



Informe de misión 2025

Ayudar a las personas a crear su propio bienestar

Introducción

El año 2025 marca la culminación de un primer ciclo de objetivos desde que adoptamos nuestro estatus de empresa con propósito en 2021. En aquel entonces, definimos una hoja de ruta hasta 2025 y afirmamos nuestra ambición de convertirnos, de cara a 2030-2040, en una empresa de impacto positivo y con enfoque regenerativo.

Gracias al compromiso de nuestros equipos, al asesoramiento experto de nuestro Comité de Misión y a las alianzas establecidas con nuestro ecosistema, nos encontramos en plena transformación. Tanto en lo que respecta a nuestro modelo de negocio, nuestra cadena de valor o nuestras ofertas, nos esforzamos por cumplir cada vez mejor nuestra misión de «ayudar a las personas a crear su propio bienestar» y mejorar de forma sostenible nuestras prácticas a medio y largo plazo.

Este informe de 2025 repasa los avances logrados y las dificultades encontradas en relación con nuestros cuatro objetivos estatutarios (ver página 6).



En lo que respecta a nuestros productos, estamos tomando medidas para reforzar la contribución de todas nuestras actividades al bienestar (ver página 9) y hemos tomado decisiones importantes en los últimos años. A partir de 2027 dejaremos de fabricar toallitas desechables y hemos puesto en marcha un importante proyecto de renovación de toda nuestra gama Mustela, que verá la luz también en 2027. Estamos desarrollando una herramienta para gestionar la transformación de nuestra gama que permitirá conciliar sistemáticamente la rentabilidad, la utilidad para nuestros usuarios y un menor impacto medioambiental gracias a la implementación de análisis del ciclo de vida. Nos servirá de guía para desarrollar nuestra cartera de productos en los próximos años. Asimismo, hemos seguido avanzando por el camino del diseño eco-socio-responsable emprendido en la década de 2010 y recientemente hemos dado un paso importante con la incorporación de la competencia en análisis del ciclo de vida (ACV) a nuestra empresa. Esta medición sistemática del impacto nos ayuda a orientar aún mejor nuestras decisiones en materia de diseño ecosociológico; en este informe (y en los de años anteriores) encontraréis las últimas novedades de nuestra oferta de productos y servicios.

En cuanto a nuestra contribución al cumplimiento de los objetivos climáticos mundiales (página 11), hemos logrado reducir la intensidad de nuestras emisiones de carbono en un 31 % desde 2019, con lo que hemos empezado a desvincular el crecimiento de nuestra facturación del de las emisiones de GEI (gases de efecto invernadero). No obstante, el camino hacia la reducción de las emisiones de carbono presenta etapas y dificultades, que son también oportunidades para aprender: nuestra huella de carbono aumentará en 2025 respecto a 2024 debido, entre otras cosas, al incremento de nuestras compras y de los volúmenes de productos transportados. También lo será en 2026 gracias a las inversiones masivas en descarbonización previstas en nuestra planta industrial de Epernon, cuyos resultados no se materializarán hasta 2027 en adelante.

En lo que respecta a la protección de la biodiversidad (ver página 12), nos enorgullece haber logrado avances significativos: hemos establecido objetivos cuantificados para 2030 inspirándonos en el marco Science-Based Targets for Nature (SBTn) y hemos definido nuestra política de transición para nuestras materias primas vegetales.

Por supuesto, nuestro compromiso con el bienestar concierne, ante todo, a los equipos de Expanscience. Esta reciprocidad en el trato nos ha permitido lograr notables avances para ayudar a nuestros empleados y empleadas a ser protagonistas de su propio desarrollo personal y a construir una empresa más inclusiva y solidaria (ver página 13). La empresa pone en marcha múltiples iniciativas destinadas a promover el bienestar y el buen trabajo en equipo. Se incluyen entre otros la conciliación de la vida laboral y personal, la salud física y mental, la igualdad en el ámbito laboral y el apoyo a las diferentes situaciones vitales de los empleados y empleadas (maternidad y paternidad, cuidados a familiares, discapacidad, jubilación, etc.). Desde 2022, la encuesta Great Place To Work nos ayuda, además, a medir la satisfacción y el compromiso de los equipos (por ejemplo, un aumento de 10 puntos en el Trust Index en tres años).

Por último, nuestra convicción de que lo colectivo es la base de todo cambio profundo no ha hecho más que reforzarse en los últimos cinco años. Con el fin de lograr un impacto más sistémico en la transformación de toda nuestra cadena de valor, movilizamos y avanzamos junto con nuestro ecosistema para construir juntos modelos de negocio con un impacto más positivo. A través de consorcios (ver página 14), actuamos desde los ingredientes y los envases, con «TRASCE» para la transición hacia materias primas vegetales y «Pulp In Action» para envases cosméticos que reducen el plástico, hasta el uso de nuestros productos con la experimentación en cooperación de la oferta de recargas con «Pharma-Recharge». Más recientemente, también hemos iniciado una reflexión sobre la farmacia del futuro, llevada a cabo, en particular, con clientes en el marco de un grupo de actores clave del ecosistema farmacéutico en Francia.



¿Y mañana?

En 2025 revisamos nuestros retos mediante un análisis de doble materialidad y hemos llevado a cabo un enfoque prospectivo sobre las fuerzas de cambio futuras. Este trabajo, junto con la perspectiva que nos brinda nuestro primer ciclo de objetivos, está alimentando actualmente nuestra reflexión para definir las líneas maestras de nuestra visión para 2040 y trazar nuestra hoja de ruta hasta 2030. Esta hoja de ruta, elaborada conjuntamente con nuestros empleados y empleadas, así como con nuestras partes interesadas externas, se ultimarán en 2027 y se presentará en nuestro próximo informe de empresa con misión.

«Estos avances consolidan la aplicación práctica de nuestra misión. Somos plenamente conscientes de que la transformación para convertirnos en una empresa de impacto positivo y con un enfoque regenerativo es un proceso exigente y a largo plazo. Aún nos queda mucho por hacer y seguiremos apoyándonos en la riqueza del colectivo y en la cooperación para impulsar un desarrollo sostenible de nuestro sector».

Jean-Paul Berthomé



Nuestra misión: «ayudar a las personas a crear su propio bienestar»



Nuestra razón de ser, recogida en nuestros estatutos como empresa con misión, 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 de que las empresas tienen un papel clave 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 que defienden los Laboratorios Expanscience es un bienestar global, para cada persona, en cada etapa de la vida: más allá de la ausencia de enfermedad, abogamos por «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 varios ámbitos:

- > Por el bienestar de las familias, ofreciendo productos y servicios de apoyo que contribuyan a la tranquilidad de los padres y las madres, con nuestras marcas Mustela y Babo Botanicals.
- > Para el bienestar con la edad, con una nueva oferta específica que transforma la percepción de la edad adoptando una visión global y positiva, y que ofrece soluciones de salud y bienestar que ayudan a cada persona a mantener su agilidad física, mental y social, a través de nuestras marcas lana, nuestros medicamentos y productos sanitarios, y nuestro observatorio «Edad y sociedad».
- > Para el bienestar de cuerpo y mente, aportando lo mejor de la naturaleza con nuestros ingredientes naturales.

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

1 COMPROMISO 1

Idear productos y servicios útiles para el bienestar, de diseño eco-socio-responsable y cada vez más inspirados en la naturaleza y 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.).

2 COMPROMISO 2

Contribuir a la consecución de los objetivos climáticos planetarios, a la protección y 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.

3 COMPROMISO 3

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



Porque creemos que ayudar a las personas a crear 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.



4 COMPROMISO 4





Mobilizar a nuestras comunidades y nuestro ecosistema para construir juntos un modelo de negocio que tenga 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.

Objetivos	
	1• Aplicar un enfoque eco-socio-responsable en todas nuestras actividades
	2• Ampliar la naturalidad en nuestras ofertas
	3• Aumentar nuestro catálogo de productos y 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

Objetivos	
	1• Reducir la huella de carbono de acuerdo con los <i>Science Based Targets</i> en los scopes 1, 2 y 3
	2• Preservar y restaurar la biodiversidad en nuestras actividades a lo largo de toda nuestra cadena de valor

Objetivos	
	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

Objetivos	
	1• Encarnar un nuevo modelo de empresa
	2• Acompañar y movilizar a nuestros proveedores para lograr un impacto social y medioambiental positivo
	3• Apoyar una gran causa vinculada a la paternidad
	4• Mobilizar a nuestras comunidades y nuestros ecosistemas

La gobernanza de nuestra misión

Toda empresa con misión debe constituir un Comité de misión, independiente de los órganos existentes. Aval de la ejecución de nuestra misión, también es un Comité consultivo que nos estimula a avanzar en nuestras prácticas y nos orienta en la transformación de nuestras actividades.

¿Cuál es el papel del Comité de misión?

- Supervisar la ejecución de la misión.
 - Asegurarse de que la empresa dispone de los medios y recursos necesarios para avanzar en su misión.
 - Evaluar la eficacia de las acciones llevadas a cabo y la pertinencia de los indicadores de desempeño e impacto.
 - Presentar un informe anual, adjunto al informe de gestión, a la asamblea encargada de aprobar las cuentas de la empresa.
- Efectuar las comprobaciones que considere oportunas y obtener los documentos necesarios para supervisar la ejecución de la misión.
 - El Presidente del Comité facilita la constitución del colectivo, garantiza la independencia de los debates en el seno del Comité de misión, supervisa la calidad de los debates y la colegialidad de las decisiones del Comité de misión.
- FUENTE: COMUNIDAD DE EMPRESAS CON MISIÓN.



Los miembros de nuestro comité de misión

Fabienne Cournarie

Directora de Prevención
Sanitaria, Prevención Plural,
Grupo INTERIALE

Hélène Leriche

Doctora veterinaria y
doctora en ecología,
profesora consultora en
AgroParisTech

Sébastien Debrock

Director general de
Deshidratados Tropicales



Élisabeth Laville

Fundadora de la consultoría
estratégica de RSE Utopies
(think-tank francés y agencia
pionera en asesoramiento y
estrategias de desarrollo
sostenible desde 1993)

François Gemenne

Especialista en cuestiones de geopolítica
medioambiental y migraciones, autor
principal del IPCC, profesor en HEC París,
investigador acreditado por el FNRS en la
Universidad de Lieja (Bélgica) y director del
Observatorio Hugo



Angéline Rocherieux

Responsable de Marketing
y Grandes Cuentas Francia
de Expanscience

Pierre-Yves Gomez

Economista, doctor en gestión
y profesor de la Emlyon Business School
(Presidente de nuestro Comité de Misión)

Tabla resumen de indicadores por objetivo (1/4)

1

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2025	COMENTARIOS
Idear productos y servicios útiles para el bienestar, con un enfoque eco-socio-responsable y cada vez más inspirados en la naturaleza y en los seres vivos	Aplicar un enfoque eco-socio-responsable en todas nuestras actividades	% de nuevos ingredientes cosméticos y productos terminados, diseñados y fabricados durante el año, que siguen un enfoque eco-socio-responsable	100 %	100 %	100 %	En 2024 reforzamos nuestro enfoque eco-socio-responsable con la internalización de la competencia en análisis del ciclo de vida (ACV). En 2025 se realizaron más de 130 análisis simplificados del ciclo de vida de nuestros productos mediante la herramienta ASKOR⁽⁰⁾ . También hemos puesto a prueba el enfoque del biomimetismo a través de un proyecto piloto. Nuestra misión al servicio del bienestar sigue guiando el desarrollo de nuestra oferta - cada vez más útil y al servicio de la familia con el lanzamiento en Francia del champú en crema para cabello rizado de Mustela, que facilita el día a día de las familias de niños con cabello rizado - al servicio del bienestar con la edad mediante el lanzamiento internacional de nuestra gama lana, compuesta por productos tópicos y complementos alimenticios formulados a base de principios activos de origen vegetal para el bienestar de las articulaciones - siempre de origen natural, con el lanzamiento de nuestro primer ingrediente nutracéutico, Tulsinity, certificado como ecológico y cultivado según estrictos estándares de agricultura regenerativa y comercio justo (AB(1), ROC(2), Fair for Life(3)), que ayuda a aliviar una amplia gama de síntomas, incluido el estrés cotidiano.
	Aumentar la naturalidad de nuestros productos	% de nuestros principios activos cosméticos son de origen natural	100 %	100 %	100 %	
		% de ingredientes de origen natural en todos los productos Mustela	96 %	≥ 95 %	96 %	
		% de ingredientes de origen natural en todos los productos Mustela	99 %	NA	99 %	
	Desarrollar nuestro catálogo de productos y principios activos ecológicos y de comercio justo	% de ingredientes cosméticos con certificación ecológica, de comercio justo o equivalente	42 %	≥ 42 %	43 %	
		% de fórmulas Mustela fabricadas durante el año con certificación Cosmos Organic	15 %	≥ 15 %	17 %	
		% de fórmulas tópicas de lana fabricadas durante el año con certificación Cosmos Organic	66 %	NA	66 %	
	Inspirarnos cada vez más en la naturaleza y en los seres vivos para nuestras innovaciones	Proyecto piloto con Ceebios	NA	Un proyecto piloto	Piloto realizado	

(0) [https://askor.eco/de-conformidad-con-las-normas-ISO-14040-e-ISO-14044-siguiendo-la-metodologia-de-la-Huella-Ambiental-del-Producto-\(PEF\)](https://askor.eco/de-conformidad-con-las-normas-ISO-14040-e-ISO-14044-siguiendo-la-metodologia-de-la-Huella-Ambiental-del-Producto-(PEF))

(1) AB: agricultura ecológica / (2) ROC: Regenerative Organic Certified® <https://regenorganic.org/> (3) www.fairforlife.org

Tabla resumen de indicadores por objetivo (1/4)

1

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2025	COMENTARIOS
Idear productos y servicios útiles para el bienestar, con un enfoque eco-socio-responsable y cada vez más inspirados en la naturaleza y en los seres vivos	Proponer productos y servicios útiles que contribuyan al bienestar	% de contenidos sobre empoderamiento de los padres y madres destacados en las redes sociales de Mustela	39 %	≥ 51 %	51 %	Para Mustela, estar al lado de los padres y madres también significa reflejar sus realidades , darles acceso a información que les ayude en su función , pero también acompañarlos hacia cambios de prácticas . Para ello, nuestras diferentes filiales de todo el mundo han seguido difundiendo en 2025 contenidos de empoderamiento ⁽⁴⁾ para padres y madres en las redes sociales.
		Además para Mustela: menciones positivas en escucha social	63 %	≥ 63 %	62 %	Nuestro objetivo de menciones positivas en el análisis de redes sociales está prácticamente alcanzado y se mantiene estable con respecto al año anterior.
		Cuadrícula de salud responsable aplicada a los desarrollos de reumatología	Aplicación y puesta a prueba de la tabla de evaluación de la salud responsable en los nuevos proyectos de «Bienestar en la tercera edad» en la fase de anteproyecto	Aplicación y puesta a prueba de la tabla de evaluación de la salud responsable en los nuevos proyectos de «Bienestar en la tercera edad» en la fase de anteproyecto	Continuación de la aplicación y puesta a prueba de la tabla	En 2024 concretamos nuestro enfoque de una salud más responsable mediante la definición de una «carta de salud responsable» . En 2025 continuamos profundizando en ella y mejorándola para que, a la larga, sirva de brújula y oriente toda nuestra oferta en torno al bienestar de mujeres y hombres, indisoluble de la salud del planeta y de las comunidades humanas.

Tabla resumen de los indicadores por objetivo (2/4)

2

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2025	COMENTARIOS
Contribuir a la consecución de los objetivos climáticos mundiales, así como a la protección y la regeneración de la biodiversidad	Reducir la huella de carbono según SBT en los scopes 1, 2, 3	Emisiones totales en teq CO ₂	60 894	<60 894	64 610	<p>Nuestra trayectoria de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero ha sido validada desde 2023 por la iniciativa Science Based Targets, que reconoce su compatibilidad con el objetivo de limitar el aumento de las temperaturas globales a 1,5 °C con respecto a los niveles preindustriales, en consonancia con las recomendaciones científicas sobre el clima. Nuestras emisiones en 2025 son inferiores a las de nuestro año de referencia, 2019 (-920 t frente a 65 530 t), y la intensidad de carbono ha disminuido un 31 % (frente a 246 teqCO₂/millón de euros de facturación en 2019), lo que demuestra que se está produciendo una descorrelación con respecto a la facturación. En 2025 nuestra huella de carbono es superior a la del año anterior por primera vez desde 2022. Esto se debe principalmente al aumento de los volúmenes producidos, vendidos y entregados, a pesar de una gestión más rigurosa de nuestra trayectoria gracias (entre otras cosas) a la implantación de presupuestos de carbono y a la preparación de medidas de reducción a medio plazo.</p> <p>El año 2026 será un año de importantes inversiones en la descarbonización, entre las que destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - inversiones para la construcción de una plataforma de calor y frío destinada a centralizar la producción de frío, recuperar el calor residual generado y reducir el consumo de gas en un 49 % (en comparación con 2019) - inversiones en un «rediseño» a gran escala de los productos de nuestra marca Mustela, que incluye: una reducción del peso de los envases, más fórmulas en formato recargable y un aumento significativo del uso de plástico reciclado en los envases. <p>Estas inversiones provocarán un aumento de nuestra huella en 2026, para luego traducirse en una reducción a partir de 2027/28.</p>
		Intensidad de carbono en teqCO ₂ /M€ CA	167	<148	170	

Tabla resumen de los indicadores por objetivo (2/4)

2

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2025	COMENTARIOS
Contribuir a la consecución de los objetivos climáticos mundiales, así como a la protección y la regeneración de la biodiversidad	Preservar y restaurar la biodiversidad en nuestras actividades a lo largo de toda la cadena de valor	Huella de biodiversidad	NA	Objetivos para 2030 de reducción del impacto sobre la biodiversidad	Objetivos para 2030	Paralelamente a la continuación de los planes de acción en nuestras cadenas de suministro de materias primas vegetales para nuestros ingredientes naturales, hemos fijado objetivos cuantificados de biodiversidad para nuestras principales cadenas de suministro de materias primas vegetales, inspirándonos en el marco SBTn (Science Based Targets for Nature). Estos objetivos fundamentales se centran tanto en la mejora de las prácticas agrícolas como en la restauración del funcionamiento de los sistemas naturales mediante la lucha contra la deforestación y la conversión de los suelos . Así, hemos definido nuestra política de transición de las materias primas vegetales ⁽⁵⁾ , que forma parte de un proceso iniciado en 2022, en el que identificamos nuestras dependencias, riesgos e impactos sobre la biodiversidad, calculamos nuestra huella ⁽⁶⁾ en 2023 y, posteriormente, confirmamos nuestros retos clave en un análisis de doble materialidad en 2025. Con el fin de ayudar a nuestros socios a adoptar prácticas agrícolas más respetuosas con el funcionamiento de los ecosistemas naturales, hemos desarrollado una tabla de evaluación de las prácticas agrícolas sobre el terreno con criterios medioambientales y sociales, basada en datos científicos y con una visión global. Incluye tanto objetivos de resultados como de medios. Es el resultado de un proceso de creación basado en la cooperación y la colaboración. En 2025 participamos además en la CEC (Convención de Empresas por el Clima) Agri-Agro en Francia para replantearnos colectivamente la transformación necesaria.
		% de las cadenas de suministro de nuestras materias primas naturales evaluadas según normas reconocidas que promueven prácticas respetuosas con el medio ambiente o que lo regeneran (a través de UEBT, Bio, ACS, FairWild, Fair For Life, ROC, etc.)*	44%	≥ 45 %	46 %	

(5) Nuestra política de transición en materia de materias primas vegetales se basa en normas e iniciativas de terceros con las que la empresa se ha comprometido, tales como la UEBT, el Protocolo de Nagoya, la SBTi, Fair For Life, Cosmos Organic y TRASCE.

(6) Medición cuantitativa de los 5 factores de presión identificados por la IPBES (*Plataforma Intergubernamental sobre Biodiversidad y Servicios Ecosistémicos*) mediante la herramienta Global Biodiversity Score.

Tabla resumen de los indicadores por objetivo (3/4)

3

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2025	COMENTARIOS
Ayudar a nuestros empleados a ser protagonistas 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 %	<p>Seguimos implantando nuestra «Care Policy», que ofrece una base de protección social para nuestros empleados en todo el mundo, con medidas ejemplares en materia de conciliación familiar, bienestar con la edad y apoyo en situaciones de vulnerabilidad.</p> <p>Dado que la salud mental en el trabajo es fundamental para el bienestar general de los empleados y empleadas, también seguimos con nuestra estrategia de prevención de riesgos psicosociales (RPS). En 2025 pusimos en marcha una línea de atención telefónica (24/7) para todo el grupo. En 2027 nuestro objetivo es que el 100 % de los directivos de todo el mundo hayan recibido formación y que se organicen las primeras sesiones para los empleados y empleadas que no ocupan puestos directivos.</p> <p>Además, a finales de 2025 firmamos la carta de compromiso para la salud mental en el trabajo⁽⁷⁾ y obtuvimos el sello «Cap Handeo»⁽⁸⁾, que reconoce nuestras iniciativas en favor de los cuidadores.</p> <p>Para medir el impacto de estas medidas a largo plazo, nos basamos en la certificación Great Place To Work.⁽⁹⁾ En 2025 el 100 % de nuestras filiales en Francia y en el extranjero obtuvieron la recertificación por tercer año consecutivo, con resultados en constante aumento desde hace tres años, en particular un «Trust Index»⁽¹⁰⁾ del 77 % (+10 puntos), una «percepción global» del 80 % (+14 puntos) y un índice de «orgullo» del 81 % (+7 puntos).</p>
	Definir políticas y normas para garantizar la diversidad y la inclusión	Índice de igualdad entre hombres y mujeres (Francia)	93	Índice de igualdad M/H (Francia) ≥98 ≥ 70 % sobre el índice de equidad (derecho, imparcialidad, justicia) en GPTW 2025	99 74 %	
	Permitir a nuestros empleados dedicar parte de su tiempo de trabajo a proyectos medioambientales o a actividades sin ánimo de lucro	% de los empleados de Expanscience en todo el mundo que tienen la posibilidad de participar	>80 %	100 %	100 %	

(7) <https://travail-emploi.gouv.fr/sante-mentale-au-travail-une-charte-dengagement-portee-par-lalliance-pour-la-sante-mentale>

(8) <https://www.handeo.fr/nos-labels-et-certifications/label-entreprise-engagee-salaries-aidants/> (9) <https://www.greatplacetowork.fr/>

(10) El Trust Index es un índice de la encuesta GPTW que evalúa la percepción de los empleados y determina en qué medida una empresa se considera un «Great Place to Work» (es decir, una empresa en la que se trabaja bien).

Tabla resumen de los indicadores por objetivo (4/4)

4

OBJETIVO ESTATUTARIO	OBJETIVO OPERATIVO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2025	COMENTARIOS	
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	Encarnar un nuevo modelo empresarial	Puntuación B Corp	NA	Obtener la recertificación B Corp, con una puntuación \geq 108,5	121,7	En 2025 Expanscience obtuvo la recertificación B Corp por tercera vez, con una mejora de +13,2 puntos respecto a 2022 y de +23 puntos respecto a 2018.	
	Apoyar y movilizar a nuestros proveedores para lograr un impacto social y medioambiental positivo	% de proveedores estratégicos a escala mundial evaluados en EcoVadis					En 2025 organizamos la tercera edición del «Suppliers' Day», que diseñamos conjuntamente los primeros pasos de un programa de capacitación para proveedores en materia de RSE que se pondrá en marcha a partir de 2026. Además, hemos seguido supervisando el compromiso social de nuestros proveedores estratégicos a través de EcoVadis, ampliándolo a los proveedores estratégicos de nuestras filiales. Asimismo, hemos firmado la carta «Relaciones con los proveedores y compras responsables» elaborada por el mediador empresarial y el Consejo Nacional de Compras (Francia).
		- Francia y sede central	100%	100 %	100 %		
		- Filiales	NA	67 %	75 %		
	Puntuación media de estos proveedores en EcoVadis						
- Francia y sede central	67,78	\geq 55	70,9				
- Filiales	NA	\geq 55	56,6				
Apoyar una causa importante relacionada con la parentalidad	% de las filiales que han iniciado una acción exterior en el marco de esta causa elegida	100 %	100 %	100 %	Todas nuestras filiales siguen movilizándose en favor de la causa que han elegido. Nuestra filial italiana, que aboga por la igualdad parental, ha obtenido además la «certificación de igualdad de género» en la empresa, ⁽¹¹⁾ al tiempo que sigue defendiendo los intereses de los padres y madres.		
Movilización en nuestras comunidades y nuestros ecosistemas	% de nuestras entidades corporativas y filiales que participan en iniciativas comunitarias con un impacto positivo	77 %	\geq 70 %	77 %	Hemos mantenido e intensificado nuestras dinámicas colectivas mediante la creación conjunta en 2025 de un colectivo farmacéutico dedicado a la experimentación de nuevos servicios y a la evolución del modelo de las farmacias en Francia, conciliando la salud económica, humana y ₁₄ medioambiental.		

(11) <https://international.afnor.com/boutique/type-de-prestation/certifications-de-systemes-de-management/certification-egalite-sexes-uni-pdr-1252022/#:-:text=La%20certification%20selon%20UNI%2FPdR,des%20objectifs%20pr%C3%A9cis%20d'am%C3%A9lioration.>

Conclusión del Comité de misión

FABIENNE COURNARIE,
SÉBASTIEN DEBROCK, FRANÇOIS GEMENNE,
PIERRE-YVES GOMEZ, ELISABETH LAVILLE,
HÉLÈNE LERICHE Y ANGÉLINE ROCHERIEUX

El Comité de misión se reunió el 21 de abril de 2026 para examinar el informe provisional de la misión de 2025, evaluar los resultados obtenidos en relación con los objetivos fijados y debatir las perspectivas de futuro. Esta reunión, celebrada en un ambiente de trabajo exigente, pero también cordial y muy cooperativo, fue la última del Comité en su composición actual. Por lo tanto, el presente dictamen sirve también como punto de partida para el futuro comité.

En primer lugar, el Comité desea destacar la evolución muy positiva de la estrategia de expansión de la empresa en los últimos cuatro años. Expanscience ha tomado buena nota de las observaciones expresadas en los años anteriores sobre las posibles discrepancias entre su modelo de negocio y su ambición. El trabajo realizado, sobre todo en los dos últimos años, ha permitido reducir esta brecha, reforzar la coherencia entre la estrategia y la misión, y convertir esta última en un principio más determinante en las decisiones futuras de la empresa. El Comité observa, por tanto, una reorientación, una menor dispersión y un avance hacia una mayor madurez del enfoque. En general, los resultados de 2025 parecen sólidos. La gran mayoría de los objetivos fijados por la empresa se alcanzan y, a menudo, se superan. El Comité desea destacar, en particular, los avances logrados en materia de biodiversidad, que ahora constituye un ámbito de trabajo mejor estructurado. La empresa ya no se encuentra únicamente en una fase exploratoria, sino que ha fijado objetivos cuantificados en materia de biodiversidad para 2030 en sus principales cadenas de suministro de materias primas vegetales, inspirándose en el marco SBTN.

ha aumentado hasta el 46 % la proporción de sus cadenas de activos naturales evaluadas según normas reconocidas que fomentan prácticas respetuosas o regenerativas, superando el objetivo fijado; además, ha profundizado en su política de transición de las materias primas vegetales y ha elaborado una tabla de evaluación de las prácticas agrícolas sobre el terreno, basada en un enfoque a la vez científico, sistémico y colaborativo. El Comité considera que estos elementos suponen todo un cambio de escala: aunque los resultados aún están por ver, la cuestión de la biodiversidad empieza a abordarse no como un elemento secundario, sino como una dimensión fundamental de la cadena de valor.

El Comité destaca asimismo la calidad de los resultados obtenidos en materia social y de recursos humanos. Estos resultados confirman que la misión no solo recae en las funciones centrales, sino que los equipos la asumen cada vez más como propia. La recertificación al 100 % de las filiales de Great Place To Work por tercer año consecutivo, el índice de igualdad de género, que ha alcanzado el 99 en Francia, la obtención de una puntuación de 74 en el índice de equidad interna, así como la ampliación a todos los empleados y empleadas de la posibilidad de participar en proyectos de interés medioambiental o social, son indicadores significativos. El Comité desea asimismo destacar la importancia de las medidas adoptadas en materia de salud mental en el trabajo, ya sea la línea de atención telefónica implantada a escala del grupo, la firma de la carta de compromiso para la salud mental en el trabajo o la obtención del sello Cap Handeo. Estos resultados demuestran que Expanscience no considera las cuestiones humanas como un mero aspecto secundario, sino como uno de los requisitos internos que dan credibilidad a su misión.

No obstante, el principal motivo de preocupación sigue siendo el carbono. Es en este punto donde la brecha entre las ambiciones y los resultados sigue siendo más evidente. Es cierto que la trayectoria de reducción de emisiones sigue estando reconocida por las SBTi, y que las emisiones de 2025 siguen siendo inferiores a las del año de referencia 2019, con una intensidad de carbono que también ha disminuido durante ese período. Sin embargo, en comparación con 2024, la situación empeora: las emisiones totales alcanzan los 64 610 teqCO₂ y la intensidad de carbono los 170 teqCO₂ por millón de euros de facturación, lo que supone superar los objetivos de 2025. El Comité considera importante dejar claro que estos malos resultados no reflejan una falta de compromiso. Más bien pone de manifiesto una tensión estructural entre el crecimiento de la actividad, el calendario de inversiones en descarbonización y el propio modelo de negocio.

Las importantes inversiones realizadas en construcción, en particular en las instalaciones de Épéron, y en la evolución de los envases y formatos de los productos, son coherentes e incluso necesarias; sin embargo, sus efectos se dejarán sentir más adelante, mientras que su huella de carbono lastra los resultados a corto plazo. Por lo tanto, el Comité considera que el carbono es hoy en día el indicador más revelador de que Expanscience ha entrado en una fase más exigente: aquella en la que la misión solo podrá avanzar de forma sostenible a costa de ajustes más profundos en el modelo económico. La implantación de herramientas transversales de transformación (la Portfolio Transformation Tool, que tiene en cuenta la utilidad, el negocio y el impacto) demuestra que la empresa ha comprendido perfectamente lo que está en juego.

El Comité desea además destacar los avances logrados en las prácticas de cooperación con el ecosistema. Este punto le parece decisivo, ya que pone de manifiesto que la misión deja de concebirse únicamente dentro de la empresa para centrarse en transformar sus relaciones con los eslabones anteriores y posteriores de la cadena de suministro. La recertificación B Corp con una puntuación muy alta de 121,7, la creciente importancia de la evaluación EcoVadis de los proveedores estratégicos, la ampliación de esta iniciativa a las filiales, la organización de una tercera edición del Suppliers' Day, así como la firma de la carta de «Relaciones con los proveedores y compras responsables», dan fe de un esfuerzo real por movilizar a toda la cadena de valor. El Comité toma nota asimismo con interés de la continuación de las iniciativas colectivas en el ámbito territorial, en particular la creación conjunta de un colectivo farmacéutico dedicado a la puesta a prueba de nuevos servicios y a la evolución del modelo de las farmacias, con el objetivo de conciliar la salud económica, humana y medioambiental. Lo ve como una señal alentadora de la capacidad de Expanscience para convertir su misión en un motor de transformación cooperativa.

De cara a los próximos años, el comité considera que la empresa entra ahora en una fase más decisiva, y también más difícil, de su trayectoria. Los primeros años sirvieron para fijar los objetivos y, posteriormente, para buscar una mayor coherencia. La etapa que se inicia es la de la gestión a largo plazo, con las decisiones que esto implica. Habrá que profundizar aún más en la relación entre la estrategia y la misión, adaptarnos mejor a la diversidad de contextos locales en las filiales y asumir que algunos avances requerirán no solo innovaciones, sino también renuncias que nos brindarán la oportunidad de cuestionar y replantearnos el modelo de negocio para lograr una mayor coherencia con la misión y sus objetivos.

Por último, el Comité reitera su apoyo al equipo encargado de la gestión de la misión y valora la sinceridad, el rigor y la calidad del diálogo establecido con él. Destaca la importancia de la elección de los miembros del futuro comité, que deberán acompañar a una empresa que ya se encuentra en una trayectoria sólida, pero que ahora se enfrenta a sus retos más decisivos.

*El bienestar
está en
nuestras manos*
