

LOVE SUSTAINABILITY

Vers Un Avenir Plus Durable



lovesustainability.com



Let's do this together

NOTRE PLANÈTE

EST UN SYSTÈME COMPLEXE ET FRAGILE

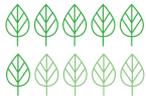
Un système qui dépend de tout pour fonctionner, des plus petites bactéries du sol aux gigantesques baleines bleues. Un système qui est considérablement perturbé par les opérations commerciales.

Les scientifiques se penchent de plus en plus sur l'effet que nous avons sur le taux d'extinction des espèces¹, l'eau de pluie et les océans sont acides² et des particules de plastique se retrouvent désormais dans le sang des humains³.



- ! **Nous, les humains et notre planète, nous trouvons actuellement dans une période charnière et nous devons agir sans plus tarder.**
- **Nous devons discuter franchement de l'état de la planète, et accepter les conséquences de nos actions.**
- **Nous pouvons être la génération qui décide de reboiser la planète afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre⁴.**
- **Nous pouvons être les entreprises citoyennes responsables qui lancent un processus de plusieurs décennies visant à changer radicalement la manière dont nous utilisons les ressources naturelles, dont nous alimentons nos industries et dont nous gérons nos déchets.**
- **Nous pouvons être les précurseurs novateurs qui récupèrent les plastiques et la pollution qui se sont déversés dans nos océans, ont été enterrés dans notre sol et ont obscurci notre ciel.**

Ou nous pouvons ne rien faire.



En 2019, **59 % des entreprises déclaraient** avoir mis en place des initiatives internes en matière de **développement durable**⁵.

LA **RÉALITÉ DURABLE** DE L'INDUSTRIE D'AUJOURD'HUI

Les entreprises sont poussées par leurs clients et leur personnel à démontrer leur crédibilité en matière d'écologie. Mais l'absence de pratiques transparentes et d'une définition claire du terme « vert » entraînent une certaine confusion et frustration des entreprises et des consommateurs quant aux pratiques vraiment durables.

Nous devons accepter le fait qu'aucune entreprise ne sera peut-être jamais totalement durable sur le plan environnemental, mais nous pouvons tous faire notre part pour minimiser cet impact.

Faire preuve de transparence, voilà un bon point de départ. Nous devons ouvrir nos yeux sur la réalité actuelle et définir les actions à prendre pour faire bouger les choses.

Nous sommes en pleine crise climatique⁶.

Nos collaborateurs, nos clients, et nos familles seront tous inévitablement touchés. Nous devons tous agir, aussi bien d'un point de vue individuel que commercial.



COMMENT LES ENTREPRISES PEUVENT-ELLES **AVOIR UN IMPACT MAXIMAL ?**

Le développement durable est un enjeu complexe et qui peut être source de frustration.

Selon le Larousse, la « durabilité » est le « caractère de ce qui est réalisé selon les critères du développement durable », tandis que l'adjectif « durable » caractérise tout ce « qui prend en compte l'avenir de la planète. » L'industrie humaine n'étant pas naturelle, elle ne peut restituer la totalité des ressources qu'elle utilise.

Aucune entreprise ne sera jamais totalement durable sur le plan environnemental, pas aujourd'hui et peut-être même jamais. Pourtant, les entreprises (et les personnes qui y travaillent) veulent faire davantage pour le développement durable.

Il existe de nombreux facteurs à prendre en compte lorsqu'une entreprise décide de mettre en œuvre des changements pour favoriser le développement durable. Des données utiles et efficaces peuvent être difficiles à interpréter et des termes fourre-tout tels que « vert » peuvent avoir des définitions différentes selon les entreprises, les institutions... et les professionnels du marketing. Dans le même temps, les recherches indiquent « une augmentation significative de la demande d'emplois verts » et la nécessité de combler un déficit de compétences identifiables.

Les entreprises doivent se concentrer sur l'amélioration constante de la durabilité de leurs processus commerciaux. Il convient d'apporter des améliorations progressives fondées sur l'expertise, les compétences opérationnelles et le partage des connaissances. Ainsi, lorsque des changements sont effectués, ils sont efficaces, et lorsqu'une entreprise délivre un message de durabilité, celui-ci est clair pour les clients.

Aujourd'hui, que ce soit pour les législateurs, les clients, le personnel ou les trois, près de 60 % des entreprises ont déclaré avoir mis en place une forme d'initiative interne visant au développement durable.

Une solution s'offre pourtant aux entreprises : s'améliorer progressivement. Et les entreprises citoyennes ont un avantage notable sur les citoyens lambda quant à la portée à laquelle ces changements peuvent être appliqués. Un citoyen qui met en place un changement au niveau domestique (par exemple, commencer à trier les déchets ou investir dans les énergies renouvelables) améliore le développement durable dans son foyer.

Une entreprise qui effectue le même changement le fait à une échelle bien plus grande,
amplifiant même les petits changements en une amélioration significative pour elle-même et pour les entreprises avec lesquelles elle collabore.

L'INITIATIVE « LOVE SUSTAINABILITY » DE RCP

Chez Rubbermaid Commercial Products LLC (RCP), qui fait partie de Newell Brands Inc. (Newell), nous prenons la responsabilité citoyenne, y compris la durabilité écologique, au sérieux. RCP s'engage à créer des solutions durables et innovantes dans toutes ses installations afin de réduire au minimum l'utilisation des ressources de notre planète.

L'initiative « Love Sustainability » représente le premier pas de RCP vers un objectif clair : minimiser son impact sur l'environnement. Nous n'avons pas la prétention d'offrir toutes les réponses aujourd'hui, mais nous avons commencé. Tout au long de ce document, **nous vous expliquerons notre engagement envers les valeurs fondamentales de Newell** :



FRANCHISE



TRANSPARENCE



TRAVAIL D'ÉQUIPE



CONFIANCE

Cette initiative définit nos engagements envers la planète

et nos partenaires, car nous aidons les entreprises à atteindre leurs objectifs en matière de développement durable grâce à des formations, des outils et des produits, tout en continuant nous-mêmes à avancer.

NOTRE MISSION DANS LE CADRE DE CE PROGRAMME

En tant que leader mondial de la conception, fabrication et fourniture de produits de nettoyage, d'hygiène et de gestion des déchets, RCP a conscience de l'importance de son rôle en matière de développement durable, au début du processus et à la fin : protéger les ressources et réduire les déchets.

Aujourd'hui, nous fabriquons des produits durables à la pointe du secteur. Lorsqu'un produit a une longue durée de vie, vous éliminez la nécessité d'acheter de potentiels articles de remplacement, mais vous évitez également le gaspillage et l'utilisation de ressources pour le réusinage. La durabilité est une forme de développement durable qui minimise immédiatement l'impact écologique.

Mais nous pouvons faire plus.

En adoptant les valeurs de Newell, RCP entame la prochaine phase de son initiative.

Si une partie de cet engagement concerne des changements au sein de l'entreprise, nous nous engageons également à participer à un effort concerté pour que les entreprises améliorent leur durabilité, non seulement par le biais de produits, mais aussi de ressources et d'outils éducatifs.

**CAR LORSQUE LES ENTREPRISES FONT
PROGRESSER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE,
NOUS EN PROFITONS TOUS.**





L'ENGAGEMENT



CONTINU DE RCP ENVERS VOUS

« Notre initiative Love Sustainability est la première étape dans laquelle nous vous impliquons, vous, nos clients, dans tout ce que Rubbermaid Commercial Products (RCP) fait au niveau mondial pour s'assurer que nous menons nos activités de la manière la plus durable possible.

RCP est connue pour développer des produits très durables qui résistent à l'épreuve du temps, ce qui signifie moins de réusinage, moins de transport et moins de stockage nécessaires que les alternatives de moindre qualité qui doivent être remplacées régulièrement. Et tout cela est plus respectueux de la planète. Nous savons, en tant qu'entreprise manufacturière, que nous ne devons pas nous arrêter là.

« Les valeurs de Newell (franchise, transparence, travail d'équipe et confiance) sont des valeurs fondamentales que nous plaçons au cœur de cette initiative.

Investir dans des solutions durables n'est pas seulement pertinent et juste, mais est impératif pour la valeur à long terme et la viabilité de nos ressources, de notre personnel, de nos communautés et de nos activités. »



Mike McDermott

CEO, Commercial Group, Newell Brands

AGISSONS ENSEMBLE

NOTRE CADRE ET NOTRE FEUILLE DE ROUTE DE DURABILITÉ

Notre initiative s'articule autour de 5 axes :

Produits, certification et innovation, emballage, opérations, culture et sensibilisation.



Produits, certification et innovation

Nous avons mis en place 6 mesures pour le développement durable (DFS - Design for Sustainability) :



LONGÉVITÉ DU PRODUIT

Des produits de haute qualité qui résisteront à l'épreuve du temps, aussi bien sur le plan fonctionnel que sur le plan esthétique. **Achetez mieux, gaspillez moins.**



EFFICACITÉ DU SYSTÈME

Conçu pour prévenir ou minimiser le gaspillage des ressources à chaque phase du cycle de vie, y compris dans les établissements du client.



CHOIX DE MATÉRIAUX RESPONSABLES

Des matériaux qui minimisent l'épuisement des ressources naturelles et dont l'approvisionnement est responsable.



CONSIDÉRATION DE FIN DE VIE

Promouvoir la circularité et minimiser les impacts environnementaux en fin de vie d'un produit. Dans la région EMEA, nos systèmes de recyclage ont permis d'améliorer les taux de recyclage de 47 % et de réinjecter 500 tonnes de « déchets généraux » vers l'économie circulaire



RECONSIDÉRER NOTRE OFFRE

Des moyens alternatifs qui répondent aux besoins des clients et qui réduisent les conséquences environnementales.



MODULARITÉ ET COMPATIBILITÉ

Conception modulaire pour augmenter la durée de vie d'un produit ou lui donner une seconde vie. Les produits à la conception modulaire sont plus susceptibles d'être réparés ou mis à niveau. Ainsi, leur durée de vie est plus longue, ils sont plus efficaces à fabriquer et sont plus facilement remis à neuf, reconditionnés ou recyclés.



Depuis 2019, Newell est membre de la « **Sustainable Packaging Coalition** ». RCP s'est aligné sur la mission et la vision de cette organisation, à savoir un monde où les emballages sont approvisionnés de manière responsable, sont optimisés pour une efficacité optimale et sont récupérés autant que possible.

Emballages

Pour les emballages, nous nous référons aux mesures DFS : efficacité du système, choix de matériaux responsables et considérations sur la fin de vie.

Choisir nos matériaux avec soin et chercher à les minimiser sans compromettre l'intégrité sont deux facteurs essentiels de notre approche en matière de conception d'emballages durables. En ce qui concerne l'utilisation des matériaux d'emballage, RCP s'attache à 1) n'utiliser que les matériaux dont nous avons besoin, 2) s'approvisionner de manière responsable, par exemple en investissant dans des plastiques recyclés et des fibres durables, et 3) s'assurer que les emballages ont une seconde vie ou retournent vers l'économie circulaire en fin de vie.

Moyens

Afin de réduire notre impact sur l'environnement, Newell cherche à améliorer l'efficacité énergétique de ses installations et investit pour la première fois dans les énergies renouvelables. Dans le même temps, RCP considère installer des solutions d'énergie renouvelable pour certains de ses sites de fabrication européens.

L'objectif de notre travail de conformité sociale est de nous approvisionner de manière responsable auprès de fournisseurs qui respectent le code de conduite de Newell, tout en améliorant la satisfaction de nos clients et de nos utilisateurs finaux.

Culture

Nous voulons être un employeur de référence et un lieu de travail, de croissance et d'épanouissement d'exception. Nous nous engageons à investir dans notre personnel, à favoriser un environnement qui encourage la transparence et la communication et à instaurer une culture basée sur la diversité et l'inclusion.

Notre objectif est d'expliquer à nos collaborateurs notre orientation et nos objectifs en matière de développement durable, et ce dès leur entretien et leur processus d'intégration.

Sensibilisation

RCP a pour objectif d'informer et de sensibiliser ses collaborateurs, ses partenaires de distribution et les personnes dans les installations des utilisateurs finaux au développement durable en général et à ses initiatives en la matière grâce à un leadership éclairé et des programmes locaux et pertinents.

Citons comme exemples récents le programme « Love Recycling » dans la région EMEA, « Recicemos Juntos » dans la région LATAM, « SmartApp » et « SmartClean » dans la région APAC et « Frontline Heroes » en Amérique du Nord.

Pour que notre initiative « Love Sustainability » soit une réussite, nous devons collaborer avec tous nos partenaires principaux, mais surtout avec nos clients à travers le monde. Nous devons faire converger notre réflexion durant cette période de crise pour la planète.



¹²Our Vendor Code of Conduct establishes the standard of conduct we expect from our suppliers in several areas, including human rights, labor, environmental compliance, and management practices. In addition, our Responsible Sourcing Manual provides detailed, technical specifications for factory standards, as well as corrective actions suppliers can take should they fail to meet those standards. We are constantly updating and evolving our standards and our Vendor Code of Conduct to keep pace with emerging issues, regulations, and customer expectations. In 2021, we updated our Vendor Code of Conduct to solidify our position on zero-tolerance issues, and to incorporate our expectations that suppliers do not charge recruitment fees to workers.

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

« LOVE SUSTAINABILITY » DE RCP

En tant qu'une des marques emblématiques de Newell, Rubbermaid Commercial Products s'aligne sur les objectifs de responsabilité citoyenne tels que définis dans le rapport 2021 Corporate Citizenship Report, publié en mars 2022 (voir ci-dessous). RCP s'engage également à développer et à suivre des objectifs en lien avec son portefeuille de produits (et bien sûr aux opérations, emballages et certifications associés). Ces objectifs seront partagés dans le cadre des mises à jour de notre initiative au cours des cinq prochaines années.

 OBJECTIF	 DATE D'ÉCHÉANCE	 PROGRÈS RÉALISÉS EN 2021
PRODUITS, CERTIFICATION ET INNOVATION		
Toutes les innovations de nouveaux produits doivent inclure au moins une des six stratégies de durabilité.	2022	CONTINU
EMBALLAGES		
S'approvisionner intégralement en emballages à base de papier provenant directement de sources certifiées, vérifiées ou recyclées.	2025	90% EN AMÉRIQUE DU NORD
Cesser l'utilisation du PVC et du PSE pour tous les emballages.	2025	NOUVEL OBJECTIF
Utiliser au moins 20 % de matières d'origine non vierge (contenu recyclé) dans les emballages plastiques des biens manufacturés de Newell.	2025	NOUVEL OBJECTIF
MOYENS		
Réduire les émissions de GES de scope 1 et 2 de 30 % (base de référence 2016).	2025	28%
Réduire de 90 % les déchets mis en décharge en contrôlant nos pratiques actuelles en matière de déchets et continuer à mettre en œuvre l'utilisation de solutions de recyclage RCP dans l'ensemble de nos installations.	2025	58%
Produire 30 % de l'électricité de l'industrie manufacturière de Newell à partir de sources renouvelables.	2030	8%
Atteindre la neutralité carbone pour toutes nos émissions de scope 1 et 2 à travers notre portefeuille mondial sur tous les sites de fabrication, de distribution, de stockage et nos bureaux.	2040	NOUVEL OBJECTIF
CULTURE		
Nous générerons un rapport annuel présentant nos progrès et nos performances par rapport à nos objectifs.	2023	1 ^{ER} RAPPORT ANNUEL : 2023
SENSIBILISATION		
Nous serons ouverts et honnêtes dans nos communications. Nous ne ferons JAMAIS de greenwashing.	2022	CONTINU



lovesustainability.com



Let's do this together