestre 2025.

Amélioration du taux de remplissage des containers

RÉSULTAT 2024 | **-600 tCO₂éq**
d’émissions associées au remplissage des containers

1 BioGNV comprimé (biogaz)



Et demain ?

Notre analyse de double matérialité a mis en lumière les enjeux majeurs liés à l’eau et à la biodiversité pour la pérennité future de nos activités, en particulier au regard de l’approvisionnement de nos matières premières naturelles, nécessaires à la fabrication de nos produits. Conscients de l’impact de certaines cultures mais aussi de celui du changement climatique sur certaines espèces, nous lançons une étude plus approfondie de nos impacts et risques associés, dans l’objectif de construire un plan d’action dédié à ces enjeux.



S'ENGAGER ENSEMBLE

Maison fondée par trois artistes pluridisciplinaires, Diptyque s'est façonné comme une aventure collective nourrie de voyages, d'ouverture et d'une insatiable curiosité pour le monde, dans toute sa diversité et son universalité. Une identité qui continue de nous définir aujourd'hui et qui anime l'engagement de notre Maison pour un impact sociétal positif.

372

personnes formées à la
Fresque du climat dans
le monde

Lancement

de Moka.care
pour accompagner
la santé mentale
de nos équipes

50

fournisseurs signataires
de notre code
de conduite dès la
première année



CRÉER UN ENVIRONNEMENT INCLUSIF ET FAVORABLE AU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Mobilisés pour l'intégrité, le bien-être et le respect de toutes nos collaboratrices et tous nos collaborateurs, nous cultivons chaque jour une culture d'entreprise empathique et bienveillante. Notre engagement s'inscrit dans une approche globale qui rassemble les enjeux de diversité, d'inclusion, de santé et de bien-être au travail ; autant de dimensions essentielles pour permettre à chacune et chacun d'évoluer dans un environnement de travail serein, équitable et épanouissant.

Le programme CARE

Dans cette perspective, Diptyque déploie la feuille de route « CARE », structurée autour de trois piliers fondamentaux : la santé mentale, l'inclusion – en particulier celle du handicap – et l'égalité entre les femmes et les hommes.

En 2024, toutes nos filiales ont mis en place des initiatives adaptées à leurs marchés et aux différents contextes culturels. Aux États-Unis, des sessions de sensibilisation, organisées à l'occasion des événements PRIDE et Black History Month, ont par exemple réuni 290 participants. À Hong Kong, pour les équipes de vente, un budget trimestriel de 35 euros par collaboratrice et collaborateur a été mis en place pour permettre à chaque boutique d'organiser des activités d'engagement du personnel. En Allemagne encore, le programme de prestations sportives « UrbanSports » est un succès, plébiscité par environ un tiers des équipes.

Notre ambition est de valoriser chacune de ces initiatives et de les inscrire pleinement dans notre plan d'action CARE.

Par ailleurs, un club CARE a été créé dès juin 2025, rassemblant un collectif de collaboratrices et collaborateurs autour d'ateliers de codéveloppement trimestriels, en lien avec les différentes thématiques du programme (santé, santé mentale, handicap, bien-être, statut d'aidant, ...).

AMBITION
2025

100 %
des collaboratrices
et collaborateurs auront participé
à une **activité du programme**
CARE en France

AMBITION
2026

100 %
de nos filiales auront mis en
place au moins **une initiative**
du programme CARE

Une aventure humaine et plurielle

Fondée par trois amis de cultures différentes et d'horizons divers, Diptyque s'est façonné comme une aventure collective et plurielle. Encore aujourd'hui, nous restons animés par la volonté de faire vivre des équipes multiculturelles et pluridisciplinaires au sein d'un environnement de travail dynamique et flexible, propice à l'épanouissement individuel et collectif. Nous souhaitons rester une Maison humaine, proche de ses équipes, en leur permettant d'évoluer en confiance, avec intégrité, transparence et authenticité.

Notre charte Diversité et Inclusion

Déployée auprès de toutes nos filiales et de toutes nos équipes, notre charte Diversité et Inclusion formalise notre philosophie et notre volonté d'exemplarité, qui font de Diptyque une entreprise ouverte et respectueuse.

Elle nous engage au quotidien dans notre manière d'être et de collaborer pour accueillir la diversité sous toutes ses formes, dans le respect de l'égalité des genres, des origines et des chances et pour offrir à chacune et chacun la possibilité d'évoluer et de s'engager pleinement au sein de notre Maison.

Le recrutement inclusif dans nos boutiques

En avril 2024, à l'ouverture de la Maison Diptyque Paris, un projet pilote de recrutement inclusif a été lancé pour les postes de direction et direction adjointe des équipes de vente. Des offres d'emploi et un processus de recrutement orienté sur les compétences ont spécialement été créés pour permettre à toute personne apte à occuper ces postes de se sentir légitime d'y postuler et de passer les entretiens. Le processus se décline autour d'entretiens structurés et de mises en situation professionnelles, permettant de prédire avec plus de 45 % de précision la performance d'une personne sur un poste (contre 9 % pour un entretien classique).

Cette pratique de démarche inclusive continue désormais de se déployer au sein de la Maison, y compris sur les processus de mobilité interne.



L'inclusion du handicap

À l'instar de notre engagement pour la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées depuis 2022, nous déployons un ensemble d'outils, de formations et de temps forts collectifs pour sensibiliser, accompagner et encourager nos équipes à s'impliquer sur la question du handicap.

Dans le cadre de sa feuille de route CARE, Diptyque affirme également la volonté de mieux appréhender l'inclusion des personnes en situation de handicap, à travers la nomination, en juin 2025 en France, d'un référent dédié. Parallèlement, à l'automne 2025, toutes les offres d'emploi seront publiées sur le site handicap.fr, spécialisé dans le handicap. Ce site a pour mission d'informer, sensibiliser, faire connaître des produits et services favorisant une meilleure autonomie et de référencer des offres d'emploi.

Et demain ? Le guide de recrutement Diptyque

Diptyque poursuit l'ambition de pratiquer une démarche inclusive généralisée, et travaille à cet égard à la création d'un guide dédié, disponible et accessible pour l'ensemble des équipes susceptibles de recruter les talents de demain.

Formation au recrutement inclusif

RÉSULTAT 2024 | **38 %**
des **managers** formés en France

AMBITIONS 2025 | **100 %**
des **équipes ressources humaines** en France

100 %
du **Comité exécutif**

AMBITIONS 2026 | **100 %**
des **équipes ressources humaines** dans le monde

100 %
des **managers** en France

AMBITION 2028 | **100 %**
des **managers** dans le monde

Une attention particulière à la santé mentale

Si la santé mentale est l'un des grands défis de notre époque, elle est également un sujet primordial pour Diptyque, en tant qu'employeur. Avec la volonté de placer l'attention à l'autre et à soi au cœur de notre manière de collaborer, notre Maison a déployé en 2024 la solution Moka.Care, une application préventive de suivi et de soutien dédiée à la santé mentale, disponible pour l'ensemble des équipes en France. Cette initiative sera également renforcée en

2025, dans notre plan d'action CARE, avec le déploiement de formations, de conférences et de nouvelles pratiques autour de la prévention au harcèlement et de la qualité des environnements de travail.

Pour répondre aux enjeux liés au stress de ses équipes et les accompagner au mieux, la filiale japonaise a décidé de mettre en place la plateforme Ai21. Elle permet à chacun de contacter à tout moment des spécialistes en santé mentale, par mail ou en téléconsultation, gratuitement et jusqu'à deux sessions par mois. Depuis sa mise en place, 18 % des employés en ont bénéficié.



DÉMARCHES INCLUSIVES

RÉALISATION N° 1

DIVERSITÉ & HANDICAP

Des temps forts de mobilisation

Au travers de rendez-vous annuels mobilisant nos équipes, nous organisons des événements pour renforcer notre engagement en faveur de la diversité et de l’inclusion dans notre Maison.

La SEEPH

Chaque année en France, en novembre, Diptyque se met aux couleurs de la Semaine Européenne pour l’Emploi des Personnes Handicapées. Des conférences et ateliers sont ainsi organisés sur le thème de l’inclusion et du handicap, animés par des personnes elles-mêmes en situation de handicap visible ou invisible. Pour la troisième édition en 2024, trois conférences ont ainsi été organisées au siège réunissant plus de 60 participants.

Le DuoDay

Depuis 2023, Diptyque participe annuellement à la journée nationale DuoDay en France, un format original durant lequel sont accueillies, le temps d’une journée, des personnes en situation de handicap en duo avec des collaboratrices et collaborateurs volontaires.

En 2024, 7 personnes ont ainsi été accueillies pour former un Duo et découvrir nos métiers, au siège comme en boutique. L’occasion également de sensibiliser nos équipes à la question du handicap et de l’inclusion, réaffirmant ainsi notre engagement à créer un environnement ouvert et accessible.



RÉALISATION N° 2

MOKA.CARE

Une application de prévention à la santé mentale

Mise à disposition de l’ensemble de nos équipes en France et plus récemment dans notre filiale britannique, l’application Moka.care accompagne nos équipes, de manière personnalisée et confidentielle, sur des thématiques relatives à la santé mentale : gestion du stress et prévention du burn-out, équilibre de vie personnelle et professionnelle, ou encore gestion du sommeil.

Avec un taux de participation de 33 % depuis son lancement en France, nous travaillons désormais à sa prise en main croissante et à son déploiement progressif à l’ensemble de nos filiales.

DEPUIS LE
LANCEMENT

- 105
comptes créés
- 22
personnes accompagnées
- 46
sessions individuelles
- 10
thérapies terminées
- 13
appels d’orientation

ENCOURAGER L'ENGAGEMENT INDIVIDUEL ET COLLECTIF

Avec la volonté de cultiver l'engagement de l'ensemble de ses équipes, Diptyque favorise la prise de conscience et souhaite transmettre les clés pour comprendre et mieux appréhender les défis sociaux et environnementaux de notre époque.

Un engagement éclairé

Soucieuse d'offrir un environnement de travail qui promeut le partage, la responsabilité et la prise d'initiative, la Maison s'emploie à sensibiliser et impliquer chacune et chacun aux enjeux du développement durable.

DEPUIS
2023

100 %
des effectifs mondiaux
ont un objectif RSE
dans leur évaluation annuelle

Un parcours de formation dédié

Dans le cadre de leur parcours de développement de compétences, l'ensemble de nos collaboratrices et collaborateurs ont accès à des modules de formation RSE thématiques en e-learning (socle commun), enrichis par des programmes de formation initiés selon les demandes et les besoins propres à chaque corps de métier : communication responsable, finance durable, écoconception, achats responsables...

L'atelier Fresque du Climat fait également partie intégrante de notre programme de sensibilisation et d'intégration des nouveaux talents, avec la formation d'une équipe d'ambassadrices et ambassadeurs internes dédiée à l'animation des ateliers. Outil de formation international, nous veillons au déploiement de la Fresque du Climat dans l'ensemble de nos filiales.

Part des effectifs formés aux enjeux climatiques et environnementaux

RÉSULTAT
2024 | **32 %**
dont 63 % des équipes du siège

AMBITION
2025 | **100 %**

RÉSULTAT
2024 | **100 %**
de nos filiales ont déployé la Fresque
du Climat au sein de leurs équipes

Un esprit solidaire

Diptyque souhaite encourager la solidarité et favoriser l'engagement de l'ensemble de ses équipes. Grâce à notre partenariat avec la plateforme « Komeet » (anciennement Vendredi), nous offrons une journée par an à nos collaboratrices et collaborateurs pour s'engager dans des actions bénévoles, individuelles ou collectives, auprès d'associations locales.

Création de jardins urbains, distribution de repas chauds, collecte et tri de denrées non alimentaires, opérations de nettoyage et collecte de déchets... Autour de causes et de modalités de soutien variées, nos équipes ont ainsi la possibilité de prêter main-forte, directement sur le terrain, à des associations en recherche de volontaires. Un coup de pouce très précieux pour les associations soutenues, autant qu'un moment privilégié de sensibilisation et de partage pour nos équipes.

Lancée en France en 2022, puis déployée en Allemagne et aux États-Unis en 2024, nous travaillons à étendre progressivement cette initiative à l'ensemble de nos filiales.

DEPUIS LE
LANCEMENT

233
participants

+ 5 000
heures de solidarité
(France, Allemagne et États-Unis)

Le « 36 OPÉRA » : de nouveaux bureaux pour incarner nos engagements environnementaux

En 2025, l'ensemble des équipes du siège de Diptyque déménageront dans un nouvel espace de travail situé au 36 avenue de l'Opéra à Paris. Un lieu où architecture et responsabilité se rencontrent. Dans le cadre de la rénovation, une attention particulière a été portée à la performance environnementale du bâtiment sur l'ensemble de son cycle de vie, intégrant des critères exigeants en matière de performance énergétique, d'empreinte carbone, d'économie circulaire et de réemploi, et de confort d'occupation.

3 CERTIFICATIONS MAJEURES :

1. **HQE** Bâtiment Durable Niveau Excellent
2. **BREEAM** – Niveau Excellent
3. **BBCA** Rénovation



MOBILISATIONS CONCRÈTES

RÉALISATION N° 1

LA FRESQUE DU CLIMAT

Un pilier de notre programme de sensibilisation

Depuis 2022, l'atelier Fresque du Climat est déployé à large échelle auprès de toutes les équipes de nos filiales, dans nos sièges internationaux et dans les boutiques. Outil de référence pour permettre de mieux comprendre le fonctionnement, l'ampleur et la complexité des enjeux liés au dérèglement climatique, la Fresque du Climat offre une approche pédagogique et collaborative précieuse, basée sur l'intelligence collective.

Plus de 350 personnes dans le monde ont ainsi été formées au sein de Diptyque.

Personnes formées à la Fresque du Climat au sein de Diptyque

RÉSULTAT 2024 **372**
dont 14 formées à l'animation de la Fresque

AMBITION 2025 **100 %**
de nos équipes au sein des bureaux en France et à l'international



RÉALISATION N° 2

MICRODON

L'arrondi sur salaire

Depuis 2024, avec microDON, nous offrons à nos collaboratrices et collaborateurs en France la possibilité de participer à l'Arrondi sur salaire, au bénéfice des Restos du Cœur et de Planète Urgence, des associations respectivement engagées dans la lutte contre la pauvreté et dans la préservation de l'environnement. Cette initiative est également systématiquement présentée à toute nouvelle personne arrivant dans la Maison. Parallèlement, pour chaque montant offert, Diptyque s'engage à verser une somme équivalente, doublant ainsi systématiquement le don versé à l'association.

13 % de taux de participation

85 % des donateurs effectuent un don complémentaire

Près de **10 €** de don global **par personne et par mois** (part donateur + part Diptyque)

Impact généré

8 000 repas distribués avec les Restos du Cœur

1 464 arbres plantés avec Planète Urgence

COLLABORER AVEC NOS PARTENAIRES

Un engagement partagé

En tant qu'acteur d'un écosystème global, nous savons que la tenue de nos engagements repose sur la mobilisation de l'ensemble de notre chaîne de valeur. Depuis 2024, dans le cadre de notre politique d'achats responsables, nous sensibilisons nos fournisseurs à nos exigences, notamment à travers le déploiement de notre code de conduite fournisseurs et l'adoption d'outils d'évaluation et d'accompagnement.

Notre politique d'achats responsables

Notre politique d'achats responsables intègre explicitement nos exigences environnementales, sociales et éthiques, avec une attention particulière portée à la transparence. Elle s'appuie sur un socle documentaire complet : conditions générales d'achat, code de conduite fournisseurs et questionnaires RSE, complétés par des visites terrain.

Le déploiement progressif de ce code en France et à l'international a permis d'ancrer une nouvelle culture d'achat, renforçant nos pratiques et nos relations fournisseurs.

Les questionnaires, quant à eux, nous permettent d'évaluer la maturité de nos partenaires, de définir des actions prioritaires et de suivre les progrès réalisés.

Diptyque cultive des relations durables avec ses partenaires, garants du savoir-faire et de la qualité de nos créations. Dans une logique d'amélioration continue, nous accompagnons nos fournisseurs pour avancer ensemble vers des pratiques plus durables, responsables et éthiques.

Notre code de conduite fournisseurs

Adopté en 2024, notre code de conduite fournisseurs détaille nos exigences opérationnelles en matière de normes de travail, de responsabilité sociale, de protection de l'environnement, d'éthique et d'intégrité des affaires. Il engage nos fournisseurs à respecter l'ensemble des lois, règlements et conventions applicables, ainsi que les meilleures pratiques, et à les faire respecter par leurs propres fournisseurs et sous-traitants. En cas de non-conformité, ils s'engagent à mettre en œuvre les plans d'action ou remédiation nécessaires. Initialement déployé auprès des fournisseurs de notre périmètre de production (achats directs), il est étendu depuis début 2025 aux fournisseurs d'achats indirects (transport, logistique, communication, marketing, visual merchandising, services généraux, IT...).

RÉSULTATS 2024

45 %

de nos **partenaires signataires du code de conduite** - soit 85% en % d'achats (scope production)

30 %

de nos **fournisseurs** ont complété notre **questionnaire RSE**, soit 80% en % d'achats (scope production)





PRODUITS

ÉCOCONCEVOIR
NOS CRÉATIONS

FAIRE MIEUX AVEC MOINS

- 2024

56%

de notre portefeuille sur la catégorie parfums & cosmétiques respecte notre charte d'écoformulation

27%

de notre portefeuille est rechargeable

5%

de notre portefeuille intègre une part de matière recyclée

21%

de notre portefeuille est sans cellophane

2028

100%

de notre portefeuille respectera notre charte d'écoformulation

100%

de notre portefeuille sera recyclable, rechargeable ou réutilisable

50%

de notre portefeuille intégrera une part de matière recyclée

100%

de notre portefeuille sera sans cellophane

PROMOUVOIR LA CIRCULARITÉ
EN BOUTIQUE

- 2024

37%

de nos boutiques en propre proposent un service d'économie circulaire
- 2028

50%

de nos boutiques en propre proposeront un service d'économie circulaire

VALORISER LES SAVOIR-FAIRE
ET L'ARTISANAT

- 2024

17

 partenaires certifiés Entreprises du Patrimoine Vivant

47

 références intégralement fabriquées à la main dont

68%

 du catalogue La Décoration

95%

 des objets de la Décoration sont fabriqués en France, en Italie ou au Portugal



PLANÈTE

AMÉLIORER
NOTRE IMPACT

ŒUVRER POUR UN APPROVISIONNEMENT
PLUS RESPONSABLE

- 2024

25%

de nos matières naturelles de parfumerie répondent à nos critères de diligence raisonnable

10%

de nos matières naturelles de parfumerie sont vérifiées ou certifiées par un organisme tiers indépendant (UEBT, FFL, ...)

2

 programmes à impact soutenus
- 2028

100%

de nos matières naturelles de parfumerie répondront à nos critères de diligence raisonnable

30%

de nos matières naturelles de parfumerie seront vérifiées ou certifiées par un organisme tiers indépendant (UEBT, FFL, ...)

5

 programmes à impact seront soutenus

ÊTRE TRANSPARENTS SUR LA
COMPOSITION DE NOS PRODUITS

- 2024

40%

de notre portefeuille de produits permanents publié sur notre plateforme de transparence
- 2026

100%

de notre portefeuille de produits permanents sera publié sur notre plateforme de transparence

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

- 2030

-42%

de nos émissions GES (scopes 1, 2) par rapport à l'année de référence 2023

-51,6%

de nos émissions de GES en intensité physique (scope 3) par unité vendue par rapport à l'année de référence 2023



PERSONNES

S'ENGAGER
ENSEMBLE

CRÉER UN ENVIRONNEMENT
INCLUSIF ET FAVORABLE
AU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

- 2024

38%

de nos managers formés au recrutement inclusif en France
- 2026

100%

de nos managers France seront formés au recrutement inclusif dans le monde

100%

de nos filiales auront mis en place au moins une initiative du programme CARE

ENCOURAGER L'ENGAGEMENT
INDIVIDUEL ET COLLECTIF

- 2024

100%

de nos effectifs ont un objectif RSE dans leur évaluation annuelle depuis 1 an

32%

de nos effectifs formés aux enjeux climatiques et environnementaux
- 2025

100%

de nos effectifs seront formés aux enjeux climatiques et environnementaux
- 2028

100%

de nos effectifs auront participé à une action solidaire individuelle ou collective annuellement

COLLABORER AVEC NOS PARTENAIRES

- 2024

85%

de nos partenaires sont signataires du code conduite scope production en % d'achats
- 2026

100%

de nos fournisseurs (achats directs et indirects) seront signataires de notre code de conduite ou auront un code de conduite respectant nos principes

DIPTYQUE
PARIS

DIPTYQUE
PARIS