

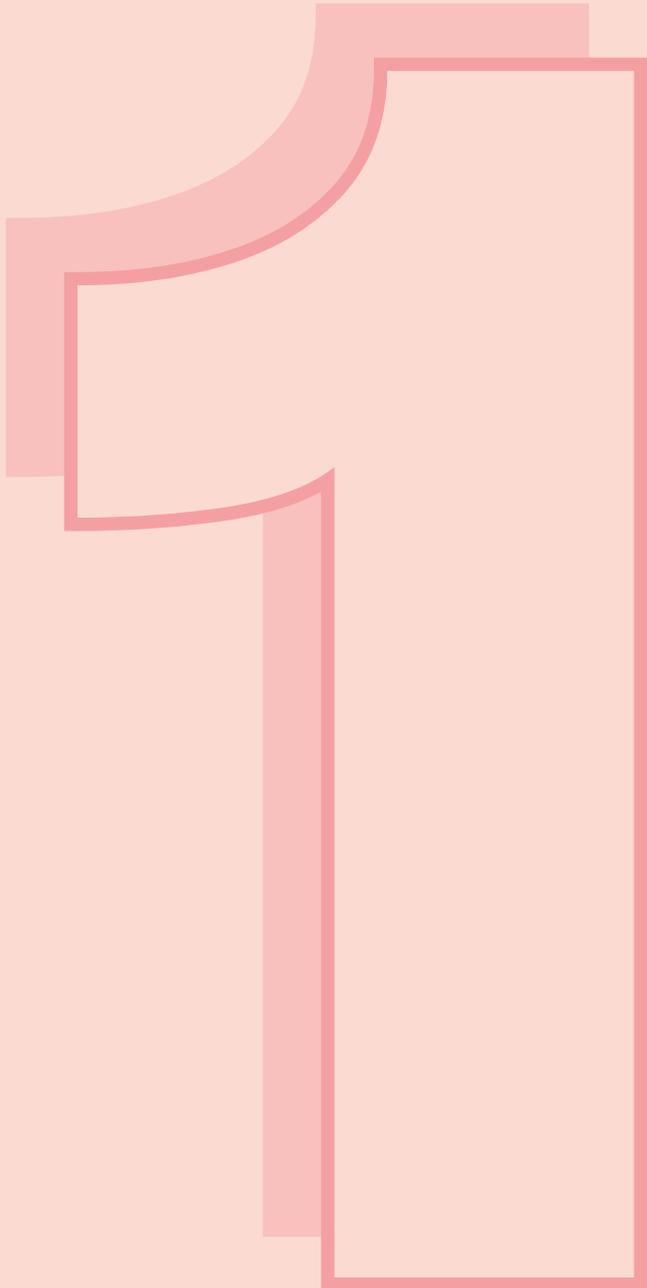


NOVI

EMBELLISSONS
LA VIE

**RAPPORT D'ENGAGEMENTS
2023 - 2024**





Édito

Le mot du
Président

1. Édito - Le mot du Président

L'histoire du Groupe Novi débute en 1973, par l'ouverture d'une 1^{ère} boutique par ma mère, Nicole Georges. Depuis, avec mon frère, Christophe, mes filles Lauren et Alix et mes neveux Hugo et Robin, nous avons poursuivi cette **aventure familiale** grâce à l'engagement d'équipes qui ont grandi, sur le terrain, dans nos points de ventes et instituts, mais aussi au sein des sièges, de S^t Astier, Cenon, Valence et Toulouse. Aujourd'hui, un véritable écosystème, la « **NOVI family** », s'est mis en place et continue de se déployer au sein de nos bureaux et d'un maillage de boutiques et instituts intégrés et franchisés. Près de 2700 personnes en France et à l'international travaillent chaque jour pour offrir à nos clients, où qu'ils soient, des produits et services de qualité, pour les accompagner dans leur bien-être au quotidien.

Forts de nos valeurs originelles de **proximité, respect, optimisme et expertise**, nous avons beaucoup grandi et évolué. Après une phase de diversification entre 2015 et 2022 (d'une enseigne unique à un groupe multi-activités, multi-canaux, multi-enseignes et multimarques), un changement de nom et d'identité en octobre 2022 (de Beauty Success Group au Groupe NOVI), nous avons amorcé fin 2023 une évolution de notre organisation afin de nous recentrer sur nos activités les plus résilientes. La **pérennité** a toujours été au cœur de mes préoccupations: nous sommes fiers de faire partie des ETI familiales en France qui ont fêté leur cinquantenaire. Afin de s'assurer que cette si belle aventure puisse se poursuivre de manière durable, il est nécessaire d'aligner notre stratégie de développement à un monde en pleine évolution.

La pérennité de notre entreprise va de pair avec la structuration d'une démarche RSE. C'est une responsabilité dont nous sommes investis, en tant qu'ETI en croissance, et la raison d'être que nous avons choisie y fait écho: **ensemble, nous œuvrons chaque jour pour le beau et le bien de demain.** Nous nous étions engagés en 2023 à travailler sur le bilan et la définition de nos piliers et objectifs pour une politique RSE cohérente et structurée. Aujourd'hui, grâce à la nomination à l'automne 2023 d'Amélie Le Stang en tant que **Responsable RSE**, accompagnée en interne par un Comité Environnemental, Social et de Gouvernance, nous avançons en ce sens. Depuis octobre 2023, nous poursuivons un **audit interne** sur nos pratiques en cours et sur les démarches entreprises. Nous rédigeons notre **stratégie RSE** et préparons le **plan d'action**. Nous réalisons également un nouveau **bilan carbone** que nous avons étendu au scope 3 (émissions directes et indirectes significatives) et nous suivons une formation **CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)**, en vue de notre prochaine mise en conformité pour la réalisation d'un rapport extra-financier début 2025.

Notre diagnostic interne nous a permis d'identifier nos forces et nos faiblesses, de mettre en valeur nos bonnes pratiques et de réfléchir à des pistes de développement. 2024 sera l'année du déploiement de notre stratégie et de la mise en œuvre de notre plan d'action. Notre ambition ? **Améliorer la performance économique, sociale et environnementale du groupe, en engageant nos parties prenantes.** Cela nous permettra de renforcer notre légitimité, notre résilience et d'assurer notre pérennité sur le long terme.

Je profite également de l'édition de ce Rapport RSE 2024 pour remercier tous les collaborateurs et partenaires de NOVI qui, grâce à leur engagement, nous permettent chaque jour d'accomplir notre mission: **rendre la beauté et le bien-être accessibles à tous.**

Philippe Georges



Le groupe NOVI en 2023

2. Le groupe NOVI en 2023

Chiffres Clés



1094

collaborateurs dans nos sièges et dans les points de vente de notre réseau intégré

2700

collaborateurs au total avec notre réseau de franchise France et international



600

parfumeries, instituts et centres bien-être en France & International



17

pays et territoires couverts par nos enseignes.



280

entreprises partenaires fédérées en franchise



145,3 M€^{HT}

de chiffre d'affaires groupe 2023

250 M€^{HT}

de chiffre d'affaires 2023 avec nos franchisés



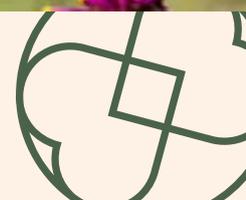
5M

de clients fidélisés

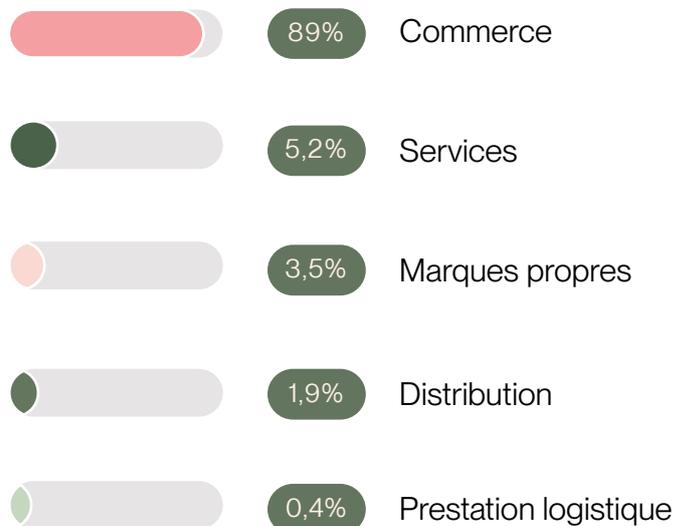
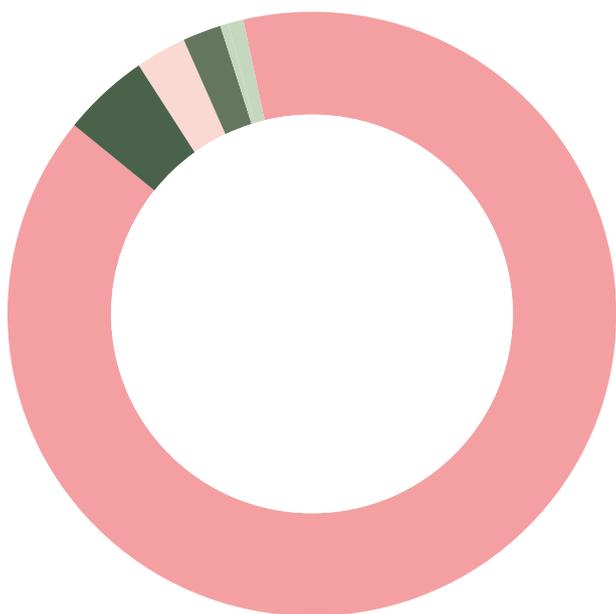


130 000€

de dons et de dons de produits reversés en 2023



Répartition du CA par activité



Nos enseignes



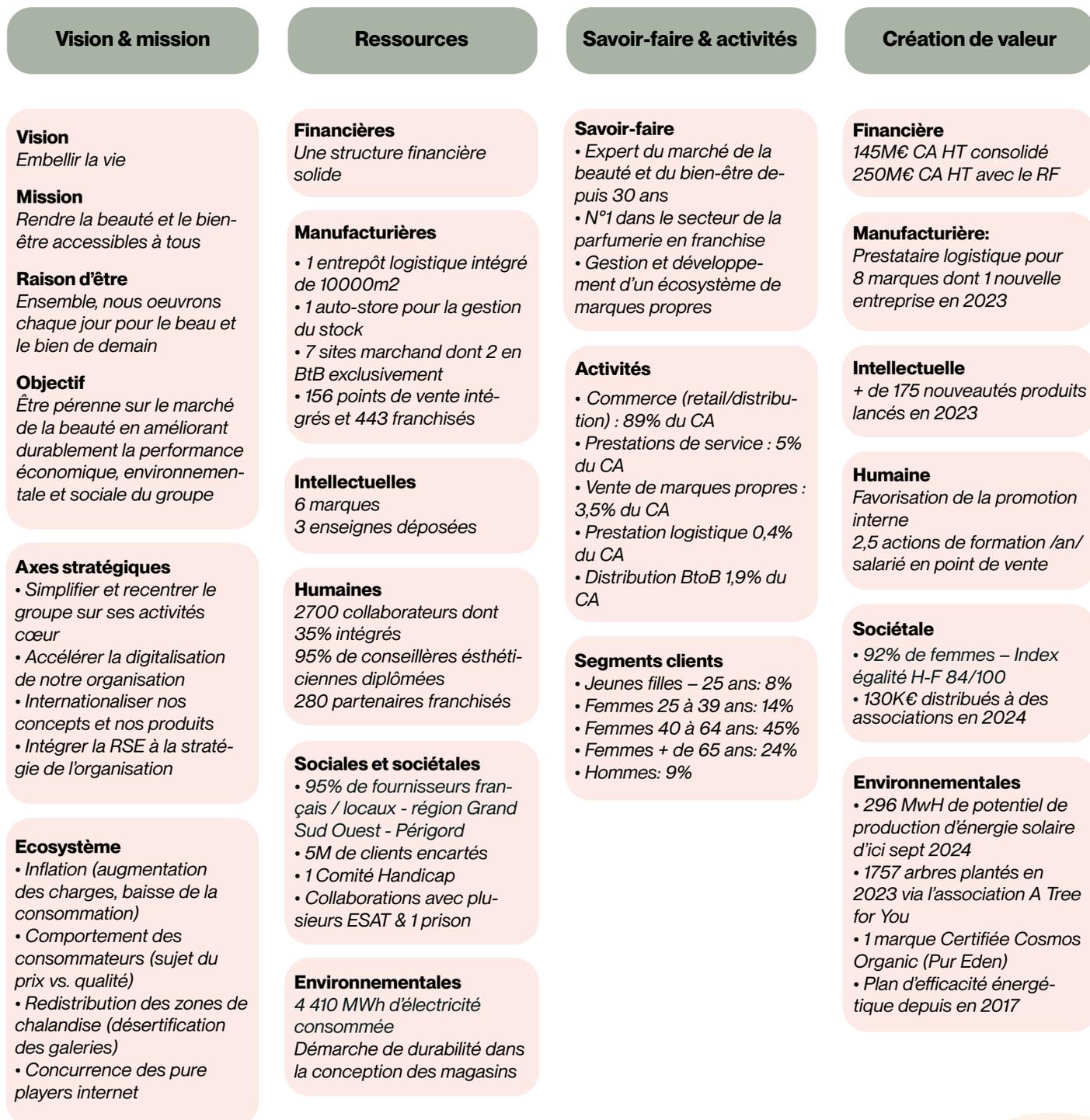
Nos marques



Nos activités B2B



Notre modèle d'affaires





Cap sur la RSE

3. Cap sur la RSE

En 2022, notre **changement de nom et d'identité** nous a permis de poser les jalons de ce que nous voulons être demain. L'adoption de notre raison d'être "Ensemble, nous œuvrons chaque jour pour le beau et le bien de demain" traduisait déjà notre volonté de **mettre la RSE au cœur de nos ambitions**.

Avec une réflexion initiée en 2023, nous nous attelons aujourd'hui à définir une stratégie qui nous permette d'incarner notre raison d'être. Notre objectif ? **Améliorer durablement la performance économique, environnementale et sociale de notre groupe**.

1. Notre raison d'être

FOCUS



Notre raison d'être

Ensemble / nous :

la notion de famille élargie, de communauté, d'appartenance

œuvrons :

mettre en œuvre, dans un esprit consciencieux et pragmatique

chaque jour :

la volonté, la progression pas à pas, mais aussi la notion de quotidien et de réalisme

Ensemble, nous œuvrons chaque jour pour le beau et le bien de demain

beau:

une vision de la beauté holistique et inclusive

bien :

le professionnalisme, le bien-être et le prendre soin de soi et des autres, mais aussi le bien «universel» qui guide notre démarche RSE

demain :

dans un esprit de dynamisme, qui crée de l'élan et permet de prendre de la hauteur dans un esprit optimiste

2. Feuille de route 2024

Les membres du Comité ESG se sont mis d'accord sur la feuille de route suivante:

Janvier - Février

Mars - Avril

Mai - Juin

Former et sensibiliser les collaborateurs à la RSE

Reportings - dont BGES 2024 et CSRD 2025

Cadrage

Vers où veut on aller ?

Comprendre le contexte et les enjeux du groupe autour du développement durable

Diagnostic

Où en est-on ?

Dresser un bilan des pratiques du groupe afin de connaître son impact social et environnemental

Phase 1

Auto-diagnostic

Phase 2

*Bilan carbone scopes 1,2,3
Analyse de double matérialité*

Juillet - Août

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre

Former et sensibiliser les collaborateurs à la RSE

Reportings - dont BGES 2024 et CSRD 2025

Stratégie

Quelles solutions ?

Créer un plan d'action reprenant les solutions identifiées

Déploiement de la stratégie & pilotage

Mettre en œuvre le plan d'action

Suivre et piloter les solutions RSE mises en place dans un objectif d'amélioration continue

3. Nos référents RSE

Amélie LE STANG
Responsable RSE



COMITÉ ESG

- ⊕ **Philippe Georges** Président fondateur
- ⊕ **Christophe Georges** DGA, Services généraux, Logistique & Travaux
- ⊕ **Amélie Le Stang** Responsable RSE
- ⊕ **Christelle Ripout** Secrétaire générale, Finance et Contrôle de gestion
- ⊕ **Denis Mahieux** DRH
- ⊕ **Lauren Georges** Directrice d'enseignement
- ⊕ **Giulia Peppoloni** Responsable Communication institutionnelle et RP



Les actions et engagements du groupe

Préserver et développer les talents

4. Les actions et engagements du groupe

Préserver et développer les talents

En tant que commerçants et *retailers*, depuis le début de notre histoire entrepreneuriale, l'humain est au cœur de notre développement. L'une de nos valeurs fondamentales est le Respect : celui-ci définit les relations solides que nous construisons au quotidien avec nos talents.

La diversité de nos activités signifie la multiplicité de nos métiers, qui nécessitent un cadre sain pour permettre l'épanouissement de chaque compétence. En tant que groupe de la beauté et du bien-être, notre activité repose en grande partie sur nos talents en point de vente et en institut de beauté ; or, face à une conjoncture économique difficile, un contexte incertain et un marché du travail en pleine évolution, le recrutement et la fidélisation de nos talents est l'un de nos plus grands défis.

En 2024, face aux enjeux que représentent le recrutement et le maintien des talents, le groupe s'est attelé à travailler à sa marque employeur. Le premier résultat tangible de ce travail est la création et mise en ligne d'un **site dédié au recrutement** pour notre enseigne amirale, Beauty Success. Les équipes poursuivent leurs travaux pour formaliser et communiquer autour de la marque employeur des autres activités du groupe, dont la vitrine reste le site institutionnel. Nous travaillons également à l'évolution des avantages pour nos collaborateurs ; à titre d'exemple, en 2024 le taux de remise salarié sur tous nos produits passe de 30% à 40% pendant les temps forts (2 fois par an, courant mai et courant novembre).

Éléments clés :

- Un taux de turnover en croissance (29,5% en 2023), qui suit la tendance et reste inférieur à la moyenne nationale du secteur du commerce (32% en 2023 selon le DARES)
- Une majorité de femmes compose les effectifs (92%), ce qui se justifie par la particularité des métiers du groupe; la parité Homme/Femme est respectée au niveau du Comité de direction (5 femmes et 5 hommes) ainsi qu'au niveau du Comité exécutif (15 femmes et 11 hommes)

1. Assurer un cadre de travail sécurisé, sain et valorisant

Quel que soit le poste et le métier exercé, nous tenons à ce que nos effectifs puissent évoluer dans un cadre sûr, sécurisé, et sain.

Le groupe veille à ce que les collaborateurs soient en sécurité ; pour cela, sur les postes qui le nécessitent, les EPI (chaussures de sécurité, cutters rétractables...) sont fournis et renouvelés quand cela est nécessaire. Cela passe également par des **formations sur la sécurité** (SST/SSIAP/CACES/HABILITATIONS) prévues et renouvelées tous les ans au sein du groupe.

Les recommandations de la médecine du travail sont suivies en matière d'installation aux postes de travail et d'**ergonomie**. Dans nos points de vente et en particulier pour nos esthéticiennes, les protocoles de soin ont été conçus en prenant compte la posture et la pénibilité des manœuvres. Une partie « Bien-être au travail » a par ailleurs été intégrée aux modules de formation des esthéticiennes de nos enseignes. Que ce soit au sein des bureaux, de la plateforme logistique ou de nos magasins et instituts, le groupe fournit aux salariés les équipements nécessaires pour les préserver et améliorer les conditions de leur travail (semelles orthopédiques, bouchons d'oreilles, mobilier électrique ou innovant, polaires en hiver...).

Au sein des sièges, pour les métiers qui le permettent, le télétravail est autorisé en raison d'un jour par semaine, en fonction des besoins et possibilités de chacun et dans un esprit de bon fonctionnement des équipes. En sus du télétravail, il est de coutume d'accompagner les salariés qui nécessiteraient d'adapter et aménager leur temps de travail. Enfin, au sein des magasins, les samedis de repos ont été mis en place par roulement, les points de vente de nos enseignes étant ouverts du lundi au samedi.

Lorsque les conditions le permettent, les bureaux sont pensés pour offrir des moments de pause, de bien-être et de convivialité pour nos salariés, comme le siège de St-Astier, inauguré en 2016 avec une salle de pause, une terrasse, un baby-foot, une cheminée en bioéthanol et une meilleure régulation de la température du dépôt...

Nous veillons également à entretenir le dialogue social dans l'entreprise et à être à l'écoute des salariés. Un accord collectif d'entreprise est ainsi en vigueur depuis plusieurs années au sein du groupe. Par ailleurs, les élus du Comité Social de l'Entreprise se réunissent de manière mensuelle avec la direction.

Avec l'extinction de la Convention collective nationale de la parfumerie de détail et de l'esthétique en 2011, nous avons, tout comme l'ensemble des entreprises du secteur dans le même cas que nous, appliqué le Code du Travail en complément de nos propres pratiques internes (comme le maintien de primes d'ancienneté). Après près de dix années de travaux et de négociations avec les différents acteurs de la beauté et du bien-être, nous sommes parvenus fin 2023 à un accord sur la création d'une **nouvelle Convention collective de Parfumerie Sélective** à laquelle nous adhérons, mais qui est encore en cours de construction. L'année 2024 est donc l'année de la négociation de l'offre sociale : notre groupe participe à une réunion mensuelle avec les Organisations Syndicales de la branche pour définir les grilles de classifications et les critères classants.

2. Former nos talents pour permettre leur épanouissement

Au sein du groupe NOVI, la formation a toujours eu une place fondamentale : c'est à travers elle que nos talents peuvent évoluer, afin de proposer les meilleurs produits et services à tous nos clients.

Jusqu'au début des années 2000, la formation des salariés est sous-traitée. A partir de 2005, l'entreprise crée son propre organisme de formation Beauty Success. Cela permet dès lors de mettre en place des formations *ad-hoc* et personnalisées, à l'image de nos enseignes et de notre vision du monde de la parfumerie et de l'esthétique. Avoir nos propres formatrices d'enseignes et de marques en interne nous permet d'être autonome et de maîtriser la stratégie de formation de nos effectifs.

Depuis novembre 2021, l'organisme a obtenu la **certification Qualiopi**, qui atteste de la qualité des prestations de formation selon un référentiel national.

Aujourd'hui, le groupe mène en moyenne 2500 actions de formation par an (chiffres 2023). Les formations délivrées concernent les salariés des diverses enseignes du groupe, qu'ils fassent partie des réseaux intégrés autant que des réseaux de franchisés. Au sein des équipes de notre marque HTA et de notre activité de B2B Novi Pro, des formatrices dédiées dispensent également des formations aux technologies et aux produits commercialisés.

Depuis 2015, le groupe a également entrepris la digitalisation de ses formations, avec une équipe dédiée à l'*e-learning*. Plus de 300 modules de formation régulièrement actualisés et sur des thématiques variées sont à disposition des salariés sur la plateforme de formation dédiée NOVI qui compte plus de 80000 connexions en 2023 (+51% par rapport à 2022).

Chiffres clés - Formation :

- 780 actions de formation réalisées par nos deux organismes (NOVI et HTA) pour former les collaborateurs des points de vente du réseau intégré, quel que soit l'enseigne
- plus de 1550 actions de formation réalisées par nos marques et prestataires partenaires pour nos collaborateurs
- près de 280 actions de formation réalisées par nos organismes de formation internes à destination des salariés du réseau franchisé

Dispositif Beauty Success Académie

Le 21 mars 2024 à Abadie (Pôle Formation du groupe), se tenait la cérémonie de clôture de la Beauty Success Académie, avec la remise des attestations de formation à la promotion de quatre Conseillères esthéticiennes polyvalentes au sein de nos points de vente.

Sur 9 mois, ce dispositif leur a permis de bénéficier d'un parcours inédit de formation intense de 230 à 250 heures, grâce à l'appui de notre OPCO partenaire des Entreprises de Proximité. Le parcours est un mix entre présentiel, e-learning et distanciel, avec l'implication des tuteurs (Responsables des magasins concernés) dans le cursus. Des formations *ad hoc* ont été créées dans ce cadre, que ce soit en présentiel ou sur notre plateforme *e-learning*.

Le groupe souhaiterait pouvoir rendre ce dispositif permanent en élargissant les promotions ; nous sommes pour cela en discussion avec notre OPCO partenaire et les autorités compétentes.



La promo 2024 de la BS Académie avec leurs tutrices, le Pôle Formation, Denis Mahieux (DRH) et Danielle Tomiet (OPCO)

Nous épaulons également notre partenaire **IBCBS by Régine Ferrère** de Chartres pour l'ouverture de sa branche bordelaise, dont la 1^{ère} rentrée devrait avoir lieu en septembre 2024, pour la formation aux diplômés de l'esthétique (CAP, BP, BTS).

Des livrets d'intégration et de formation sont édités et distribués aux nouvelles recrues sur des métiers précis (particulièrement en point de vente). Concernant les métiers supports, de nouveaux livrets groupe sont en cours de préparation avec pour objectif de pouvoir être distribués à la rentrée 2024.

3. Promouvoir la diversité, l'inclusivité et l'égalité des chances

C'est en 2018 que naît le Comité Handicap du groupe, à l'initiative de collaboratrices engagées qui se sont professionnalisées au côté de CAP Emploi, l'AGEFIPH, la médecine du travail, la CARSAT et par leur présence au sein du Réseau des Référents Handicap de France.

Le comité œuvre entre autres en faveur de l'égalité des chances par la promotion de l'emploi direct et indirect de personnes en situation de handicap.

L'emploi direct de personnes en situation de handicap prend le forme d'actions de PMSMP, l'accueil de stagiaire, des offres d'emploi handi-bienveillante, des partenariats avec des agences de travail temporaires engagées, la participation à des forums pour l'emploi dédiés aux personnes en situation de handicap mais également la mise à disposition de personnel ou de la sous-traitance auprès d'usagers d'ESAT partenaires tel que les Papillons Blancs de Bergerac, l'APEI de Périgueux, l'ESAT MAGELIS d'Angoulême et l'ESAT MAGELLAN de Pessac.

Le Comité Handicap œuvre également en faveur du maintien en emploi des salariés du groupe qui font face à une situation de handicap, en partenariat avec la médecine du travail, CAP emploi, des ergonomes et l'AGEFIPH. L'ensemble des salariés reconnus Travailleurs handicapés (RQTH) qui présentaient des besoins d'aménagements matériels ou organisationnels en ont bénéficié, conformément aux prescriptions médicales émises par le médecin du travail et CAP EMPLOI. Le Comité Handicap fait preuve d'un engagement fort avec l'accompagnement individualisé des salariés présentant des besoins ou faisant face à des situations exceptionnelles, par exemple pour l'un de nos intérimaires atteint d'une agénésie du bras avec la prise en charge de son permis B et l'aménagement de son véhicule, ou encore en concourant à l'achat de prothèses auditives pour l'une de nos collaboratrices.

4. Engager et former nos collaborateurs à la RSE

Jusqu'en 2023, des actions ponctuelles de sensibilisation étaient menées auprès des collaborateurs. Avec l'arrivée de notre responsable RSE, épaulée par le service de communication groupe, la démarche d'engagement auprès des collaborateurs se consolide.

Ainsi, une Newsletter RSE est communiquée de manière bimensuelle à tous les salariés ; un encart RSE est systématiquement présent dans la Newsletter groupe (à destination de nos salariés sièges, points de vente, et partenaires franchisés), traitant soit d'événements ou de communications spécifiques RSE, soit qui ont vocation à acculturer les collaborateurs à ces sujets. Des événements sont organisés ponctuellement au sein des sièges afin de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux de développement durable, comme la projection d'un documentaire sur la responsabilité des entreprises à l'occasion de la Journée de l'Environnement le 5 juin.

Dans le cadre de la démarche d'engagement de notre écosystème, la relation avec nos franchisés représente un grand enjeu. Une **Charte éthique** est en cours de préparation et les équipes juridiques travaillent à la refonte de nos contrats afin d'y inclure des éléments de respect de nos engagements RSE.

Notre Comité Handicap



Julie LE ROMANSER

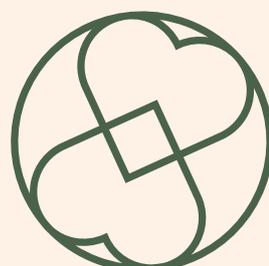
Responsable développement RH & recrutement, référente Handicap

Sonia LAJOIE

Assistante RH, référente Handicap référente harcèlement

Clarisse LESOBRE

Chargée de développement RH & recrutement en alternance





Les actions et engagements du groupe

Un groupe solidaire et à fort impact local

5. Les actions et engagements du groupe

Un groupe solidaire et à fort impact local

1. Un impact territorial, économique et social fort

Le Groupe est implanté dans plus de 200 villes en France métropolitaine, dans les DOM et les TOM (Guyane, La Réunion, Nouvelle Calédonie, Polynésie française), et aussi à l'international, avec une cinquantaine de points de vente.

La stratégie d'implantation des enseignes du groupe et l'ouverture importante de magasins, densifiant le maillage territorial du Groupe, permet à NOVI d'être au plus près de ses clients en démocratisant l'accès au bien-être et à la beauté, mais aussi de contribuer à l'activité économique de villes moyennes, notamment par la création d'emplois non délocalisables.

Le Groupe a accompagné son développement par un déploiement en franchise qui permet de s'appuyer sur le savoir-faire opérationnel des partenaires et sur leur connaissance du marché local. L'entreprise promeut l'entrepreneuriat et accompagne les jeunes entreprises, qu'elles choisissent de grandir avec et sous nos enseignes ou qu'elles bénéficient de notre accompagnement dans la logistique ou le transport.

Le choix de nos prestataires et fournisseurs est guidé par des principes simples : favoriser les écosystèmes locaux et partager les mêmes valeurs de respect et expertise. Ainsi, nous privilégions des partenaires locaux pour l'ensemble de nos activités (formulation des produits pour nos marques propres, mobiliers des points de vente, PLV, marques distribuées...), afin de faire vivre et grandir l'écosystème qui nous entoure.

2. Un groupe solidaire

Embellir la vie, c'est aussi s'engager pour apporter sourires et réconforts. S'engager pour de justes causes : plus qu'un partenariat, une appartenance pour le groupe.

Résolument tourné vers l'humain et soucieux de soutenir les plus faibles, fidèle à ses valeurs de partage, NOVI est solidaire des combats contre la souffrance et la maladie. Au cours de son histoire, plusieurs partenariats solides ont ainsi été noués avec diverses associations.

Sur l'année 2023, plus de 130 000 € de dons de produits ou de dons ont été reversés à des associations ou des causes qui nous tiennent à cœur. Nous sommes fiers de nos équipes qui s'engagent personnellement en nombre chaque année en faveur d'associations (Challenge du Ruban rose, Course des Lumières, Course des Relais pour la Fondation des femmes...).

Chiffres clés :

- ⊕ 1^{er} groupe français de franchise du secteur, avec 280 entreprises fédérées
- ⊕ 95 % de fournisseurs français et locaux - région Grand Sud Ouest et Périgord
- ⊕ 3 partenariats associatifs durables
- ⊕ 63^{/100} : notre score norme ISO 26000 relatif à nos pratiques envers les communautés et le développement local

Les trois principaux partenariats noués par le groupe sont aujourd'hui :

Imagine for Margo – Children Without cancer:

Depuis 2017, notre enseigne Beauty Success s'engage chaque année aux côtés de l'association Imagine for Margo qui mène des actions de sensibilisation et de collecte de fonds pour la recherche sur les cancers pédiatriques, 1^{ère} cause de décès par maladie chez les enfants en France et en Europe. Ainsi, Beauty Success multiplie les initiatives visant à sensibiliser et à engager les équipes et sa clientèle à cette cause via un appel à participation à la course « Enfants sans cancer » qui a lieu tous les ans ; des donations de peluches pour les enfants et la mise en vente depuis 2017 de « grigris » co-crésés avec l'association et dont les bénéfices lui sont reversés (20 000€ en 2023).

En 2024, l'occasion de la fête des mères et des pères, des donations de produits de la marque Beauty Success ont été offerts aux parents des enfants malades et au personnel soignant du Service d'Hématologie et d'Oncologie Pédiatrique de l'hôpital Armand Trousseau à Paris et du Service d'oncologie pédiatrique de l'Institut Curie à Paris.



Institut Bergonié

Depuis 2002 et à l'initiative de Nicole Georges, le groupe soutient l'Institut BERGONIE à Bordeaux, pour leur engagement auprès des malades pour la lutte contre le cancer. Au total, en 2023, 13 622€ ont été reversés à l'Institut Bergonié.



Association Féminité sans abri

À l'initiative des salariés du groupe, depuis 2018, plus d'une vingtaine de cartons de produits de beauté et d'hygiène ont été collectés au sein des sièges au profit de l'association Féminité sans abri.



D'autres associations sont soutenues par le groupe, qui s'engage particulièrement pour le sport (soutien de l'athlète Yoann KOWAL pour les JO 2024, associations sportives locales de Périgueux et Bordeaux...).

Via le Comité Handicap, épaulé par les responsables RSE et communication, des programmes de sensibilisation et d'engagements sont mis en place tout au long de l'année. En 2023 et sur les premiers mois de 2024, plusieurs actions ont été menées :

en **octobre**, avec une forte mobilisation autour d'Octobre Rose : campagne de sensibilisation en interne ; poursuite du Challenge "Mon Bonnet Rose" avec l'Association Mon Bonnet Rose - collecte de T-shirts pour les transformer en bonnets de chimio aux sièges et au sein des points de vente de nos enseignes, y compris des partenaires franchisés volontaires, tout au long du mois ; deux journées de sensibilisation #PinkDay aux sièges et en magasin ; le financement des participations de nos collaborateurs à l'évènement "Les Foulées Roses" de Bordeaux et Périgueux, avec une cinquantaine de coureurs.ses et marcheurs.ses dans les deux villes sur quatre dates ; et enfin, la mise en place d'un Jeu Concours destiné à nos collaborateurs en partenariat avec l'humoriste Caroline LE FLOUR pour remporter un des dix exemplaires de sa BD "La Chauve-Sourit";

en **novembre**, nos équipes (à 98% féminines) n'oublient pas nos collaborateurs masculins avec une campagne autour du mouvement "Movember" ou Novembre bleu, en partageant des informations et des témoignages ;

en **mars**, à l'occasion de la Journée internationale pour les droits des femmes, le Comité Handicap et le service RSE se sont engagés en faveur de la prévention et de la santé des femmes, via deux ateliers et une campagne de sensibilisation en partenariat avec l'association AVC24, l'AVC étant la 1^{ère} cause de mortalité chez les femmes en France en 2023.



Les équipes en point de vente pendant Octobre Rose avec la collecte de T-shirts Mon Bonnet Rose



L'équipe Féminité Sans Abri lors d'une distribution de nos dons de produits



Les actions et engagements du groupe

Responsabilité et qualité : préserver la santé et la planète

6. Les actions et engagements du groupe

Responsabilité et qualité : préserver la santé et la planète

Depuis sa création, le groupe a à cœur de se développer en **tenant compte de son impact sur la santé et l'environnement**. Plusieurs initiatives en interne et des actions et partenariats ciblées ont été entreprises et mises en œuvre au sein du groupe, qui souhaite aujourd'hui renforcer cette dynamique et son engagement en structurant ses actions au sein d'une politique RSE groupe. Pour ce faire, un bilan et diagnostic a été lancé en 2023 avec l'accompagnement de la mairie de Bordeaux.

Ce diagnostic nous a été précieux : il nous a permis de comprendre que sur le volet environnemental, l'entreprise avait déjà mis en place de bonnes pratiques, avec un score norme ISO 26000 de 48/100.

Nous souhaitons aller plus loin et sommes convaincus que pour embellir la vie, nous devons avant tout limiter notre impact sur la planète. **Pour NOVI, préserver les ressources et l'environnement est une responsabilité.**

Aujourd'hui, les actions du groupe NOVI s'articulent autour de divers piliers :

Limiter notre impact en privilégiant l'ancrage local et les circuits courts et en associant d'autres entreprises dans cette dynamique.

Prestations logistiques : notre plateforme logistique située au cœur du Périgord se développe et a ouvert ses portes aux entreprises régionales et nationales pour mutualiser les espaces de stockage, la mise en colis ainsi que l'acheminement ;

Nous mutualisons nos transports grâce aux actions que nous menons avec nos marques partenaires pour limiter l'émission de CO² ;

Nous privilégions des partenariats avec des fournisseurs et prestataires locaux.

1. Une politique de recyclage en mouvement

Depuis plusieurs années, diverses actions de recyclage ont été mises en œuvre au sein du groupe :

recyclage du verre issu de la parfumerie (env. 20 à 30T recyclées par an) ;

recyclage des emballages en magasin et des cartons (env. 70T recyclées par an): la très grande majorité des cartons et emballages sont reroutés vers notre plateforme logistique, dotée d'une presse hydraulique

pour compacter le carton et le plastique pour le revendre ensuite à l'association ARTEEC à Marsac sur l'Isle (24) dont l'action est de revaloriser les déchets par le biais de la réinsertion professionnelle de personnes en grandes difficultés ;

recyclage du bois : les palettes en bon état sont réutilisées pour le transport des marchandises ; cassées, elles sont recyclées et transformées en granulés pour les poêles à bois ;

recyclage des métaux, qui sont à 100% revendus et recyclés ;

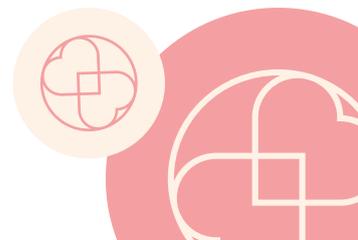
recyclage du matériel informatique et ménager ;

renouvellement de la stratégie de recyclage des déchets au sein des sièges avec la mise en place début 2023 du tri sélectif, y compris du compostage; nous travaillons à l'extension de cette stratégie à tous nos points de vente ;

installation, lorsque cela est possible, de mobilier recyclé (au sein des sièges, bureaux et du réseau intégré de magasins, instituts et centres bien-être).



Une salariée des bureaux de Cenon vide un bac à compost d'intérieur dans le composteur extérieur



2. Des actions éco-responsables

Le groupe s'est toujours efforcé, lorsqu'il était possible, de trouver et appliquer des solutions durables et respectueuses de l'environnement pour ses activités :

Dans un contexte de sobriété et optimisation énergétique, des efforts sont régulièrement entrepris au sein du groupe, en termes d'isolation, de chauffage, de climatisation et de consommation électrique. L'objectif est de réduire au maximum la consommation énergétique tout en préservant le confort de nos salariés et des clients dans nos magasins et instituts. Des dispositifs hydro-économiques ont été adoptés et depuis fin 2023, nos sièges sont équipés de fontaines à eau, avec l'élimination complète de l'usage de bouteilles plastiques et gobelets;

Notre projet d'installation de centrale photovoltaïque sur le terrain de notre siège de St Astier avance. Imaginée pour aménager un terrain non constructible (présence de vestiges du paléolithique), l'installation prévoit une puissance de 250kWc qui produira 296MW/an et qui permettra de couvrir 33% de la consommation électrique. L'installation devrait être prête à la rentrée 2024, avec, en parallèle, une stratégie pour faire évoluer les habitudes de consommation sur nos sites et mieux phaser la production et la consommation d'énergie;

Les équipes des marques propres travaillent sans cesse à l'évolution de nos packagings, afin qu'ils soient à minima recyclables voire complètement éco-conçus ; les sacs papier utilisés dans nos réseaux sont fabriqués en Europe à partir de papier certifié PEFC et réalisés avec une colle et une encre végétale - nous choisissons pour cela des fournisseurs certifiés; nos enseignes, en particulier Beauty Success, privilégient les partenaires qui partagent notre vision de l'engagement, comme Nanotera (médaillée d'Or Ecovadis 2022, membre Global Compact), ou encore Proformats (certifiés PEFC et FSC);

Démarche de réduction des emballages cadeaux (enseigne Beauty Success) : les coffrets cadeaux sont payants et réutilisables par les clients, qui peuvent également opter pour un *furoshiki* (emballage zéro déchet) ;

Les équipes marketing ont choisi des PLVs 100% éco-conçues et 90% recyclable ; dans un souci d'optimisation et de mutualisation, depuis le début de l'année 2024, NOVI met à disposition de ses partenaires marques sa logistique retour. Cela se concrétise notamment par le rapatriement des PLVs marques non recyclables par les voies classiques, sur le dépôt logistique NOVI, afin que les marques puissent récupérer leurs PLVs en un point de collecte (vs. une multiplicité de magasin) et ce afin de les *upcycler*;

Dans la mesure du possible, nous nous engageons à limiter et privilégier les goodies durables (fabrication, matériel, utilisé...).

Depuis 2014, le groupe réalise son Bilan des émissions de gaz à effet de serre Scope 1 & 2. En 2024, le Bilan Carbone, réalisé avec l'aide de la plateforme Carbo, est étendu au Scope 3. Cela va permettre au groupe de définir une trajectoire de réduction des gaz à effet de serre et de prioriser ses actions sur le sujet.

3. Des actions éco-engagées



Après avoir soutenu pendant près de trois ans le programme "Ici on sème" de Pur Projet (protection de l'écosystème et la biodiversité des territoires français, avec le financement de la plantation d'arbres sur 3 domaines viticoles et agricoles de France - soit près de 2133 arbres de 45 espèces différentes, ainsi que 8 hectares de bandes fleuries en Méditerranée), l'enseigne et la marque-enseigne Beauty Success ont choisi de soutenir l'Association **A Tree For You** en 2023.

Association à but non lucratif, A Tree for You œuvre en faveur d'un développement humain en harmonie avec l'environnement. Depuis 2017, l'association mène des projets de plantation d'arbres de manière équitable en France et dans le monde, en travaillant en étroite collaboration avec les ONG et les communautés locales. L'association permet à des particuliers, des institutions et des entreprises de soutenir ses projets de plantation. Les projets mis en œuvre et suivi dans le temps apportent un impact à long terme pour les générations futures : stabilisation des sols, lutte contre le dérèglement climatique, résilience des communautés locales, enrichissement de la biodiversité, régulation du cycle de l'eau. Avec A Tree For You, Beauty Success finance le projet de plantation de 1757 arbres en situation stable au milieu des vignes en Saint-Emilion, sur les domaines de Corneil.



Depuis 2023, NOVI s'est associé à l'apiculteur Paul Thirion (Bergerac): près de 20 ruches ont été installées sur un terrain annexe au siège de St Astier. Un projet que le groupe souhaiterait poursuivre en plantant des bandes fleuries pour favoriser la pollinisation, et protéger les abeilles des frelons asiatiques grâce à des dispositifs spécifiques. A Noël, des pots de miel des ruches de notre apiculteur sont offerts à nos collaborateurs et à nos partenaires, et sont mis à disposition toute l'année au sein de nos sièges pour l'usage de nos salariés.

4. Engagement envers les consommateurs :

Nous cherchons à proposer le meilleur de nous à nos clients, et cet engagement, nous tenons à l'adresser au plus grand nombre. Nous souhaitons embellir la vie partout où elle se trouve, jour après jour, dans le plus petit village, au fond du cœur le plus timide, sur la peau la plus sensible. Nous veillons à ce que nos actions puissent donner ou redonner des sourires, participer à aider et soutenir, à préserver nos corps et nos ressources.

Le Groupe vise à :

Informier le client pour permettre un choix éclairé et promouvoir la transparence

Faire évoluer l'offre de produits pour proposer une gamme de beauté responsable

S'assurer du respect des règles précises garantissant l'intégrité de la marque vis-à-vis des consommateurs.

La formulation de nos produits marque-enseigne et de nos marques tendent de plus en plus vers la naturalité, le bio et/ou le végan. Depuis 2019, la marque Beauty Success est présente sur le marché avec une gamme de soins certifiés CosméBio et s'est fixée des objectifs de naturalité ambitieux pour toutes ses gammes maquillage, soin, bain. Le groupe a renforcé son offre de marques bio ou naturelles, avec l'acquisition de Pur Eden et Les Senteurs Gourmandes en 2022. Nos marques propres travaillent également sur des gammes rechargeables pour nos produits.

Enfin, nous nous attachons à mettre en avant les marques locales, via des programmes comme "La Beauté engagée" et "Beautés de nos régions" dont l'enseigne Beauty Success est pionnière.

Pour guider ses clients dans le choix d'une beauté responsable, l'enseigne a créé le programme "La Beauté engagée" qui permet, en magasin comme sur le site internet, de proposer une sélection de produits engagés correspondant aux attentes de chacun. Une sélection sur-mesure mettant en avant des produits certifiés bio, végan ou composés d'au moins 95% d'ingrédients naturels. L'enseigne a également choisi de mettre l'accent sur les produits rechargeables afin de sensibiliser à la réduction des déchets. Toujours dans cette volonté de limiter son impact, la marque Beauty Success privilégie des packagings recyclés et recyclables. La composition des produits Beauty Success se veut, au fil des années, de plus en plus transparente. Aujourd'hui, la gamme Beauty Success est en grande majorité fabriquée en France et composée de plus de 95% d'ingrédients d'origine naturelle. Via son programme, et une communication B2C dédiée, Beauty Success encourage quotidiennement sa clientèle à la suivre dans cette dynamique en l'invitant à



adopter des gestes simples pour participer, à son niveau, à la protection du monde d'aujourd'hui et de demain. Cela passe par exemple par l'incitation au recyclage : depuis plusieurs années, Beauty Success offre un bon d'achat de 5€ pour tout flacon de parfum vide rapporté en magasin. Il est aussi question de limiter la production de déchets et la pollution générée par les sacs papier (certifié FSC) à usage unique et les tickets de caisse (ticket dématérialisé proposé aux clients). Pour tenter de pallier cela, l'enseigne propose depuis plus d'un an des emballages réutilisables tels que des boîtes rigides et des emballages tissus (*furoshiki*). Enfin, les ambassadrices et équipes Beauty Success partagent leurs meilleurs conseils éco-beauté, à retrouver sur les réseaux sociaux de l'enseigne.

L'enseigne a également lancé le programme "Beautés de nos régions", à travers lequel nos équipes proposent une sélection de produits de marques locales, dont la fabrication est française et respectueuse de la nature. Ainsi, aussi bien sur le site qu'en point de vente, on peut retrouver facilement cette sélection qui, bien entendu, varie en fonction de la localisation des magasins, se base sur des circuits courts pour mettre en valeur la beauté et richesse de nos savoir-faire.



SUIVEZ NOS ACTUALITES

www.groupe-novi.com



Bureau de Cenon

12 Rue Condorcet
33150 Cenon

Bureau de Valence

32 Rue Jean Jullien Davin
26000 Valence

Siège de Périgueux

1 rue des Lys - Parc d'activités Astier Val
CS 30040 - 24110 Saint-Astier

Bureau de Toulouse

250 rue de l'Ormière
31380 Montastruc la Conseillère

Bureau d'Agen

Chez PPN, ZAC Agropole
Lieu-dit Saylat, 47310 Estillac