

Informe de misión 2024

Ayudar a las personas a crear su propio bienestar



Sumario

Editorial	3	COMPROMISO 1	9	COMPROMISO 3	22
Nuestra misión: ayudar a las personas a crear su propio bienestar	4	<i>Nuestros avances en nuestra oferta dermocosmética</i>	10-11	<i>Encarnar la simetría de la atención con nuestra misión en nuestras políticas sociales</i>	23
Los objetivos sociales y medioambientales asociados a nuestra misión	5	<i>Una evolución de nuestro posicionamiento a favor del bienestar con la edad</i>	12	<i>Nuestros avances en igualdad laboral, diversidad e inclusión</i>	24
Nuestro Comité de misión: un órgano que sigue alimentando nuestro propósito y nos permite avanzar	6	<i>Nuestros avances en nuestra oferta de activos naturales cosméticos y nutracéuticos</i>	13	<i>Hacer que nuestros empleados y nuestras empleadas sean protagonistas de una empresa más inclusiva y solidaria</i>	25
Los miembros de nuestro Comité de misión	7	<i>Tabla resumen de indicadores por objetivo</i>	14-15	<i>Tabla resumen de indicadores por objetivo</i>	26
2025, un año clave	8	COMPROMISO 2	16	COMPROMISO 4	27
		<i>Mantener el impulso para alcanzar nuestro objetivo de reducir nuestra huella de carbono</i>	17-18	<i>Reforzar el acompañamiento a nuestros proveedores</i>	28
		<i>Integrar la preservación y restauración de la biodiversidad en todos nuestros proyectos</i>	19	<i>Experimentar para inventar colectivamente nuevos modelos de negocio y soluciones comunes</i>	29
		<i>Cuatro ejes: reducción del consumo, reutilización, reciclaje y reutilización fuera de las instalaciones</i>	20	<i>Mobiliser nos filiales pour soutenir la parentalité</i>	30
		<i>Tabla resumen de indicadores por objetivo</i>	21	<i>Tabla resumen de indicadores por objetivo</i>	31
				Conclusión del Comité de misión	32



Editorial



JEAN-PAUL BERTHOMÉ,
Presidente de *Laboratoires*
Expanscience

El año 2024 ha supuesto el comienzo de una nueva etapa en nuestro camino como empresa con propósito y cierra un primer ciclo de tres años desde la evolución de nuestro estatus en 2021. En un contexto de retroceso de las regulaciones medioambientales, seguimos más que nunca fieles a nuestra voluntad, desde hace más de 20 años, de conciliar el rendimiento económico con el compromiso ambiental, social y societal. Ser una empresa con propósito guía y alimenta cada día la evolución de nuestro modelo para convertirnos en una empresa de impacto positivo y con un enfoque regenerativo hacia el horizonte 2030-2040.

Hemos recorrido un largo camino en estos tres últimos años, gracias al compromiso de nuestros equipos, al asesoramiento experto de nuestro Comité de misión y a las alianzas forjadas con nuestro ecosistema.

En primer lugar, nuestra oferta sigue evolucionando y estructurándose, para cumplir nuestro objetivo de ofrecer productos y servicios útiles para el bienestar, diseñados de forma eco-socio-responsable y cada vez más inspirados en la vida. En concreto, hemos reforzado nuestro enfoque de diseño eco-socio-responsable mediante la internalización del análisis del ciclo de vida (ACV). También, hemos consolidado nuestra posición como actor integral en el ámbito del bienestar y la salud con una nueva oferta de productos y servicios dedicados al bienestar en la tercera edad y hemos lanzado Gaïaline^[1], nuestro primer activo cosmético procedente de una iniciativa local de agricultura de conservación del suelo.

Además, seguimos trabajando para alcanzar nuestros objetivos de descarbonización. Desde 2023, nuestra trayectoria de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero está validada por la iniciativa *Science Based Targets*^[2]. En 2024, iniciamos varios proyectos importantes, incluido el establecimiento de una contabilidad de carbono integrada. También llevamos a cabo nuestra primera medición de la huella de biodiversidad en 2023, lo que nos ayuda a tener en cuenta este reto de forma más precisa en nuestros proyectos. Los retos climáticos y de biodiversidad deben tratarse de manera conjunta, ya que están íntimamente relacionados.

Entre nuestros motivos de orgullo, también se encuentra el haber puesto en marcha medidas destinadas a reforzar el bienestar de los empleados y las empleadas de Expanscience mediante la formalización de una base de protección social común a todas nuestras filiales, caracterizada por compromisos firmes y pioneros en materia de parentalidad y salud en el trabajo.

Por último, seguimos aprovechando la fuerza del colectivo para inventar nuevos modelos de negocio más justos y colaborativos. En el consorcio Pharma-Recharge, seguimos trabajando para desarrollar una oferta de productos de higiene y cuidado en formato recargable en farmacias, en colaboración con nuestros competidores. En 2024, nos unimos al consorcio TRASCE^[3], creado por FEBEA^[4] para acelerar la transformación sostenible de los sectores y la trazabilidad de las cadenas de suministro junto con otros líderes de la industria cosmética. Tras participar en el primer programa CEC (Convención de Empresas para el Clima) con nuestra marca Mustela^[5], nos hemos comprometido con el programa CEC Agri-Agro, cuyo objetivo es acercar e implicar a todos los tipos de agricultura, con sus cadenas de valor, para dar un giro hacia un enfoque más inclusivo y una economía más regenerativa.

Todos estos avances refuerzan la aplicación concreta de nuestra misión: ayudar a las personas a crear su propio bienestar. Somos conscientes de que nuestra transformación para convertirnos en una empresa con impacto positivo y vocación regeneradora es una carrera de fondo. Todavía nos queda mucho por hacer y, para ello, seguiremos apoyándonos en la fuerza del colectivo —nuestros equipos, nuestros proveedores y socios y, por supuesto, nuestro Comité de misión—, pero también continuaremos cooperando con nuestros competidores para cambiar las reglas del juego en el mercado. En 2025, la actualización de nuestra hoja de ruta impACT será nuestra nueva brújula, aún más ambiciosa, que nos guiará en este camino.

^[1] Activo para proteger el cabello y ralentizar el envejecimiento de la piel.

^[2] <https://sciencebasedtargets.org/>

^[3] TRASCE (TRaceability Alliance for Sustainable CosmEtics): consorcio que reúne a empresas de la industria cosmética para acelerar la transformación sostenible de los sectores.

^[4] Fédération des Entreprises de la Beauté: <https://www.febea.fr/>

^[5] Encuentre la hoja de ruta de Mustela en las páginas 88 y 89 del Informe final de la primera Convención de Empresas por el Clima en el sitio web cec-impact.org y en el siguiente enlace: <https://cec-impact.org/non-classe/rapport-final-de-la-premiere-convention-des-entreprises-pour-le-climat/>

Nuestra misión: “ayudar a las personas a crear su propio bienestar”

Nuestra razón de ser, recogida en nuestros estatutos como empresa con una misión o propósito, es ayudar a las personas a crear su propio bienestar, porque todos estamos convencidos de que la salud y el bienestar de las personas son indisolubles de la salud del planeta y que las empresas tienen un papel clave que desempeñar para preservarla.

El concepto de bienestar es muy amplio. Hace referencia tanto a dimensiones universales, compartidas por la mayoría de las culturas y sociedades del mundo (salud física y mental, relaciones sociales, autonomía, realización personal), como a representaciones únicas, propias de cada individuo.

En consonancia con la definición de salud propuesta por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el bienestar defendido por Laboratoires Expanscience es un bienestar global, para cada persona, en cada etapa de la vida: más allá de la ausencia de enfermedad, defendemos «un estado de completo bienestar físico, mental y social».

Queremos que todo el mundo cuente con los medios necesarios para velar por su propio bienestar.

Por eso actuamos en varias esferas:

→ el bienestar de las familias,

ofreciendo productos y servicios de acompañamiento que contribuyen a la tranquilidad de los padres y las madres, con nuestras marcas Mustela y Babo Botanicals

→ el bienestar con la edad,

con una nueva oferta dedicada que transforma la relación con la edad aportando una visión global y positiva, y que ofrece soluciones de salud y bienestar que ayudan a cada persona a conservar su agilidad física, mental y social, con nuestras marcas Lana y nuestros medicamentos y dispositivos médicos

→ el bienestar de cuerpo y mente,

ofreciendo lo mejor de la naturaleza con nuestros activos cosméticos.

Nuestro enfoque nos compromete asimismo a actuar en favor del bienestar colectivo, que integra tanto lo que contribuye a la salud del planeta como a la de las comunidades con las que trabajamos.

Para nosotros, esta salud colectiva es indisoluble del bienestar individual.

También es indisoluble de la salud del planeta, porque es hora de dejar de pensar en la salud humana y en la salud del planeta por separado. Así que, cuando hablamos de bienestar, también estamos pensando en la interdependencia de los seres humanos y el planeta, tanto individual como colectivamente. Hacemos nuestra la cita de Heráclito:

“La salud humana es un reflejo de la salud de la Tierra”.



Los objetivos sociales y medioambientales asociados a nuestra misión

COMPROMISO 1

→ **IDEAR PRODUCTOS Y SERVICIOS ÚTILES PARA EL BIENESTAR, DE DISEÑO ECOSOCIAL Y CADA VEZ MÁS INSPIRADOS EN LA NATURALEZA Y EN LOS SERES VIVOS.**

Porque queremos seguir desarrollando un enfoque cada vez más natural de la salud, con productos y servicios que mejoren el bienestar de quienes los utilizan, ya sea física o mentalmente, y que tengan una huella medioambiental cada vez menor (composición, envasado, usos, etc.).

OBJECTIVOS:

- 1** Aplicar un enfoque de ecosocio-diseño a todas nuestras actividades
- 2** Aumentar la naturalidad de nuestros productos
- 3** Desarrollar nuestro catálogo de productos y principios activos ecológicos y de comercio justo
- 4** Inspirarnos cada vez más en la naturaleza y el mundo vivo para nuestras innovaciones
- 5** Ofrecer productos y servicios útiles que contribuyan al bienestar

COMPROMISO 2

→ **CONTRIBUIR A LA CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS CLIMÁTICOS PLANETARIOS, A LA PROTECCIÓN Y A LA REGENERACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD.**

Porque el bienestar de las personas está indisolublemente ligado al del planeta, nos comprometemos en la lucha contra el cambio climático, que va de la mano de la protección y regeneración de la biodiversidad.

OBJECTIVOS:

- 1** Reducir nuestra huella de carbono de acuerdo con los Science Based Targets (Objetivos Basados en la Ciencia) en los scopes 1, 2 y 3
- 2** Preservar y restaurar la biodiversidad en nuestras actividades en toda nuestra cadena de valor

COMPROMISO 3

→ **AYUDAR A NUESTROS EMPLEADOS A SER ACTORES DE SU PROPIO DESARROLLO Y CONSTRUIR CON ELLOS UNA EMPRESA MÁS INCLUSIVA Y SOLIDARIA.**

Porque creemos que ayudar a los individuos a dar forma a su propio bienestar es nuestro primer compromiso con nuestros empleados/as, a través de políticas sociales ambiciosas (salud, diversidad, inclusión y equidad, etc.) y ofreciéndoles la oportunidad de implicarse en los proyectos de la empresa, en conexión con las comunidades locales de los países en los que operamos.

OBJECTIVOS:

- 1** Poner en marcha una estrategia global de bienestar y dar ejemplo en términos de paternidad, salud en el trabajo y personas mayores
- 2** Definir políticas y diversidad e inclusión para todos

COMPROMISO 4

→ **MOVILIZAR A NUESTRAS COMUNIDADES Y NUESTRO ECOSISTEMA PARA CONSTRUIR JUNTOS UN MODELO DE NEGOCIO CON UN IMPACTO POSITIVO EN LA SOCIEDAD, LAS PERSONAS Y SU ENTORNO.**

Porque estamos convencidos de que la innovación abierta y la colaboración con todas nuestras partes interesadas son fundamentales para avanzar hacia soluciones innovadoras y virtuosas que contribuyan al bienestar colectivo, en un momento en que los retos sociales, societales y medioambientales se aceleran y se vuelven cada vez más complejos.

OBJECTIVOS:

- 1** Encarnar un nuevo modelo empresarial
- 2** Apoyar y movilizar a nuestros proveedores para lograr un impacto social y medioambiental positivo
- 3** Apoyar una causa importante vinculada a la paternidad
- 4** Movilizar a nuestras comunidades y nuestros ecosistemas

Nuestro Comité de misión: un órgano que sigue alimentando nuestro propósito y nos permite avanzar

Desde que Expanscience se convirtió en una empresa con una misión en 2021, su Comité de misión, compuesto por miembros externos e internos, nos acompaña y desempeña un papel esencial: el de impulsar nuestras prácticas, orientarnos en nuestra transformación y garantizar el cumplimiento de nuestra misión.

¿Cuál es la función legal del Comité de misión?

Según la ley PACTE, el Comité de misión:

- es independiente de los órganos sociales de la sociedad
 - debe contar con al menos una colaboradora o un colaborador
 - es el único responsable de supervisar la ejecución de la misión
- presenta anualmente un informe adjunto al informe de gestión a la junta encargada de aprobar las cuentas de la sociedad
 - realiza todas las verificaciones que considere oportunas y solicita todos los documentos necesarios para el seguimiento de la ejecución de la misión.



Los miembros de nuestro Comité de misión

En 2024 nuestro Comité de misión ha evolucionado para enriquecerse con conocimientos complementarios. Actualmente está compuesto por:



FABIENNE COURNARIE
directora de Prevención
Sanitaria, Prevención Plural,
Grupo INTÉRIALE



HÉLÈNE LERICHE
doctora en veterinaria y doctora
en ecología, profesora consultora
en AgroParisTech



PIERRE-YVES GOMEZ
economista, doctor en gestión
y profesor emérito de la Emlyon
Business School (presidente
de nuestro Comité de misión)



ÉLISABETH LAVILLE
fundadora de UTOPIES, agencia de consultoría en
estrategia de RSE (think-tank francés y agencia pionera
en consultoría y estrategias de desarrollo sostenible
desde 1993)



FRANÇOIS GEMENNE
especialista en cuestiones de geopolítica
medioambiental y migraciones, autor principal del IPCC,
profesor de HEC París, investigador cualificado del
FNRS en la Universidad de Lieja (Bélgica) y director del
Observatoire Hugo



ANGÉLINE ROCHERIEUX
responsable de marketing para
grandes cuentas en Francia,
Expanscience



SÉBASTIEN DEBROCK
director general de Deshidratados Tropicales,
entidad de transformación vegetal
de Expanscience en Lima

2025, un año clave



Desde 2021 nuestros objetivos estatutarios traducen nuestra razón de ser en acciones concretas y nos guían en nuestro camino para convertir a Expanscience en una empresa con un impacto positivo y un enfoque regenerador de cara a 2030-2040. Estos objetivos se han definido en consonancia con nuestra estrategia impACT. Elaborada con nuestros equipos, esta hoja de ruta integra objetivos que se habían definido en parte a corto plazo (2025), como complemento de trayectorias objetivo como la climática para 2030. Este informe presenta el estado actual de nuestros avances para alcanzar estos objetivos en cada uno de los ámbitos estatutarios.

En 2025 revisaremos y actualizaremos nuestra estrategia impACT para incorporar objetivos y trayectorias de cara a 2030-2040. Estos serán los nuevos objetivos estatutarios y se presentarán en nuestro próximo informe de misión. En este sentido, 2025 es un año crucial marcado por este trabajo de actualización y por la preparación de nuestra recertificación B Corp⁽⁶⁾.

“

Lo que más me entusiasma de Expanscience es su visión clara y motivadora: la salud de las personas es indisociable de la del ecosistema humano y natural. Partiendo de esta convicción, la empresa ha logrado reunir a gran parte de sus partes interesadas e impulsar una verdadera dinámica de transformación. Esto es lo que explica que las sesiones del Comité de misión sean tan estimulantes. Tengo la suerte de presidirlas, y cada vez es un trabajo exigente, pero también un soplo de energía positiva.



Pierre-Yves GOMEZ

⁽⁶⁾ Expanscience es el primer laboratorio farmacéutico y dermocosmético del mundo en obtener la certificación B Corp en 2018, renovada en 2021.

A photograph of two women practicing yoga in a grassy field. One woman is sitting on a blue mat, and the other is sitting on a purple mat. They are both smiling and laughing. The background shows trees and a building.

COMPROMISO 1

Ofrecer productos y servicios útiles para el bienestar eco socio diseñados y cada vez más inspirados en la naturaleza y en los seres vivos

2024 ha marcado un nuevo punto de inflexión para nuestra oferta, que evoluciona para responder mejor a nuestro deseo de ofrecer productos y servicios útiles para el bienestar. Este año ha estado marcado por varias novedades: el refuerzo de nuestro enfoque de diseño eco-socio-responsable, soluciones para favorecer el bienestar de las familias y el bienestar con la edad, o incluso el lanzamiento de un activo que ilustra la dirección que queremos dar a nuestros desarrollos, con el objetivo de ser una empresa con vocación regeneradora.

Nuestros avances en nuestra oferta dermocosmética

→ Un enfoque reforzado de diseño eco-socio-responsable

Desde principios de la década de 2010, el desarrollo de nuestros productos se ha guiado por el deseo de reducir su impacto medioambiental a lo largo de todo su ciclo de vida, desde el suministro de materias primas hasta la formulación, la producción, el envasado y el transporte, pasando por el uso y el fin de la vida útil de los productos.

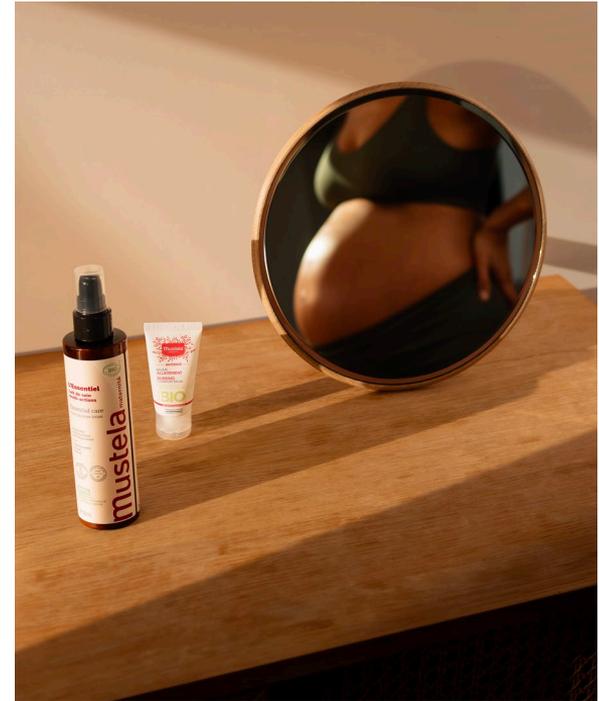
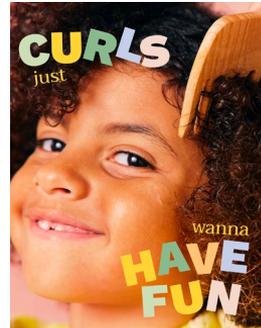


Este enfoque de diseño eco-socio se generalizó en 2015 a todos nuestros desarrollos de productos dermo-cosméticos. En 2024, lo ampliamos incorporando la herramienta **ASKOR** para realizar los análisis del ciclo de vida (ACV) de nuestros productos. Hasta la fecha, se han analizado los productos más vendidos de Mustela, representativos de nuestras gamas y tipos de productos (34 % de la facturación mundial de la marca). Estos resultados contribuirán a la evolución de nuestras carteras de productos.

Seguimos por este camino y, al mismo tiempo, aceleramos nuestra política de gestión de envases según la regla «**RRRC o R**» (Rechazar y Reducir, Reutilizar, Reintegrar, Compostable o Reciclable).

→ Una oferta cada vez más útil

Para nuestra marca Mustela, hemos definido la brújula que orienta el desarrollo de todos nuestros productos: la utilidad y el bienestar. Hemos avanzado en nuestro objetivo de dirigirnos a toda la familia y reducir el número de productos en el cuarto de baño. Los productos multiuso de Mustela, como el bálsamo universal con aguacate para toda la familia, el champú crema para cabello rizado que facilita el día a día de los padres y las madres de niños y niñas con cabello texturizado o L'Essentiel, leche de cuidado ecológica multiacción para el embarazo y el posparto, son algunos ejemplos que ilustran este compromiso.



Nuestros avances en nuestra oferta dermocosmética

→ Acompañamos a los padres y las madres

Desde 1950, con nuestra marca Mustela acompañamos a los padres y las madres para contribuir a su tranquilidad y al bienestar de las familias a través de una gama de productos y servicios de acompañamiento.

Contribuir al bienestar de los padres y las madres significa reflejar sus realidades, abordar los tabúes y proporcionarles acceso a información relevante que les ayude en su función. Para cumplir este objetivo, nuestras diferentes filiales en todo el mundo han seguido difundiendo en 2024 contenidos de *empowerment*⁽⁷⁾ destinados a los padres y las madres

en las redes sociales y sensibilizando sobre diferentes temas. Por ejemplo, hemos llevado a cabo una campaña de sensibilización sobre el desastre ecológico causado por las toallitas húmedas, al tiempo que hemos compartido buenas prácticas para pasar de los productos desechables a un uso más sostenible con toallitas compostables y reutilizables, y hemos compartido numerosos consejos (¡sin imposiciones!) sobre la lactancia materna. Sin embargo, teniendo en cuenta las diferentes expectativas de los padres y las madres en todo el mundo, no hemos llegado tan lejos como habíamos previsto no se ha alcanzado este año.



Tras una exitosa primera edición en París en 2022, hemos organizado en Rennes (Ille-et-Vilaine) la «*Maison des Parents*», un espacio efímero abierto en colaboración con el colectivo *Périnat rennais*, cuyo objetivo es acompañar a los padres y las madres a través de talleres sobre temas importantes como el embarazo, la crianza, la lactancia, el posparto, etc.



Desde su creación en 1982, la Fundación Mustela, auspiciada por la Fundación de Francia, tiene como misión apoyar el desarrollo psicosocioafectivo, la salud mental y el cuidado del vínculo entre padres y madres e hijos e hijas a través de sus tres ejes de acción: premios y becas de investigación, acciones de sensibilización y acciones sobre el terreno. En 2024 la fundación otorgó, entre otros, un Premio a la Investigación Activa a un proyecto llevado a cabo por dos investigadoras en psicología, dedicado a «regular mejor las emociones en la educación infantil». Desde una edad temprana, comprender y regular las emociones contribuye a la adaptación, el bienestar y el aprendizaje.

⁽⁷⁾ Cómo Mustela define el “empowerment” de los padres: participar en la eliminación de tabúes relacionados con cuestiones sociales (como el posparto, la carga mental, etc.), compartiendo contenidos que permitan acceder a información relevante que les ayude en su papel de padres: contenidos educativos, cualitativos y nuevos, sobre cuestiones de cuidados y crianza en general, pero también información sobre el impacto ecológico de nuestra oferta para acompañar los cambios de uso

Una evolución de nuestro posicionamiento a favor del bienestar con la edad

Como sucede con la infancia o la adolescencia, los primeros signos de la edad son una etapa natural en el transcurso de la vida. Estamos convencidos de que no hay una única forma de acoger estos primeros signos. Nuestra ambición es acompañar a las personas a lo largo de su vida y ofrecerles los medios para construir su bienestar con la edad mediante un enfoque holístico que tiene en cuenta un conjunto de factores físicos, mentales y sociales.

→ Ayudar a cada persona a crear su propio bienestar con la edad

En 2024 centramos nuestros esfuerzos en el desarrollo de soluciones de bienestar y salud que acompañan la evolución de los signos de la edad lo antes posible.

Nuestra nueva marca **Iana** se ajusta a esta imagen: ayuda a prevenir las primeras evidencias de la edad que afectan al día a día. **Iana** ofrece una gama de tratamientos y complementos alimenticios formulados a base de activos de origen vegetal. También lanzamos en Francia **Martha**, una aplicación de bienestar para prevenir y vivir mejor con molestias o dolores articulares.



Para ayudar a todos y todas a crear su propio bienestar con la edad, también actuamos para cambiar la percepción de la edad. A través de nuestro observatorio global *Âge et société* (Edad y sociedad), lanzado en Francia en 2024, hemos realizado una encuesta con el instituto BVA para descifrar y comprender la visión que tiene la sociedad sobre la edad y su impacto en nuestra vida cotidiana. Más que un medio de investigación, hemos concebido este observatorio como una herramienta social para contribuir a romper tabúes y hacer evolucionar la relación con la edad, primero en Francia y mañana en todo el mundo.

Para guiar nuestras acciones en favor del bienestar en la tercera edad, en 2024 creamos un consejo multidisciplinar (que integra medicina general, medicina interna, psiquiatría, neurología y fisioterapia) para definir un nuevo marco de referencia al servicio de la calidad de vida de las personas mayores de 45 años, cuya primera publicación está prevista para 2025.



→ Hacia un enfoque cada vez más responsable de la salud

Porque nuestro enfoque de la salud de las mujeres y los hombres es indisoluble de la del planeta, seguimos preguntándonos cómo construir un enfoque de la salud más responsable. En 2024 esto se materializó con la definición de un código de salud responsable. Articulado en torno a diez principios, debe ayudarnos a objetivar la definición y el desarrollo de una oferta de salud y bienestar que sea a la vez útil y eficaz, transparente y segura para las personas, respetuosa con el planeta y con las comunidades humanas. Esta oferta será lo más innovadora, inclusiva, empoderadora, preventiva y regeneradora posible.

La próxima ola de desarrollo de productos para nuestra marca **Iana** seguirá el marco establecido en este código, cuya vocación es orientar también los futuros desarrollos de productos de nuestras diferentes actividades.

Nuestros avances en nuestra oferta de activos naturales cosméticos y nutracéuticos

Nuestro objetivo es convertirnos en una empresa regeneradora para 2040⁽⁹⁾. Somos conscientes de que el camino para convertir en realidad esta visión es largo y exigente. Implica, en particular, una transformación progresiva de nuestras ofertas. La investigación que llevamos a cabo sobre nuestros ingredientes activos nos permite avanzar en esta dirección, en particular con prácticas agrícolas más respetuosas con el medio ambiente, destinadas a preservar los ecosistemas e incluso a restaurarlos.



Nuestro nuevo activo cosmético **Gaïaline**, un concentrado de aceite de lino, se inscribe en esta filosofía. Cultivado en una granja certificada «*Au cœur des sols*» por la *Association pour la Promotion d'une Agriculture Durable* (APAD)⁽⁹⁾, y situada a 32 kilómetros de nuestra planta de producción en Épernon (Eure-et-Loir), el lino procede de la agricultura de conservación del suelo. Tres pilares rigen este tipo de agricultura: la cobertura permanente del suelo, la siembra sin labranza, la diversidad y la rotación de cultivos, con un menor aporte de insumos. De este modo, obtenemos suelos fértiles que permiten que la biodiversidad recupere su lugar, que resisten

⁽⁹⁾ Según Lumia (lumia-edu.fr), una empresa regeneradora «creará, mediante la remodelación total o parcial de su modelo económico y sus prácticas, las condiciones que permitirán a los ecosistemas naturales y a las comunidades humanas expresar su potencial latente. Consciente de su interdependencia con los sistemas socioecológicos, la empresa regeneradora considera que su desarrollo y su buen estado evolucionan conjuntamente con los de los ecosistemas y las comunidades humanas de los que depende y sobre los que actúa».



mejor la erosión y el cambio climático, y que contribuyen a la captura de carbono.

En mayo de 2025 lanzaremos asimismo nuestro primer activo nutracéutico, **Tulsinity Bio**, desarrollado a partir de

hojas de albahaca sagrada, con certificación ecológica⁽¹⁰⁾ y cultivada en la India según los estándares más exigentes en materia de agricultura regenerativa y comercio justo. Con este suministro, desarrollamos y ofrecemos a nuestros clientes un activo certificado AB (Agriculture Biologique), ROC (Regenerative Organic Certified)⁽¹¹⁾ y FFL⁽¹²⁾ (Fair for Life).

Las propiedades⁽¹³⁾ anti-inflamatorias, antioxidantes e inmunoestimulantes de la albahaca sagrada la convierten en una materia prima vegetal ideal para aliviar una amplia gama de síntomas, en particular para limitar el impacto negativo del estrés cotidiano, en respuesta a nuestra misión de mejorar el bienestar de las personas.

⁽⁹⁾ <https://www.apad.asso.fr/>

⁽¹⁰⁾ AAB (Agriculture Biologique)

⁽¹¹⁾ <https://regenorganic.org/>

⁽¹²⁾ www.fairforlife.org

⁽¹³⁾ <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28400848/>

“ El cuestionario de evaluación B Corp lo deja claro: la transformación efectiva de la oferta, que conlleva la del modelo económico, es la prueba más creíble del compromiso de una empresa con la transición ecológica. Desde este punto de vista, me parece especialmente notable la evolución que han experimentado en los últimos diez años los productos Mustela (productos multiuso, renuncia a las toallitas, paso a los productos ecológicos o sólidos, envases doypack, etc.) y, en general, la oferta de Expanscience (nuevos activos certificados, paso de los productos a los servicios, de los medicamentos a los complementos alimenticios. ”



Élisabeth LAVILLE

“ Expanscience es una empresa farmacéutica pionera en la comprensión de las relaciones recíprocas entre la salud humana y el medio ambiente. Su enfoque global, destinado a actuar sobre los diferentes pilares de la salud (la alimentación, la actividad física y el «cuidarse») y su voluntad de lograr que las personas se apropien del enfoque y se conviertan en protagonistas, son dignos de admiración. ”



Fabienne COURNARIE

Tabla resumen de indicadores por objetivo

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	ALCANZADO 2023	OBJETIVO 2024	ALCANZADO 2024	OBJETIVO 2025
→ Idear productos y servicios útiles para el bienestar, de diseño ecosocial y cada vez más inspirados en la naturaleza y en los seres vivos	Aplicar un enfoque de diseño ecosocial en todas nuestras actividades	% de los nuevos activos cosméticos y productos acabados diseñados y fabricados durante el año que siguen un planteamiento de ecodiseño	100%	100%	100%	100%
	Aumentar la naturalidad de nuestros productos	% de nuestros principios activos cosméticos son de origen natural	100%	100%	100%	100%
		% de ingredientes de origen natural en todos los productos Mustela	96%	≥ 95%	96%	≥ 95%
		% de ingredientes de origen natural en todos los productos tópicos de IANA	NA	NA	99%	NA
	Desarrollar nuestro catálogo de productos y principios activos ecológicos y de comercio justo	% de activos cosméticos certificados orgánicos o de comercio justo o equivalente	38%	≥ 38%	42%	≥ 42%
		% de fórmulas Mustela fabricadas en el año certificadas Cosmos Organic	15%	≥ 14%	15%	≥ 15%
		% de fórmulas tópicas de IANA en el año certificadas Cosmos Organic	NA	NA	66%	NA
	Inspirarnos cada vez más en la naturaleza y en los seres vivos para nuestras innovaciones	Proyecto piloto en marcha con Ceebios en 2025				

Tabla resumen de indicadores por objetivo

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	ALCANZADO 2023	OBJETIVO 2024	ALCANZADO 2024	OBJETIVO 2025
→ Idear productos y servicios útiles para el bienestar, de diseño ecosocial y cada vez más inspirados en la naturaleza y en los seres vivos	Ofrecer productos y servicios útiles que contribuyan al bienestar	% de contenido de empoderamiento parental promovido en las redes sociales de Mustela	42%	50%	39%	≥ 51%
		Además para Mustela: menciones positivas en escucha social	58%	≥ 63%	63%	≥ 63%
		Cuadro de salud responsable aplicado a los desarrollos « <i>Bien Vieillir</i> »	NA	Cuadro de salud responsable aplicado a los desarrollos « <i>Bien Vieillir</i> »	Aplicación/ experimentación del cuadro de salud responsable a los nuevos desarrollos de « <i>Bien Vieillir</i> » <u>en la etapa de preconcepción</u>	Aplicación/ experimentación del cuadro de salud responsable a los nuevos desarrollos de « <i>Bien Vieillir</i> » <u>en la etapa de desarrollo</u>



COMPROMISO 2

Contribuir al cumplimiento de los objetivos climáticos mundiales, a la protección y regeneración de la biodiversidad

Para alcanzar nuestros objetivos de descarbonización, seguimos una trayectoria, año tras año, en un plan de transición de carbono que afecta a todos los ámbitos de la empresa y se inscribe en el largo plazo. Los esfuerzos que estamos realizando hoy darán sus frutos en unos años. Abordamos la preservación de la biodiversidad con el mismo enfoque.

Mantener el impulso para alcanzar nuestro objetivo de reducir nuestra huella de carbono

Desde 2023 nuestra trayectoria de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) está validada por la iniciativa *Science Based Targets*, que reconoce su compatibilidad con la limitación del aumento de la temperatura global a 1,5 °C con respecto a los niveles preindustriales, en consonancia con las recomendaciones científicas sobre el clima.

NUESTROS COMPROMISOS PARA LOS SCOPES 1, 2 Y 3 EN REDUCCIÓN ABSOLUTA:

- reducir en un **35 %** nuestras emisiones de gases de efecto invernadero para 2030 con respecto a los niveles de 2019
- reducir nuestras emisiones en un **81 %** para 2050 con respecto a los niveles de 2019
- garantizar el almacenamiento sostenible de nuestras emisiones de GEI incompresibles mediante sumideros de carbono naturales en 2050.

→ Distribución de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero

Actividades previas

(Scope 3)

76%



Actividades de la empresa

(Scopes 1 and 2)

9%



Actividades posteriores

(Scope 3)

15%



Nuestro último balance de carbono, realizado en 2022 según el método del *GHG Protocol*[®] en los scopes 1,2 y 3, asciende a **60 894 toneladas equivalentes de CO₂ emitidas por Expanscience**. A continuación se muestra la distribución.

Mantener el impulso para alcanzar nuestro objetivo de reducir nuestra huella de carbono



En 2024 todos nos sentimos orgullosos de constatar que nuestra huella de carbono sigue disminuyendo, a pesar del aumento del volumen de negocios.

Esta reducción se explica por las medidas voluntarias adoptadas, pero también por la disminución coyuntural de nuestras compras de servicios y materias primas.

La mayoría de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero están relacionadas con nuestras actividades previas (scope 3), en particular la compra de materias primas, que representan el **25 %** de nuestras emisiones en 2024. Para reducirlas, hemos realizado diagnósticos climáticos con nuestros proveedores de materias primas estratégicas. Objetivo: evaluar la madurez de su enfoque, obtener factores de impacto más representativos de nuestras compras y elaborar las primeras hojas de ruta para la descarbonización.

Además, nuestras compras de embalajes representan una parte importante de nuestra huella de carbono (12%), en particular debido al uso de plástico para nuestros embalajes. La aceleración del eco-sociodiseño de nuestros envases mencionada anteriormente tiene como objetivo reducir la proporción de plástico en nuestros envases, integrando al mismo tiempo más material reciclado. Estas dos palancas, combinadas, reducirán el impacto general de este artículo y el final de la vida útil asociada al embalaje.

El transporte, es decir, nuestros flujos logísticos para transportar nuestros productos a nuestras filiales y distribuidores, así como nuestros desplazamientos y viajes profesionales, también representan partidas significativas de emisiones en nuestro balance de carbono (sumados: 14 %). Para estar en consonancia con nuestros objetivos climáticos, recientemente hemos establecido un presupuesto de carbono que, al igual que un presupuesto financiero, asigna un presupuesto de tCO₂e⁽¹⁴⁾ que no debe superarse en estas partidas de gasto. El despliegue de esta contabilidad de carbono demuestra la progresiva integración de este tema en los sistemas y las decisiones cotidianas de nuestra empresa, al igual que la automatización del cálculo de nuestra huella de carbono para un seguimiento más regular.

Al mismo tiempo, hemos continuado con nuestras medidas para reducir globalmente el transporte aéreo en nuestros flujos logísticos: hemos seguido limitando el uso del transporte aéreo para nuestras filiales,

hemos dejado de realizar envíos por vía aérea a Sudamérica que se ampliará en 2024 a otros países como Malasia y Vietnam (lo que supone una reducción del 67 % de las emisiones de CO₂e en el transporte aéreo con respecto a 2023), y el uso de lanzaderas eléctricas para el pretransporte de contenedores en Le Havre (Francia). En 2025 la descarbonización de nuestras dos plantas de producción en Épernon (Eure-et-Loir) y Perú estará en la agenda con ambiciosos proyectos de eficiencia energética global y transformación para reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (scopes 1 y 2) relacionadas con el consumo energético de las plantas. Por ejemplo, en Épernon, se implementará una herramienta para realizar un seguimiento en tiempo real de nuestro consumo energético y ajustar nuestras medidas de reducción. También se prevén inversiones notables para la construcción de una plataforma de calor/frío destinada a centralizar la producción de frío, recuperar el calor residual emitido y reducir la necesidad de gas en un **49%** (en comparación con 2019), al tiempo que se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero en un **32%** (en comparación con 2019)⁽¹⁵⁾.

En Perú, donde se encuentra nuestra planta de transformación de materias primas vegetales, también hemos llevado a cabo un ACV sobre el cultivo, la recolección y la transformación de nuestros suministros locales de aguacates, materia prima de la formulación de muchos de nuestros productos y activos cosméticos. El objetivo es disponer de una huella medioambiental de referencia y establecer un plan de acción a partir de 2025 para reducirla en el futuro.

⁽¹⁴⁾ Dado que los diferentes gases de efecto invernadero (GEI) tienen un potencial de calentamiento variable, se traducen en equivalente *CO₂ e o toneladas de CO₂ equivalente, tCO₂e.

⁽¹⁵⁾ Puesta en marcha en 2026.

Integrar la preservación y restauración de la biodiversidad en todos nuestros proyectos

Los retos clave para el mundo, la preservación y la restauración de la biodiversidad también lo son para nuestras actividades. El mundo vegetal es, en efecto, el núcleo de nuestro modelo, ya que el **99 % de nuestra facturación depende de la biodiversidad**⁽¹⁶⁾.

Desde 2008 estamos comprometidos con nuestras propias cadenas de suministro de materias primas vegetales, un compromiso que se reforzó en 2011 con nuestra adhesión a la Unión para el Comercio Ético de Productos Biológicos (UEBT⁽¹⁷⁾). Tras una primera autoevaluación de nuestro IIEB (Indicador de Interdependencia de la Empresa con la Biodiversidad) realizada siguiendo las recomendaciones de nuestro Comité de misión en 2022, llevamos a cabo nuestra primera evaluación de nuestra huella de biodiversidad en 2023 con el fin de tener en cuenta el reto de la biodiversidad en toda nuestra cadena de valor. El resultado confirmó nuestras principales dependencias de la biodiversidad. Estos riesgos están relacionados principalmente con nuestras actividades que utilizan materias primas vegetales, dependientes de la calidad del suelo y de un clima estable (98 % de las dependencias). Nuestras dependencias también afectan a nuestras actividades industriales y de innovación, investigación y desarrollo, para las que dependemos del acceso al recurso hídrico y de su calidad (2 %). El **98 %** de nuestro principal impacto en la biodiversidad está relacionado con nuestras compras. Las presiones que ejercemos sobre la biodiversidad están relacionadas en un **85 %** con el uso del suelo y la contaminación en nuestra cadena de valor (50 % y 35 %, respectivamente).

Por lo tanto, nuestros pilares de acción se centran en la evolución de los modos de cultivo de nuestras materias primas vegetales, en la transparencia y el control de nuestra cadena de suministro, así como en la reducción del impacto de nuestra actividad industrial. Así, entre otros objetivos, apostamos por una producción más local, asociada a nuevos tipos de producción de ciertos activos vegetales (como se menciona antes en este informe) con el fin de actuar sobre todos estos pilares de acción.

Además del trabajo realizado con nuestros proveedores de materias primas, en los últimos años hemos continuado con las auditorías de nuestras cadenas de suministro en el marco de nuestra adhesión a la UEBT. Conscientes de que la preservación de la biodiversidad y la lucha contra el cambio climático son dos temas relacionados que deben abordarse conjuntamente, ahora también tenemos en cuenta el reto de la biodiversidad en los diagnósticos de carbono realizados con nuestros proveedores estratégicos de materias primas para nuestra marca Mustela con el fin de dirigir un plan de acción.

El agua es el núcleo de nuestra cadena de valor, tanto para cultivar las materias primas vegetales que entran en la composición de nuestros productos como para nuestras actividades industriales. En un contexto de incertidumbre climática y escasez de agua, debemos aprovechar al máximo este recurso. Las medidas adoptadas entre 2010 y 2024 ya nos han permitido reducir en un **25 %** nuestro consumo de agua por unidad producida en Épernon. Para ir más allá, nuestro

objetivo es reducir nuestro consumo absoluto de agua en un **25 %** para 2027, a través de las cuatro palancas siguientes.

➔ **Mejorar la gestión y reducir nuestro consumo de agua:** a través del desarrollo de productos que favorecen los materiales sólidos, pero también mediante la implantación de una herramienta de seguimiento y medición del consumo de agua en tiempo real; la puesta en marcha del proyecto de sustitución de uno de los sistemas que funciona con agua residual por otra tecnología más eficiente; el uso de agua de buena calidad (purificada, descalcificada o sin tratar) para cada uso específico.

➔ **Reutilizar:** mediante la implantación de circuitos de reutilización de aguas limpias en nuestra planta de Épernon.

➔ **Reciclar:** metanización de una parte de nuestros efluentes para valorizarlos en biogás y devolver la parte líquida al medio natural.

➔ **Revalorizar:** a más largo plazo, nuestro objetivo es reutilizar también el agua tratada en nuestros procesos de producción (circuito de lavado de los equipos dermocosméticos).

⁽¹⁶⁾ Fuente IIEB (Indicador de Interdependencia de la Empresa con la Biodiversidad) 2022

⁽¹⁷⁾ Asociación internacional sin ánimo de lucro que promueve prácticas éticas en el abastecimiento de ingredientes derivados de la biodiversidad, evaluadas mediante una auditoría cada tres años: <https://uebt.org/francais>

Integrar la preservación y restauración de la biodiversidad en todos nuestros proyectos

Por último, **estamos convencidos de que la preservación y la restauración de la biodiversidad son retos de tal magnitud que deben abordarse de forma colectiva**. Por eso, al igual que con otros temas, hemos decidido participar en varias iniciativas sectoriales, como el grupo de trabajo sobre cosméticos de la iniciativa ministerial «*Roquelaure entreprises & biodiversité*»⁽¹⁸⁾. Creado por el Ministerio de Transición Ecológica y Cohesión Territorial, este grupo de trabajo analiza los riesgos y la dependencia del sector respecto a la biodiversidad, así como las palancas y oportunidades que se pueden aprovechar en un plan de acción para reducir nuestro impacto. Entre diciembre de 2023 y febrero de 2024 colaboramos con las demás empresas participantes para desarrollar una ambición común y formular propuestas colectivas para reducir el impacto sobre la biodiversidad. Estas recomendaciones tienen por objeto orientar a las empresas del sector cosmético en sus decisiones estratégicas y promover una transformación a escala sectorial hacia prácticas respetuosas con la biodiversidad.

En 2025 queremos intensificar nuestra acción en colectivos, participando especialmente en un grupo de trabajo de la FEBEA sobre la glicerina. Por su uso

habitual, este compuesto se ha identificado como una herramienta importante para reducir la huella medioambiental del sector. El estudio tiene como objetivo analizar los riesgos sociales y medioambientales relacionados con la glicerina, formular recomendaciones para un abastecimiento responsable y definir las etapas para la creación de una cadena de suministro.



“ El trabajo de análisis y explicación de la interdependencia entre la actividad de Expanscience y la biodiversidad ha permitido formalizar compromisos y fijar objetivos más allá de sus propios sectores, históricamente más comprometidos con la biodiversidad. Es importante seguir avanzando, siempre en consonancia con la ciencia, para reducir aún más el impacto sobre la dinámica de los seres vivos. ”



Hélène LERICHE

“ La descarbonización de las actividades de Expanscience continúa a buen ritmo: mientras varias empresas incumplen sus compromisos climáticos, Expanscience no solo los mantiene, sino que también los cumple. En estos tiempos de duda e incertidumbre, parece más importante que nunca que empresas como Expanscience reafirmen sus compromisos sociales y ambientales. No solo debemos mantenernos firmes, sino también darlo a conocer para generar un impacto competitivo. ”



François GEMENNE

⁽¹⁸⁾ <https://www.ecologie.gouv.fr/actualites/roquelaure-entreprises-biodiversite-250-entreprises-mobilisees>

2

Tabla resumen de indicadores por objetivo

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	ALCANZADO 2023	OBJETIVO 2024	ALCANZADO 2024	OBJETIVO 2025
→ Contribuir a la consecución de los objetivos climáticos mundiales, a la protección y a la regeneración de la biodiversidad	Reducir nuestra huella de carbono de acuerdo con los SBT (Objetivos Basados en la ciencia) en los scopes 1,2,3 ⁽¹⁹⁾	Emisiones totales en teq CO ₂	62 628	<61 000	60 894	<60 894 (Objetivo 2025) <42 712 (Objetivo 2030)
		Intensidad de carbono en teqCO ₂ /M€ CA	185	≤167	167	<148 (Objetivo 2025) <91 (Objetivo 2030)
	Preservar y restaurar la biodiversidad en nuestras actividades a lo largo de toda la cadena de valor	Huella de biodiversidad	Huella de biodiversidad alcanzada	NA	NA	Objetivo 2030 de reducción del impacto en la biodiversidad
		% de los ingredientes activos cosméticos evaluados según normas reconocidas que promueven prácticas respetuosas o regeneradoras del medio ambiente a través de la UEBT o FairWild o Fair For Life ⁽²⁰⁾	29%	36%	44%	Objetivo 2025 reevaluado ≥ 45%

⁽¹⁹⁾ Objetivo de 2024 recalculado en función de los ingresos reales de 2024.

⁽²⁰⁾ El objetivo alcanzado de 2024 y el objetivo de 2025 se han revisado, teniendo en cuenta los ajustes de definición implementados en 2024, tras un estudio de evaluación de certificación realizado en el mercado.



COMPROMISO 3

Ayudar a nuestros empleados y nuestras empleadas a ser protagonistas de su propio desarrollo y construir con ellos una empresa más inclusiva y solidaria

Ser una empresa con una misión y certificada B Corp nos compromete en primer lugar con nuestros empleados y nuestras empleadas.

Nuestra misión de ayudar a las personas a crear su propio bienestar también implica actuar con nuestros equipos, creando un entorno de trabajo que contribuya a su bienestar, construyendo con ellos una empresa más inclusiva y solidaria, e implicándolos aún más en los proyectos desarrollados por Laboratoires Expanscience.

Encarnar la simetría de la atención con nuestra misión en nuestras políticas sociales

Nuestra misión relacionada con el bienestar debe reflejarse en primer lugar en nuestras políticas sociales. Así, en 2024 **pusimos en marcha una política de cuidados**. Esta política ofrece una base de protección social para nuestros colaboradores y nuestras colaboradoras en todo el mundo, con un umbral mínimo de garantías sociales imprescindibles (mutua, seguro de vida y previsión) y el objetivo de convertirnos en uno de los líderes en temas que se hacen eco de nuestra misión, como la paternidad, la salud en el trabajo, el envejecimiento saludable y el acompañamiento en situaciones de vulnerabilidad.



De hecho, creemos que **la salud y el bienestar son inseparables**. Nuestro objetivo es prevenir tanto los riesgos físicos como psicosociales (RPS) a los que podrían enfrentarse nuestros equipos:

→ En 2024 se creó en Francia una **célula de salud y prevención** de los RPS para tratar conjuntamente, entre los representantes electos y los responsables de RR. HH., las situaciones de sufrimiento en torno a un proceso de alerta elaborado de forma conjunta.

→ Se creará una **línea de atención telefónica** para todo el grupo en 2025

→ El 100 % de los directivos de todo el mundo recibirán formación sobre **riesgos psicosociales** de aquí a 2026

→ Desde hace muchos años, se dedica **un momento importante del año a la salud física y mental** con un programa de sensibilización para los empleados y las empleadas

Las acciones en favor de la parentalidad para nuestros equipos en Francia, un tema muy importante para Expanscience, se han reforzado. El **100 %** de los padres y las madres tienen derecho a una reincorporación progresiva durante los dos primeros meses tras el permiso por maternidad o paternidad,

con el mantenimiento del 100 % del salario. El **100 %** de las madres tienen derecho a recibir asesoramiento antes, durante y después de la baja por maternidad.

En un contexto en el que la relación con la empresa está evolucionando, especialmente con el desarrollo del teletrabajo, queremos preservar la eficacia colectiva, al tiempo que ofrecemos un mejor equilibrio entre la vida personal y laboral y una mayor flexibilidad en el trabajo. Por ejemplo, en Francia, nuestro nuevo acuerdo de teletrabajo incluye una base común de cuatro días de presencia mínima al mes, fijados en torno a los momentos clave de la empresa, y días de presencia definidos de común acuerdo dentro de cada equipo en función de sus necesidades específicas. Este enfoque tiene como objetivo favorecer un mejor equilibrio entre la vida laboral y la vida privada, preservando al mismo tiempo el colectivo de trabajo y los vínculos sociales.

Para medir a lo largo del tiempo el impacto de estas medidas en el bienestar de nuestros empleados, nos inspiramos en la certificación *Great Place To Work*⁽²¹⁾. En 2024 todas nuestras filiales en Francia y en el extranjero recibieron de nuevo la certificación. Nuestra ambición es mantener esta dinámica en un proceso de mejora continua y respaldada por planes de acción específicos a escala local.

⁽²¹⁾ <https://www.greatplacetowork.fr>

Nuestros avances en igualdad laboral, diversidad e inclusión

En materia de igualdad profesional, Expanscience obtuvo en 2024 una puntuación de **93/100** en el índice de igualdad salarial entre mujeres y hombres y la máxima puntuación en tres de los cinco criterios (ámbito de aplicación: Francia). Aunque Expanscience había mantenido esta puntuación superior o igual a 98/100 durante muchos años, este año ha perdido 5 puntos debido al desequilibrio en el criterio de las remuneraciones más altas: El 70 % de los diez salarios más altos corresponden a mujeres. Esta nota sigue reflejando la importancia que Expanscience concede desde hace años a la promoción de la igualdad profesional.

Por otra parte, la diferencia entre el 10 % de las remuneraciones más bajas y el 10 % de las remuneraciones más altas es inferior al 5 %.

Recientemente hemos reforzado nuestros mecanismos en favor de la inclusión de los más desfavorecidos y el acompañamiento de las personas vulnerables. En 2024 el **5.78 %** de los colaboradores y las colaboradoras de Expanscience declararon una RQTH⁽²²⁾ en Francia (lo que supone un aumento del 30 % respecto a 2023), por encima de la media de las empresas farmacéuticas, pero por debajo del umbral reglamentario del 6 % en Francia. Estos resultados positivos se deben al aumento de las declaraciones RQTH, gracias a una mayor comunicación: conferencia de sensibilización, formación de los directivos, identificación reforzada de las personas de

referencia en materia de discapacidad, publicación de una guía sobre discapacidad con todos los derechos y ventajas ofrecidos a los empleados que se benefician de una RQTH, etc. Continuamos con esta dinámica en 2025 con el objetivo de superar esta cifra simbólica durante el año.

La inclusión también pasa por nuestra capacidad para cambiar la forma en que vemos el tema y cuestionar los prejuicios. En 2024 sensibilizamos y formamos a nuestros equipos a través de un módulo sobre sesgos cognitivos, accesible a todas las personas en todo el mundo.

El próximo proyecto en materia de diversidad e inclusión se centrará en formalizar nuestra visión sobre estos temas y otros relacionados con la justicia y la equidad. Esto guiará nuestra hoja de ruta y orientará nuestras acciones.

A través de nuestros productos y servicios, acompañamos a las personas en su bienestar a medida que envejecen y queremos hacer lo mismo con nuestros empleados, con medidas sobre la jubilación progresiva en Francia y para las personas mayores. Expanscience se hace cargo de las cotizaciones sobre la base de la remuneración reconstituida a tiempo completo. En concreto, esto equivale a una pensión por un importe idéntico al que se habría percibido trabajando a tiempo completo.

En relación con los empleados y las empleadas sénior:

- a partir de 57 años, tienen derecho a tres días de vacaciones adicionales
- a partir de 58 años, cuatro días de vacaciones adicionales
- a partir de 59 años, cinco días de vacaciones adicionales.

Por último, a principios de 2025, adoptamos varias medidas en favor de las personas cuidadoras:

- dos días libres para resolver cuestiones administrativas o acompañar a la persona asistida a citas (medida piloto en Francia)
- contribución de la empresa a partir de los 20 días (un mes) de vacaciones cedidos por compañeros en el marco de una campaña de donación de días (ámbito de aplicación: Francia).



⁽²²⁾ Reconocimiento de la condición de trabajador con discapacidad.

Hacer que nuestros empleados y nuestras empleadas sean protagonistas de una empresa más inclusiva y solidaria



Necesitamos toda la energía posible para contribuir al progreso de la sociedad. Por eso, desde 2022, ofrecemos a nuestros empleados la posibilidad de dedicar un día de trabajo al año a proyectos de impacto durante los *impACT'Days*.

En 2024, el programa, que ya abarcaba a nuestros equipos en seis países (Francia, España, Portugal, México, Estados Unidos y Australia), se amplió a dos nuevos países: Italia y Bélgica. Ahora, más del **80 %** de los miembros de nuestros equipos en todo el mundo tienen la oportunidad de participar en esta iniciativa, y el **11 %** ha pasado a la acción en 2024. Nuestro objetivo es alcanzar el 100 % para 2025.



“ Como empleada, es una oportunidad poder participar en la transformación social de la empresa. La evolución se produce de forma colectiva, a través de campañas de sensibilización, programas de formación o incluso la oportunidad de contribuir a proyectos con un impacto positivo. Convertir a Expanscience en un modelo de solidaridad e inclusión es un reto ambicioso, pero también una experiencia gratificante y llena de sentido. ”



Angéline ROCHERIEUX

3

Tabla resumen de indicadores por objetivo

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	ALCANZADO 2023	OBJETIVO 2024	ALCANZADO 2024	OBJETIVO 2025
→ Ayudar a nuestros empleados a ser actores de su propio desarrollo y construir con ellos una empresa más inclusiva y solidaria	Poner en marcha una estrategia global de bienestar y dar ejemplo en materia de parentalidad, salud laboral y personas mayores	% de filiales certificadas GPTW	100%	100%	100%	100%
	Definir políticas y normas para garantizar la diversidad y la inclusión	Índice de igualdad entre hombres y mujeres (Francia)	99	≥98	93	Índice de igualdad entre hombres y mujeres (Francia) ≥98 ≥ 70% en el Índice de Equidad (Integridad, Imparcialidad, Justicia) en GPTW 2025
	Permitir que nuestros empleados dediquen parte de su tiempo de trabajo a proyectos medioambientales o actividades sin ánimo de lucro	Número de países en los que los empleados de Expanscience pueden participar (cobertura en % de los empleados de Expanscience en el mundo)	6 países 76 % de los empleados	8 países	8 países >80 % de los empleados	Todos los países donde Expanscience está presente (100 % de los empleados en todo el mundo)

COMPROMISO 4

Movilizar a nuestras comunidades y nuestro ecosistema para construir juntos modelos de negocio con un impacto positivo en la sociedad, las personas y su entorno

Porque el bienestar de las personas y la salud del planeta son retos colectivos e interdependientes, porque todos y todas somos eslabones de la cadena, creemos en la fuerza del colectivo para transformar nuestros modelos, reforzar nuestro impacto positivo y acelerar la transición ecológica. Entre nuestras acciones más destacadas se encuentran: el acompañamiento a nuestros proveedores, la cooperación y la coopección en iniciativas colectivas y consorcios, y el apoyo a causas sociales que se hacen eco de nuestra misión.

Reforzar el acompañamiento a nuestros proveedores

Nuestros proveedores desempeñan un papel fundamental en la transformación de nuestras cadenas de suministro. Desde hace varios años, los animamos a mejorar su impacto medioambiental y social. En la actualidad, el **100 %** de nuestros proveedores estratégicos están evaluados en **EcoVadis**⁽²³⁾ con una nota media de **67,78** (alcance de las compras Francia y corporate). En 2025, el objetivo es continuar con la evaluación periódica de los proveedores estratégicos en Francia y corporate, y evaluar a dos tercios de los proveedores estratégicos de nuestras filiales prioritarias, con el fin de dirigir planes de acción de mejora.

Paralelamente a las evaluaciones de los proveedores, llevamos a cabo una política específica para **reducir la huella de las cinco materias primas vegetales con mayor impacto** en la composición de los productos de nuestra marca Mustela. En 2024 hemos realizado diagnósticos con los principales proveedores de estas materias primas. Una vez más, tras la fase de huella de carbono y diagnóstico compartido, pondremos en marcha planes de acción que se supervisarán periódicamente y se integrarán en las revisiones comerciales.

Y para ir más allá, volvemos a recurrir a la fuerza del colectivo. En junio de 2024 nos unimos al consorcio **TRASCE**⁽²⁴⁾. Esta alianza sectorial, respaldada por la FEBEA y puesta en marcha en febrero de 2023 por quince líderes de la industria cosmética, tiene como objetivo acelerar la transformación sostenible de los sectores y la trazabilidad de las cadenas de suministro.

Para respaldar este enfoque, dialogamos con nuestros proveedores con el fin de reforzar la cooperación. Invitados a la segunda edición de nuestro Suppliers' Day, 65 de ellos acudieron para reflexionar con nosotros en torno a un objetivo común: cambiar juntos nuestros modelos de negocio para que sean compatibles con los límites del planeta.

“ En Expanscience, creemos firmemente que la unión hace la fuerza: con nuestros proveedores, buscamos transformarnos juntos. De ahí la importancia de adoptar un enfoque cooperativo y pragmático en materia de compras: reunirse, evaluar, identificar los impactos y cooperar en la adopción de medidas. ”



Sébastien DEBROCK



⁽²³⁾ <https://ecovadis.com/fr/>

⁽²⁴⁾ TRaceability Alliance for Sustainable CosmEtics.

Experimentar para inventar colectivamente nuevos modelos de negocio y soluciones comunes

Entre nuestras principales acciones de cooperación, seguimos participando en el trabajo de la **Convención Empresarial sobre el Clima (CEM)**⁽²⁵⁾. Porque creemos en la sinergia de las acciones y los objetivos comunes, participamos en su primera edición en 2021, junto con otras 149 empresas. En 2024 la CEC lanzó CEC Agri-Agro, una nueva iniciativa en la que participamos. Reúne a responsables de la toma de decisiones del mundo agroalimentario y agrícola, pero también de otros sectores relacionados con la agricultura, como la cosmética, la textil o la química, con el fin de crear oportunidades para cambiar los modelos de negocio. El objetivo de Expanscience, como usuario de materias primas vegetales, es acercarse más al mundo agrícola en un enfoque de cooperación y mejora continua de sus cadenas de suministro y su huella ecológica.



Convencidos de que la coopección con nuestros competidores es un revulsivo para innovar, también participamos en varios consorcios para idear soluciones que respondan a retos comunes. En el marco del proyecto **«Pulp in Action»**, en colaboración con la FEBEA, nos movilizamos para encontrar una alternativa al uso del plástico en los envases, mediante el uso de fibras celulósicas vegetales, en asociación con otros 12 actores de la industria cosmética.

En 2022 lanzamos **«Pharma-Recharge»** junto con otros cuatro laboratorios competidores. Este consorcio inédito tiene como objetivo desarrollar colectivamente la oferta de productos de higiene y cuidado personal en formato recargable en farmacias. Los puntos de recarga diseñados se instalaron en 2023 en seis farmacias en Francia. En 2024 nuestro consorcio, que albergó cuatro nuevos laboratorios⁽²⁶⁾, se centró en hacer balance de las enseñanzas extraídas al término de esta experiencia con el fin de mejorar y continuar con la implantación de este dispositivo.

Internamente, nuestro Lab impACT, un colectivo de colaboradores que acompaña nuestra transición hacia una empresa con vocación regeneradora ha puesto en marcha varios experimentos para explorar nuevas ofertas y modelos de negocio. Entre ellos, la participación en el **programa «EFC»** (economía de la funcionalidad y de la cooperación) de la ADEME⁽²⁷⁾ con otras seis empresas francesas, cuyo objetivo es lograr un modelo de negocio que combine los objetivos comerciales y el respeto de los límites planetarios.

“ *En tiempos de abundancia, la competencia puede funcionar», subraya el biólogo Olivier Hamant, invitando a las empresas a inspirarse en los seres vivos para su funcionamiento. Pero en tiempos de crisis o de escasez, la cooperación es lo que mejor funciona. Expanscience ilustra este punto de manera muy convincente, a través de diversas iniciativas de cooperación exitosas, incluso con sus competidores.* ”



Elisabeth LAVILLE

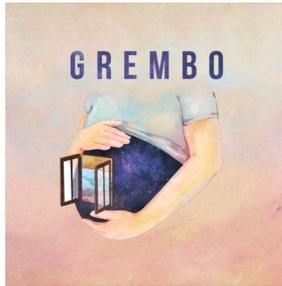
⁽²⁵⁾ <https://cec-impact.org/>

⁽²⁶⁾ El proyecto «Pharma-Recharge» reúne ahora a Garancia, La Rosée Cosmétiques, Bioderma (NAOS), A-Derma, Ducray, Eluday, Klorane (ambas de Laboratoires Pierre Fabre), Biocodex, Léa Nature, SVR y Uriage.

⁽²⁷⁾ <https://www.ademe.fr/>

Movilizar a nuestras filiales para apoyar la parentalidad

En el centro de la misión de nuestra marca Mustela y de los compromisos internos adquiridos con nuestros empleados, el **apoyo a la parentalidad** también impregna el conjunto de nuestras 13 filiales, que se movilizan en favor de una gran causa en sus países de implantación.



Por ejemplo, nuestra filial en Portugal sensibiliza sobre la salud mental infantil, en colaboración con organizaciones locales, Ser Bebé y *la Fundação do Gil*. A través de talleres presenciales organizados durante eventos, esta filial pone a disposición de los padres y las madres los conocimientos y recursos necesarios para favorecer el bienestar emocional de sus hijos y sus familias, con el apoyo de psicólogos y psiquiatras infantiles expertos. Ha desarrollado el pódcast *Pequenos Grandes Conselhos*, que aborda, entre otros temas esenciales, el bienestar mental de los niños con expertos. Más allá de la sensibilización, también actúa apoyando las iniciativas desarrolladas por la *Clínica do Gil*, la primera clínica de salud mental infantil creada por la *Fundação do Gil*, como la musicoterapia, que ofrece a los niños una forma creativa y terapéutica de expresar sus emociones.

Nuestra filial italiana, por su parte, se moviliza en favor de la igualdad parental. Entre otras iniciativas, ha apoyado la serie de pódcasts GREMBO, que aborda temas desde una perspectiva global para cambiar la visión de la maternidad y la paternidad, sin prejuicios ni tabúes. También organizó «*Ensemble*» en mayo de 2024 en Milán, dos jornadas en un lugar donde padres, madres y expertos locales en crianza se reunieron en torno a siete conferencias y nueve talleres, y que contó con la participación de 1200 personas. Por último, amplía el permiso de paternidad a un mes para sus empleados.



Tabla resumen de indicadores por objetivo

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	ALCANZADO 2023	OBJETIVO 2024	ALCANZADO 2024	OBJETIVO 2025
→ Movilizar a nuestras comunidades y nuestro ecosistema para construir juntos modelos de negocio con un impacto positivo en la sociedad, las personas y su entorno	Encarnar un nuevo modelo empresarial	Puntuación B Corp	NA	NA	NA	≥ 108,5 Recertificación B Corp
	Apoyar y movilizar a nuestros proveedores para lograr un impacto social y medioambiental positivo	% de proveedores estratégicos en el mundo evaluados en EcoVadis (compras Francia y Corporate)	100%	≥ 90%	100%	100%
		Puntuación media de estos proveedores en EcoVadis	66,85	≥ 55	67,78	100% de los proveedores estratégicos en el ámbito de Francia y Corporativo y 2/3 de los proveedores estratégicos de nuestras filiales prioritarias.
	Apoyar una causa importante relacionada con la parentalidad	de las filiales que han iniciado una acción exterior en el marco de esta causa elegida	92%	≥ 92%	100%	100%
	Movilización en nuestras comunidades y nuestros ecosistemas	% de nuestras empresas y filiales involucradas en comunidades de impacto positivo	72%	68%	77%	≥ 70%

Conclusión del Comité de misión

El Comité de misión ha tenido el placer de acompañar a los equipos de Laboratoires Expanscience a lo largo de todo el año en la puesta en marcha de la misión. **Y quiere felicitarles por la calidad del trabajo realizado: un trabajo exigente, llevado a cabo con rigor, pasión, atención al detalle y sincero compromiso.** La profesionalidad y la constancia de los esfuerzos realizados ilustran la profunda implicación en la misión y su traducción concreta en acciones ambiciosas y alineadas.

El Comité elogia asimismo la calidad de la redacción del informe, cuya forma más sintética facilita la lectura sin empobrecer su contenido. El énfasis en acciones concretas, ya realizadas o en curso, refuerza la dimensión operativa. El hecho de presentar los resultados, se hayan alcanzado o no, demuestra una postura honesta: Expanscience no pretende ocultar las diferencias, sino comprenderlas y superarlas. **Esta transparencia refleja una empresa comprometida con un verdadero proceso de mejora, lejos de una lógica de conformidad o de complimentar formularios.**

Durante las sesiones del Comité, los intercambios se desarrollaron en un clima de confianza y escucha. La información compartida ha sido validada tras debates abiertos y constructivos. Los equipos se mostraron disponibles, receptivos y atentos a los comentarios, y respondieron con seriedad a las solicitudes de aclaración. **Este exigente diálogo muestra la voluntad compartida de avanzar juntos en un espíritu de acompañamiento.**

Expanscience tiene una visión global de la salud y el bienestar, que tiene en cuenta todas sus dimensiones, incluyendo la alimentación, la actividad física, el cuidado personal y la dimensión social, y en la que el medio ambiente está plenamente integrado como componente de la salud. Por lo tanto, no se trata de yuxtaponer una estrategia de RSE a una estrategia económica, sino de considerar el impacto medioambiental como una condición para la consecución (y no solo la preservación) de la salud humana. Por lo tanto, forma parte integrante de la estrategia de la empresa. Expanscience adopta así un enfoque singular del producto sanitario. Esta visión, especialmente clara en el compromiso n.º 1, se aplica con perseverancia y se plasma en las decisiones sobre la evolución de la oferta, con el deseo de que cada persona se convierta en protagonista de su propia salud. Una determinación que también se refleja en decisiones difíciles, como la renuncia a las toallitas húmedas o el desarrollo de productos multiusos que fomentan un consumo más moderado, y que es encomiable.

En 2024 hemos profundizado las dimensiones sociales de nuestra misión, en particular a través del compromiso n.º 3. Las medidas adoptadas han ganado en profundidad y han sido recordadas por los representantes de los empleados y las empleadas en el Comité. **Reflejan una mayor apropiación de la misión, que se convierte en un motor de compromiso y creatividad para los equipos.** Esta dinámica también se ha manifestado a escala internacional: las filiales, que representan el 78 % del

volumen de negocios, han participado más, como lo demuestra la diversidad y la riqueza de las acciones presentadas en este informe.

El Comité destaca asimismo el papel cada vez más importante que se concede a la cooperación, que ocupa un lugar central en el despliegue de la misión y, en general, en las prácticas de Expanscience. Esta dinámica impregna todos los compromisos, aunque se enraíza en particular en el compromiso n.º 4. Se manifiesta internamente (Lab impACT), en la relación con los proveedores (Suppliers' Day) e incluso con la competencia (proyecto «Pharma-Recharge»). A través de estos ejemplos la cooperación se perfila como una herramienta transversal y poderosa para la transformación.

En conclusión, el Comité celebra la intensidad y la solidez del trabajo realizado. No obstante, llama la atención sobre la necesidad de reforzar la coherencia y la articulación entre la estrategia global y las diferentes iniciativas de impacto: hoja de ruta CEC, certificación B Corp, compromisos sociales y medioambientales. Esta convergencia mejorará la eficacia colectiva, conservará los equipos más comprometidos y dará lugar a un discurso común, claro y cohesionador, a la altura de la transformación emprendida y del papel ejemplar que Expanscience desempeña en su ecosistema.

***El bienestar
está en
nuestras manos***

LABORATOIRES EXPANSCIENCE

1 place des Saisons - 92048 Paris La Défense Cedex - FRANCE

Tél. : + 33 (0)1 43 34 60 00 - Fax : + 33 (0)1 43 34 61 00

www.expanscience.com