

A hand holding a paintbrush with a black handle and a silver ferrule is applying paint to a surface. The paint is a gradient of colors, starting with a bright yellow-green on the left and transitioning through various shades of green and teal to a dark blue on the right. The brush is positioned diagonally, with the bristles touching the surface. The background is a plain, light color.

colart

Rapport de durabilité
2019-2020

Responsable de la durabilité	04
Le mot du PDG	05
KPI	06
Résumé de la stratégie	08
Tendance en matière de durabilité	10
Lindénguppen	11
Actualités de nos marques	13
Marketing et typologie des acheteurs	16
Gouvernance	18
Chaîne d'approvisionnement	19
Numérique	20
NPD	22
Elephant West	23
Notre personnel	25
Partenariats et actions caritatives	31
Empreinte	33
SVHC	34
Impact social	35
Actualités des sites	36
Durabilité 2.0	44





Créer
notre avenir
ensemble

Vue d'ensemble

Responsable de la durabilité

Nous avons réalisé des progrès importants concernant les engagements pris en matière de durabilité au cours de ces dernières années ; il est maintenant temps d'aller plus loin.

Pour parvenir à nos objectifs de durabilité, ces aspects doivent faire partie intégrante de notre activité, à travers le développement de nos produits, neufs ou existants, et pour l'intégralité de la chaîne d'approvisionnement sur tous les sites de Colart. Cela garantit ainsi la responsabilité sociale et environnementale de notre entreprise, capable d'employer des méthodes vertueuses pour commercer. Pour la population et pour la planète.

Nous lançons cette année notre plan Durabilité 2.0 sur 5 ans, avec des KPI et des cibles précis. Vous les trouverez dans ce rapport. Nos ambassadeurs en matière de durabilité continueront à impulser des changements sur leurs sites respectifs.

Au cours de l'année 2020, Colart a fait face à des défis sans précédent en raison de la pandémie de Covid 19. Depuis le tout début, notre priorité absolue a été la sécurité de nos employés. Tout d'abord en Chine, puis en Europe, au Royaume-Uni et aux États-Unis, nous avons pu apprendre, nous adapter et agir rapidement à la situation en partageant des idées et des bonnes pratiques, ainsi que des équipements tels que les masques et d'autres matériels de protection. Nous continuons à évoluer en parallèle de la situation et à mesure que nos sites redémarrent après une période de fermeture, nous nous pencherons sur ces conclusions pour tirer les potentiels avantages durables de cette crise, comme l'évolution des méthodes de travail avec des nouvelles technologies, qui pourraient réduire les besoins en matière de transport et d'énergie, et améliorer la santé et le bien-être de nos équipes.

En qualité de responsable de la durabilité ainsi que de membre de l'équipe dirigeante, je m'assurerai d'être transparent et de donner suites aux idées autant que possible.

Richard Llewellyn

Responsable de la durabilité



**Le plan
durabilité 2.0**
en 5 ans
commence
maintenant



Les KPI
et les cibles
précis en place

Le mot du PDG

Inspirer chaque artiste dans le monde.

Notre vision concrète pour « Inspirer chaque artiste dans le monde » tient véritablement une place centrale au sein de notre société, et tout ce que nous faisons chez Colart est à la hauteur de cette aspiration. Notre offre de plus de 17 000 produits se vend dans plus de 120 pays, permettant à des millions de personnes créatives de s'exprimer à travers des techniques les plus colorées et significatives possibles.

La durabilité représente pour nous bien plus qu'une simple mode susceptible de disparaître un jour. Nous n'adoptons pas de stratégie d'éco-blanchiment pour prétendre être impliqué. Nous prenons la durabilité très au sérieux, comme l'exprime parfaitement bien notre mission : « Pour fournir des outils et des services créatifs durables ».

La réduction de notre impact environnemental et l'amélioration de notre responsabilité sociale tout en réalisant des bénéfices sont pour nous plus que des engagements moraux. Nous sommes convaincus que cela représente de la valeur ajoutée à long terme pour notre entreprise. Il reste bien évidemment beaucoup à faire, mais nous avons pris des mesures concrètes telles que la réduction des matières plastiques dans nos emballages, l'introduction de peintures sans cadmium, l'augmentation du nombre d'heures de travail communautaire, et nous avons renoué avec les bénéfices. Ces exemples parlent d'eux-mêmes, et signifient que nous « mettons en pratique nos engagements en matière de durabilité ».

À présent, en 2020, après trois années de transformation structurelle, nous sommes entrés dans une phase de stabilité qui donne à Colart la confiance nécessaire à un engagement plus poussé en matière de durabilité. Nous avons fixé des cibles ambitieuses pour 2025, comme vous pourrez le voir dans ce rapport, et grâce à notre attitude positive alimentée par nos croyances inébranlables, nous réussirons à atteindre nos objectifs de durabilité dans les années à venir.

Dennis van Schie

Colart PDG



KPI



ÉNERGIE

Notre objectif est de continuellement réduire notre consommation d'énergie et d'utiliser des énergies renouvelables lorsque cela est possible.

13,52 £

par kWh consommé
+2.9 % depuis 2018

+11,2 %
d'augmentation
de consommation
d'énergie

depuis 2018

Dans le cadre des cibles que nous nous sommes fixées, nous espérons atteindre nos objectifs.



Augmentation
de 4%

en proportion d'énergie renouvelable

En 2020, nous travaillerons au **développement d'une nouvelle stratégie d'achat d'énergie** pour entamer la **transition vers les énergies renouvelables**.



INTEGRATION ET DIVERSITÉ

Nous mesurons actuellement le genre en fonction de nos nouveaux niveaux de gestion 3-5



Hommes **75 %**



Femmes **25 %**



Objectif **50 %**



KPI



IMPACT SOCIAL

3 886 heures

temps passé au sein de la communauté

3 342 PPM

par rapport à la cible de 5 000 ppm (parties par million)

29 %

de tous nos fournisseurs ont été évalués sur la base de notre code de conduite fournisseur

67 %

de tous nos nouveaux fournisseurs ont été évalués sur la base de notre code de conduite fournisseur



DÉCHETS

-35,3 %

de déchets au total sur 12 mois

-15,5 %

de déchets dangereux sur 12 mois

31 %

de tous les déchets recyclés (Objectif : 50 %)



MALADIE

Notre objectif est de surveiller les taux de congés maladie afin d'identifier tout problème potentiel.



2 %

niveau de maladie



Par rapport à une cible de moins de

3 %



ACCIDENTS

La cible de Colart est de **zéro accident industriel**

17

accidents industriels en 2019

5132.5 heures

de temps perdu en 2019



MISE À JOUR SVHC

Les substances extrêmement préoccupantes (SVHC) sont des produits chimiques qui finiront pas être interdits en raison de leurs impacts sur l'environnement et sur la santé.

Chiffres basés sur les données de 2015 VS reformulations mises en œuvre au sein des processus de fabrication à ce jour.

Réduction de 67 %

du nombre de matières premières contenant des SVHC.

Réduction de 83 %

du nombre de pâtes contenant des SVHC.

Réduction de 57 %

du nombre de produits contenant des SVHC.

Résumé de la stratégie



Objectifs
partagés dans le monde entier



Résumé de la stratégie

PERSONNES

Nous comptons impulser des changements d'ordre culturel à tous les niveaux et dans tous les aspects de notre activité, à travers une communication d'informations et un apprentissage constants. Nous partagerons les idées en interne, mais également en externe auprès de collègues, de fournisseurs, de clients et de consommateurs.



Sécurité sanitaire et bien-être :

Nous souhaitons mettre à disposition de notre communauté dans le monde un environnement de travail sûr et durable. En favorisant une culture de la sécurité, nous pouvons réduire le nombre d'accidents et ainsi protéger notre atout principal : notre personnel. Nos engagements en matière de bien-être sont au cœur de toutes nos activités.



Impact social :

Nous poursuivons notre engagement auprès des communautés locales, en promouvant et en offrant aux employés des opportunités offrant qui les aideront à attirer les plus talentueux, à impliquer, à développer et à conserver les employés.



Le bien-être
est au cœur de
toutes nos activités



OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLES (ODD)

Colart a adapté une nouvelle compréhension des ODD et de ce qu'ils signifient pour les personnes, en communiquant sur un ODD chaque semaine via une communication globale. Cela nous permettra d'intégrer plus avant les objectifs et de mieux suivre leur progression à l'avenir.

APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

Nous avons pris des engagements forts concernant les normes d'approvisionnement en matériaux et en services pour nos produits, tout en améliorant continuellement la qualité et en faisant baisser les coûts. Nous mettrons en place une chaîne d'approvisionnement à la fois transparente et éthique, et nous déploierons des programmes d'audit internes et externes pour garantir les plus hauts niveaux de conformité juridique environnementale, ainsi que pour nous assurer de la préservation des droits de l'homme. La réduction de notre impact environnemental va constituer un objectif clé dans le cadre de notre stratégie 2025. Celle-ci intégrera une stratégie d'emballage pour nous aider à identifier les matériaux les plus durables pour nos produits, à réduire nos émissions de gaz à effet de serre, ce qui se traduira par une réduction de nos déchets ainsi que de notre consommation énergétique.

PRODUITS



Développement des produits :

Nous donnerons à la durabilité un rôle central dans nos processus d'innovation et de conception, concernant le développement de produits nouveaux et existants dans notre portefeuille.



Emballage :

Nous nous assurerons de ne pas utiliser plus d'emballages que nécessaire, et que ceux que nous utilisons soient dérivés de sources durables et puissent être réutilisés ou recyclés.

ENVIRONNEMENT



Déchets :

Nous mesurerons et définirons des cibles pour supprimer, réduire, réutiliser et recycler les déchets à travers nos chaînes de production et d'approvisionnement. Nous suivrons les progrès réalisés et réévaluerons les cibles dans le cadre de notre plan d'amélioration continue.


Travailler à la
stratégie
de 2025

Tendance en matière de durabilité

La durabilité reste au cœur des préoccupations mondiales, et les entreprises ont un rôle à jouer.



ATTÉNUATION DU CLIMAT

Un objectif plus important que jamais. Nous disposons seulement de 10 ans pour diviser par deux nos émissions de gaz à effet de serre, et ainsi circonscrire le réchauffement climatique à une augmentation de 1,5 degrés.



SOLUTIONS CIRCULAIRES

Que ce soit dans les secteurs de l'alimentation, de la mode, des produits électroniques et de la construction, les initiatives en matière d'économie circulaire (réutiliser au maximum les ressources pour en extraire la plus grande valeur possible) continueront à prendre de la vitesse en 2020, en favorisant l'innovation et en bouleversant les modèles commerciaux.



MATIÈRES PLASTIQUES

Les inquiétudes concernant les matières plastiques vont grandissant ces dernières années, non seulement pour le consommateur final, mais au sein de l'industrie ainsi que pour les gouvernements qui doivent établir des législations encadrant la manière dont les entreprises devront rester en conformité à l'avenir.



CONSOMMATION DURABLE

Avec une population mondiale sensée atteindre 8,5 milliards d'individus d'ici 2030, ainsi qu'une classe moyenne en constante augmentation, avec 3 milliards de personnes en plus dans les 20 prochaines années, il est essentiel de s'assurer que la consommation mondiale n'excède pas les limites de notre planète.



CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Nous avons identifié la matérialité pour notre entreprise en écoutant nos actionnaires, et en identifiant les tendances clés pertinentes pour Colart, afin de pouvoir définir des cibles jusqu'en 2025.



10 ans pour réduire les émissions de gaz à effet de serre par

50 %

Lindéngruppen

LA VISION DU GROUPE

L'objectif de Lindéngruppen est d'acquérir et de développer des entreprises prospères pour ouvrir la voie vers un monde durable. Il compte créer une valeur sociétale partagée et durable à travers ses entreprises. Pour ce faire, il est nécessaire de créer du sens pour ses employés, ainsi que de la valeur pour ses entreprises, ses clients, ses fournisseurs, leurs enfants, ses communautés locales et la société dans son ensemble.

Il travaille activement à soutenir ses entreprises pour minimiser les impacts négatifs et optimiser les avantages en matière d'environnement et d'impact sociétal.

Lindéngruppen dirige par l'exemple et présente un modèle commercial dont le but est de générer de la valeur sur le long terme.

Il met également à disposition une vision, des valeurs, un code de conduite, des directives et des priorités clairs que toutes leurs entreprises suivent à la lettre. Il demande également à toutes ses entreprises de présenter des rapports s'intégrant à leur cadre de travail en matière de durabilité. Cela concerne l'identification des problèmes matériels, la mise en place d'objectifs stratégiques clairs et le suivi continu des progrès réalisés.



Des valeurs
partagées et durables



Une vision et
un code de
conduite clairs





Inspirer
tous les artistes

Entreprise

Actualités de nos marques

**LEFRANC
BOURGEOIS**
PARIS

Lefranc Bourgeois a relancé sa gamme d'huiles Artistes en 2017, et nous avons été les premiers à proposer des peintures à l'huile sans cadmium. Nous préparons actuellement le lancement de 5 nouvelles couleurs sans cadmium pour la réédition de notre gamme de gouache Linel Artists en 2020.

- Les nouveaux sets sont en carton FSC et les nouveaux vacuform de plastique sont issus de matières plastiques modifiées.
- Les gammes de peintures pour enfants de Lefranc Bourgeois ont toutes été adaptées aux nouvelles réglementations en matière de biocides. La marque propose également des peintures au doigt, des crayons pour bébé, des couleurs de peintures totalement lavables pour les jeunes enfants à partir de 18 mois
- Les nouveaux emballages de pinceaux seront également étiquetés FSC
- Plus de 150 000 sets enfants LB ont été réédités, en utilisant des emballages en carton plutôt que plastique.

snazaroo™

Snazaroo intègre totalement la durabilité à ses valeurs. Voici quelques exemples de projets qui illustrent cela :

- Nous travaillons actuellement à la suppression de tous les plastiques noirs de nos emballages et avons intégré la durabilité à la feuille de route de nos produits
- Tous nos emballages carton sont actuellement recyclables et nous prévoyons de développer l'utilisation des papiers et cartons FSC/PEFC/recyclés pour l'intégralité de notre gamme de produits
- Les matières plastiques que nous utilisons pour nos emballages primaires sont en PET recyclé

L'ÉVÈNEMENT HALLOWEEN DE SNAZAROO ET DE LA GRACIE MANSION À NEW YORK

En collaboration avec Blick et avec le bureau du maire de la ville de New York, Snazaroo a fait don de plus de 3 600 mini-kits assortis dans le cadre de l'événement annuel que représente Halloween. Gracie Mansion, la résidence du maire de New York, ainsi que le terrain environnant ont été ouverts au public pour héberger une fête d'Halloween au profit des milliers de personnes sans domicile fixe et des enfants en famille d'accueil de New York.

L'événement était également ouvert au public et Snazaroo a tenu un stand de maquillage, l'une des attractions les plus populaires de la journée. L'espace s'est transformé en un événement hanté sur le thème d'Halloween avec du maquillage, des arts et métiers, de la musique, de la nourriture et des activités effrayantes. L'événement et l'effervescence ont été très gratifiants. Snazaroo a fait partie d'une formidable équipe de sponsors, au même titre que LEGO, Scholastic Education et Whole Foods Market.

La réutilisation d'inventaires de produits de bonne qualité en excédent issus de l'entrepôt a permis de faire un geste philanthropique, durable et de bonne volonté. Les produits en question ont été sortis de l'inventaire et ont donné lieu à une déduction fiscale dans la mesure où ils ont été utilisés dans le cadre d'un événement à but non lucratif. Snazaroo a fait grande impression auprès de milliers d'enfants. Cet événement a ouvert une nouvelle voie de gestion des produits en excédent, afin de prolonger le cycle de vie des produits et de réduire les dépenses liées aux dons et au maintien d'inventaires trop volumineux en entrepôt. Cet événement nous a permis de découvrir un moyen de servir la communauté tout en gérant les nombreux atouts de la marque pour favoriser l'engagement et améliorer notre notoriété.



Supprimer le
**plastique
noir**

de tous nos
emballages

snazaroo™



Lancement de
5 nouvelles

**couleurs sans
cadmium**

**LEFRANC
BOURGEOIS**
PARIS



Actualités de nos marques

Liquitex

DE L'ART POUR TOUS

Le soutien aux arts a toujours été au cœur de la philosophie de Liquitex. Le fondateur Henry Levison avait compris le rôle d'un bon fabricant d'outils pour les utilisateurs de ces équipements, à savoir les artistes et leurs communautés. Liquitex poursuit cette mission en soutenant les événements artistiques, les actions caritatives, et les initiatives de cohésion de la communauté dans le monde.

En 2019, Liquitex a lancé un partenariat global avec Sing for Hope, un organisme artistique à but non lucratif dont la mission est de transformer la vie des gens en utilisant le pouvoir des arts pour créer un monde meilleur. En tant que sponsor officiel dans le domaine de la peinture, Liquitex a soutenu le programme NYC piano de Sing for Hope, au cours duquel des pianos décorés par 50 artistes sont apparus durant l'été dans des parcs et des espaces communautaires dans les cinq arrondissements de New York ; chaque piano ayant été décoré à l'aide de peintures acryliques Liquitex. Avec des thèmes tournant autour du bonheur, de l'espoir, de l'inspiration et du vivre-ensemble, les conceptions

variées ont été peintes au sein d'un gigantesque studio communal équipé de la gamme complète des peintures, des outils et des médiums Liquitex. L'équipe de Liquitex a organisé un atelier technique pour former les artistes sélectionnés pour décorer les pianos

Les produits Liquitex ont été mis à l'épreuve sur des toiles 3D atypiques, et les artistes les ont utilisés pour réaliser des portraits appliqués grâce à des médiums de transfert direct, passer plusieurs couches, créer des effets graphiques expérimentaux et appliquer un vernis pour l'extérieur. Après quelques semaines passées à l'air libre, chaque piano a été transporté dans un nouveau lieu, comme une école, un hôpital, un centre pour vétérans, ou un centre communautaire, pour que le public puisse en profiter pendant de nombreuses années.

En novembre 2019, Liquitex a lancé l'édition londonienne de son partenariat à Elephant West, le nouvel espace artistique communautaire de l'Elephant Magazine. Le piano Sing for Hope de Londres, intitulé « Exprimez-vous », a été

conçu et peint par l'artiste renommé Stuart Semple, qui a généreusement fait don de son temps et de son talent pour ce projet. Le piano est resté à Elephant West pour que les gens puissent y jouer et en profiter, avant d'être donné à l'association Hospital Rooms qui l'a placé de manière permanente dans une unité de santé mentale NHS pour les adolescents, où il sera utilisé dans le cadre de leur programme de musicothérapie. Pour célébrer ce partenariat, l'équipe Liquitex a invité ses collègues de Colart du monde entier à contribuer à une installation artistique interne appelée « Painted Keys », comprenant des touches de piano peintes à la main, qui est désormais installée dans les bureaux d'Amérique du Nord.

LIQUITEX ACRYLIC : ACTUALITÉS DES ÉTIQUETTES

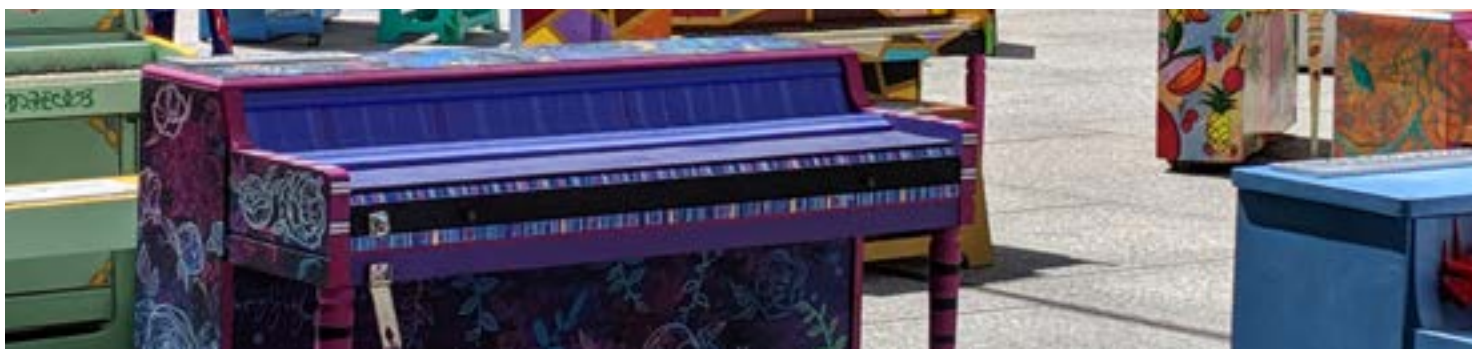
En 2019, nous avons lancé un nouveau procédé de production d'impression pour les étiquettes de médiums Liquitex pour peinture acrylique, directement sur la ligne de fabrication. Cela nous a permis de réduire le nombre de composants d'étiquettes de 116 à 24 formats maîtres. Les étiquettes d'emballage de médiums pour peinture acrylique étaient auparavant imprimées individuellement pour chaque produit spécifique.

Cette innovation a permis d'augmenter l'efficacité en matière de gestion, de réduire de 75 % l'espace de stockage, de réduire les déchets potentiels ainsi que les pertes financières, et d'améliorer l'agilité pour les modifications nécessaires des étiquettes, tout en maintenant l'image de marque de l'entreprise.

Réduction de 75 %
de l'espace de stockage

Réduction
des déchets potentiels

Meilleure agilité
pour répondre aux
modifications



Actualités de nos marques



INTRODUCTION DE NOUVELLES COULEURS D'HUILE ET DÉVELOPPEMENT DE LA GAMME

Winsor & Newton a continué à développer des alternatives plus durables sans faire de compromis sur les performances. Suite au lancement de huit aquarelles sans cadmium en 2019, la société lancera neuf couleurs d'huile en 2020. Ces peintures présentent les mêmes performances que les véritables couleurs au cadmium, telles que la force de la couleur, son éclat, et son opacité, et tout cela sans ajout de cadmium. Les peintures sans cadmium ont été homologuées, ce qui signifie qu'elles ne présentent aucune toxicité et aucun danger pour l'homme.

Winsor & Newton lance également huit nouvelles couleurs d'huiles Winton en 2020, également homologuées. Pour soutenir le lancement de ces couleurs Winton et sans cadmium, des tubes d'échantillons sont envoyés aux consommateurs pour qu'ils puissent les utiliser sur de longues périodes, plutôt que de les emballer dans des formats à utilisation unique et jetables. De plus, la gamme 200 ml de couleurs

d'huiles Artists' s'étoffe des 15 couleurs les plus populaires dans leur format 37 ml. Cela permet aux artistes d'acheter de plus grands tubes de ces peintures et d'utiliser moins d'emballage en évitant une multitude de petits tubes.

ART GRAPHIQUE W&N

En 2019, nous avons repensé notre volumineuse boîte à clapet en plastique et proposé des boîtes plus fines, pour un gain d'espace et une économie de 60 % de masse plastique.

Elles prennent 40 % moins de place en magasin, ce qui laisse de l'espace pour notre lancement NPD.

En 2020, nous développons notre gamme de Promarker, et proposons six nouveaux sets, notamment Manga et Tattoo.

De plus, la quantité minimale de commande des Promarker passe à trois, ce qui réduit le nombre de sacs plastiques utilisés pour emballer les feutres vendus à l'unité.

Nous réfléchissons au remplacement de nos sacs plastiques pour l'emballage de nos marqueurs Fineliner par un support en carton.

RÉÉDITION DES PAPIERS W&N

Les études menées auprès des consommateurs ont mis en évidence que nos clients remettent rarement en question la durabilité des produits achetés. Ils partent du principe que le papier est « systématiquement » écoresponsable.

Les détaillants s'interrogent de plus en plus sur les questions de durabilité, notamment sur la mise sous film plastique rétractable.

Nous avons décidé que :

- Tous les produits inclus dans la réédition seront issus d'Europe, à partir de sources durables (normes FSC/PEFC) et que nous garantirons une totale transparence de tous les processus d'approvisionnement.
- Tous les produits seront emballés sous film rétractable par l'entreprise MOO, et le site du Mans travaille à l'élaboration d'une alternative au plastique recyclable.
- Si les consommateurs ne parviennent pas à sentir la texture du papier emballé sous film rétractable, les détaillants pourront s'ils le souhaitent ouvrir un bloc de papier pour présenter le produit.
- W&N a amélioré sa communication concernant la norme FSC et la certification Hydro Power, permettant de mieux expliquer l'origine de l'emballage du papier

SETS AQUARELLE

À partir de 2020, nous retirons les emballages plastiques à usage unique du set de pinceaux d'aquarelle Cotman Winsor & Newton

Nous réfléchissons également à supprimer l'emballage plastique des demi-godets d'aquarelle de la marque.

CAMPAGNE DE COMMUNICATION « COULEUR EXPERTE. POSSIBILITÉS INFINIES »

Nous développons notre campagne « Couleur experte. Possibilités infinies », des aquarelles en 2019, aux huiles pour 2020/2021.

Tout en nous focalisant sur l'offre innovante d'huiles sans cadmium, nous incluons également notre gamme Artisan existante, comprenant des huiles hydrosolubles plus durables.

Nous incluons également notre médium « Sansodor », une alternative plus sûre du point de vue de la santé et de la sécurité, et recommandée par certaines écoles d'arts ayant interdit l'utilisation de la térébenthine et du white spirit dans leurs classes, au profit de solvants à faible odeur.

Marketing et typologie des acheteurs

LA TYPOLOGIE DES CONSOMMATEURS AU CENTRE DE NOS DÉCISIONS

L'année 2019 a marqué un changement dans notre approche d'utilisation des typologies des consommateurs comme moteur de nos initiatives et stratégies, de la reconception de nos sets d'aquarelle Cotman W&N pour améliorer la perception de la qualité de la marque et les intentions d'achat, ou du dialogue avec plus de 4 500 artistes issus de nos trois plus grands marchés, à savoir l'Amérique du Nord, le Royaume-Uni et la France, pour mieux comprendre ce qui motive le choix d'une marque plutôt qu'une autre pour nos différents segments de consommateurs, jusqu'au test de nos contenus de marque et de l'engagement généré auprès de notre base de consommateurs, pour en citer quelques unes.

Le fait d'écouter attentivement les exigences de nos consommateurs en matière de durabilité nous a aidé à créer des produits uniques pour célébrer les 300 ans d'existence de notre marque la plus ancienne, Lefranc Bourgeois, en lançant une boîte collector réutilisable, ainsi qu'une gamme de couleurs rechargeables uniques. Cela nous a également fourni une meilleure compréhension de la portée de l'innovation pour nos clients dans le contexte de nos produits, pour établir les fondements de notre stratégie d'innovation.

Ces initiatives (parmi d'autres) nous ont fourni des informations précieuses et fiables pour alimenter la prise de décisions éclairée concernant les aspects commerciaux et relatifs à la marque, tout en nous rapprochant de nos consommateurs.

CRÉER DE NOUVEAUX POINTS DE CONTACT POUR LES CONSOMMATEURS

Nous avons lancé notre première boutique éphémère sur notre marché national, au cœur du centre créatif de la ville de Londres (Coal Drop's Yard/Kings Cross) et avons pu ouvrir nos portes à nos consommateurs, leur permettant de visiter notre magasin physique installé pour quatre jours au mois de décembre 2019. Nous y avons présenté certains de nos tous derniers produits, de nos sets de marqueurs à emballage réduit, jusqu'à nos nouvelles couleurs d'aquarelle Jewel pour W&N. L'événement a été un immense succès, attirant plus de 2 000 consommateurs et rapprochant W&N de ses clients.

FAIRE PROFITER DE NOTRE EXPERTISE EN MATIÈRE DE COMMUNICATION À NOS PARTENAIRES DÉTAILLANTS (AEC)

Un atelier de formation AEC (Attirer, Engager, Convertir) sur mesure a été organisé et présenté aux équipes commerciales pour que toutes les forces de vente puissent aborder l'expérience des acheteurs de la même façon, afin de favoriser l'attrait de la catégorie, l'engagement pour nos produits et pour finir, la conversion en magasin dans le cadre de la continuité du programme « Red Hot Stores ».

Cette approche a cimenté nos relations avec nos meilleurs clients, les magasins Michaels, et initié des conversations chez nos principaux clients aux quatre coins du globe.



Marketing et typologie des acheteurs

EXPLOITER LA PUISSANCE DES DONNÉES POUR CRÉER UNE VISION D'ENSEMBLE DE « L'ÉTAT DU MARCHÉ NATIONAL » POUR NOS ÉQUIPES

Colart a été identifié comme le principal partenaire de travail pour le développement d'un rapport reconnu de l'EuACA concernant « l'État du marché des Matériaux d'Arts ».

À l'aide de plusieurs sources de données, notamment des rapports du secteur issus des organismes NAMTA et EuACA, des résultats de vente, ainsi que des projets de recherche menés pendant l'année, nous avons pu présenter des informations détaillées concernant notre secteur pour notre marque, pour nos équipes commerciales et numériques, afin d'influencer leurs stratégies pour mieux répondre aux besoins des consommateurs s'agissant de nos produits.

Ces informations ont également formé la base d'une analyse bien plus approfondie de notre secteur, qui a été présentée auprès du Conseil d'administration, et fera partie d'un plan à long terme visant à atteindre nos objectifs de croissance.

EuACA - European Artists Colours Association
NAMTA - The International Art Materials Association

QUELLE EST LA SUITE POUR 2020 ?

Il existe des projets de mise à l'échelle de nos initiatives en 2020, afin de capitaliser sur les fondements de notre réussite de 2019, tout en mettant en place de nouvelles capacités au sein de l'équipe pour nous aider à travailler plus étroitement en collaboration avec nos plus grands partenaires détaillants, à travers un partenariat de gestion de catégorie dédié.

D'autres initiatives de recherche alignées avec la stratégie marketing et commerciale devraient voir le jour afin de maintenir les typologies des consommateurs au centre de nos décisions, tout en développant nos points de contact consommateurs par le biais d'événements tels que le Chelsea Flower Show à l'été 2020, à mesure que nous souhaitons approfondir nos connaissances et proposer une expérience pour les acheteurs qui nous permettra de garder un temps d'avance sur la concurrence.

Le programme AEC sera développé pour intégrer les aspects numériques et fournir des directives de communication à 360°, tandis que nous réfléchissons à intégrer plus avant nos expériences physiques et en ligne.

L'objectif principal de toutes ces initiatives est de nous rapprocher de nos consommateurs et de nos clients, et de nous aider à promouvoir notre avancée en tant que pionnier incontesté du secteur.



Gouvernance

En 2019, Colart a renforcé son engagement de gouvernance à travers la mise à jour de notre code de conduite commun, en introduisant une politique de notification des abus ainsi qu'un registre des cadeaux, et des facilités de paiement, ce dernier point venant s'ajouter à la lutte contre la corruption, ou à l'acceptation par le personnel de cadeaux sortant du cadre des pratiques commerciales générales ou de la simple courtoisie en vertu du code de conduite.

Afin de garantir le respect des exigences en matière d'éthique et de comportement responsable mises à jour, chaque employé a été invité à confirmer son accord formel du code mis à jour ainsi que des politiques associées.

Pour renforcer cette acceptation et afin de promouvoir la compréhension de notre structure de conformité, Colart a continué à développer l'agenda de formation en lançant un programme en ligne pour la notification d'abus et la lutte contre la corruption. Cette formation sensibilise les employés en profondeur sur la manière d'utiliser EthicsPoint, notre portail de notification indépendant en ligne, pour exprimer des inquiétudes concernant des comportements inadaptés graves, tels que le vol, la fraude, la corruption, la violation de politiques, la malhonnêteté, le harcèlement, l'intimidation, la discrimination, les comportements contraires à l'éthique ou négligents, et les risques de sécurité sur le lieu de travail.

Une formation de recyclage a également été dispensée auprès de l'équipe de Leadership du Groupe Colart, concernant leurs responsabilités de direction dans le cadre du UK Companies Act 2006. Un registre permettant de recueillir les interactions entre les membres de l'équipe de direction et les concurrents a également été créé.

La gouvernance des litiges internationaux ainsi que de l'entité juridique sont désormais suivis de manière centralisée à travers des portails/registres respectifs pour garantir une gestion efficace des risques juridiques et liés à la conformité.



Chaîne d'approvisionnement

Colart continue à améliorer la transparence au sein de sa chaîne d'approvisionnement

UNE PLUS GRANDE ATTENTION À SEDEX

Sedex est un outil de chaîne d'approvisionnement éthique et social qui nous permet d'être transparents avec nos clients, et en retour, de fournir une plus grande transparence de nos fournisseurs. Nos propres activités sont auditées une fois par an afin de garantir la transparence de l'intégralité de notre chaîne d'approvisionnement

INITIER DES AUDITS FOURNISSEURS

L'une des principales composantes de notre chaîne d'approvisionnement est d'augmenter le nombre d'audits fournisseurs, dans la mesure où cet outil est une méthode efficace pour examiner la qualité d'un fournisseur en particulier, ainsi que les risques que celui-ci présente pour l'organisation globale, avant que cela ne devienne un problème. Grâce à une solution de gestion efficace de la qualité fournisseur, l'audit fournisseur peut être une simple formalité, et permettre d'identifier de graves problèmes bien en amont dans le cycle de production.

CDC FOURNISSEUR POUR TOUS LES FOURNISSEURS PRINCIPAUX

Tous les nouveaux fournisseurs de Colart ont signé notre propre code de conduite, et nous continuerons à le demander à tous les nouveaux fournisseurs avant de mettre la même chose en place auprès de nos fournisseurs actuels. Nous pouvons utiliser cet exercice pour mieux comprendre nos fournisseurs et mieux les soutenir si nécessaire.

En 2018, l'entreprise s'est efforcée de réduire son portefeuille pour tirer meilleur parti de ses relations commerciales avec les fournisseurs. Dans le même temps, une partie de notre stratégie logistique consiste à toujours disposer de fournisseurs alternatifs pour les composants et matières premières les plus critiques et ainsi éviter toute interruption de la chaîne d'approvisionnement. Cette année, les stratégies que nous allons élaborer concerneront surtout les matières premières, en raison des réglementations et du problème de rareté des ressources qui nous affecteront directement dans un avenir proche.

Colart continue de travailler avec Sedex et des outils de chaîne d'approvisionnement alternatifs tels que BSCI ou Ecovadis pour assurer la transparence continue des chaînes logistiques du groupe. Notre RFI interne fournit également un outil permettant d'évaluer les fournisseurs.

PRODUITS FINIS

Nous passons également en revue nos transactions et nous choisissons des sources d'approvisionnement plus proches des points de consommation. Cela nous aidera à réduire les délais, tout en réduisant notre impact carbone. Cela nous permettra également de nous rapprocher d'une chaîne d'approvisionnement durable de bout en bout pour cette catégorie de produits.



Une chaîne
d'approvisionnement
durable de
bout en bout
pour nos produits

Numérique

Colart poursuit sa quête de transformation numérique, l'augmentation de ses capacités en interne, la réduction de sa dépendance envers des partenaires externes coûteux, et la promotion de l'efficacité et de la simplicité de nos méthodes de travail.

L'année dernière, nous nous sommes focalisés sur le nouveau lancement des sites Web de Liquitex et de Snazaroo sur notre plateforme interne via Wordpress, et nous avons enregistré de meilleurs résultats à tout point de vue, que ce soit en termes de nombre de visites ou de nombre de ventes. Nous avons également migré l'Intranet vers Wordpress, ce qui l'a rendu bien plus simple à utiliser par nos employés. Depuis son lancement à la fin mai 2019 et jusqu'en février 2020, nous avons comptabilisé près de 6 000 vues de nos articles d'actualités, et plus de 464 commentaires sur notre mur.

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

En janvier 2020, nous avons lancé le site Web Lefranc Bourgeois en anglais : désormais, les artistes du monde entier peuvent découvrir cette marque exceptionnelle, riche de 300 ans d'histoire. En mettant à disposition les communications numériques en anglais, nous rendons Lefranc Bourgeois plus accessible dans le monde.

Durant le second semestre 2020, nous redéploierons le site Web de Winsor & Newton pour le Royaume-Uni, les États-Unis et le reste du monde. Il s'agit d'un projet de grande envergure et complexe qui permettra d'économiser des sommes d'argent importantes en abandonnant l'ancienne plateforme utilisée aujourd'hui, au profit d'une nouvelle. Le site Web sera plus simple à utiliser et à parcourir, fournissant des contenus riches sur nos produits et services, et permettant aux artistes d'accéder facilement aux informations susceptibles de les aider à améliorer leur pratique.

COMMUNICATIONS NUMÉRIQUE

Les activations numériques avec le consommateur, au cœur des contenus à valeur ajoutée, et plus globalement les services proposés à nos consommateurs, représentent des aspects essentiels pour nous. Grâce à l'activation de processus marketing automatiques sur notre site Web Liquitex, à travers la personnalisation, et à travers des programmes eCRM (outil de gestion électronique de la relation client) fonctionnant par e-mail, nous réduisons les déchets et sommes en mesure de fournir des contenus ciblant différents publics, ce qui se traduit par des expériences de marque plus pertinentes et une amélioration des relations client sur le long terme.

PORTAIL PIM ET B2B

Disposer d'une source mutualisée et vérifiée pour toutes nos données produit, notamment les descriptions de produit, les couleurs, les tailles, les tarifs, les données réglementaires, etc. C'est l'ambition de notre projet PIM (Gestion des informations produit). Avec plus de 246 000 points de données déjà présents dans le portail PIM, nous passons cette année à la vitesse supérieure de ce projet, dans la mesure où il améliorera l'efficacité au sein de nombreux services et équipes. Le portail PIM est étroitement connecté à la structure du portail B2B : un site Web de e-commerce fonctionnel, dédié aux petits clients et aux détaillants, afin de supprimer les commandes papier manuelles. Nous lancerons le portail durant le second semestre 2020.



L'Intranet a
l'engagement
des utilisateurs



+ de 12 000
questions de
consommateurs
chaque année



1.3 %
des questions sont
liés à la durabilité

Numérique

SERVICE CLIENT

Nous sommes fiers de nos activités de service client, avec plus de 12 000 réponses aux questions des consommateurs chaque année.

1,3 % de ces questions concernent la durabilité ou la responsabilité sociale. Les consommateurs au Royaume-Uni semblent particulièrement intéressés par ces sujets, et en termes de marque, les consommateurs de Snazaroo sont ceux qui montrent le plus grand engagement.

En matière de questions d'éthique et de durabilité :

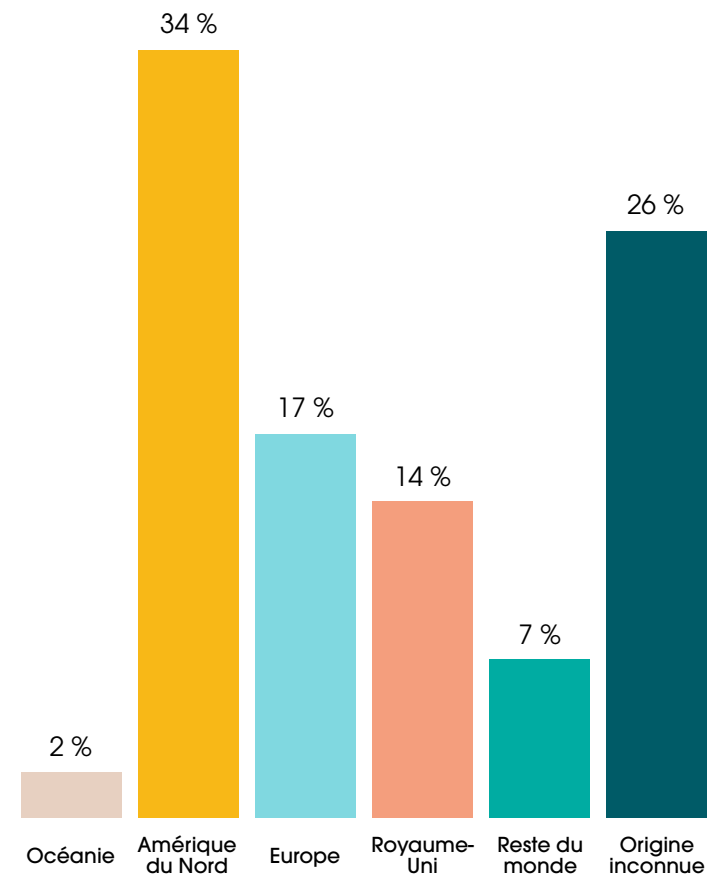
- Les consommateurs de LB s'attachent davantage à la sécurité des produits en matière de composition et d'ingrédients
- Les consommateurs de Liquitex et de Reeves sont les plus attachés à l'utilisation de produits vegan
- Les consommateurs de Winsor et Newton posent le plus de questions concernant l'environnement
- Les consommateurs de Snazaroo s'intéressent en parts égales

Marque	# Demandes liées à la durabilité	% Demandes liées à la durabilité par Marque
Lefranc Bourgeois	9	0.9 %
Liquitex	55	1.2 %
Reeves	11	1.5 %
Snazaroo	14	1.6 %
W&N	118	1.4 %

Zone géographique	Total de demandes par zone	Demandes liées à la durabilité par zone
Océanie	2%	8 %
Amérique du Nord	34%	18 %
Europe	17%	13 %
Royaume-Uni	14%	26 %
Reste du monde	7%	5 %
Origine inconnue	26%	30 %

Données de 2019

Répartition Géographique



Le
Royaume-Uni
comptabilise le plus de
demandes liées à la
durabilité



Snazaroo
comptabilise le plus
de demandes liées
à la durabilité



NPD

Nous continuons à intégrer plus avant les questions de durabilité au sein du processus NPD, à mesure que nous impulsions des changements de l'entreprise. Nous nous assurons que chaque équipe de projet trouve des solutions à la production de déchets et au caractère non recyclable de certains éléments, mais également qu'elle se pose des questions et trouvent des alternatives éco-responsables pour chaque étape du processus NPD.

- Peintures sans cadmium : nous proposons désormais nos peintures sans cadmium au sein de toutes nos gammes de Beaux Arts. Ainsi, nous commercialisons des alternatives sans cadmium pour les gammes de peintures Liquitex, Winsor & Newton et LB.
- Impression d'étiquettes sur la ligne de fabrication : nous développons cette capacité permettant de réduire les déchets et les mises au rebut lors d'une modification dans la conception des étiquettes.

W&N

- Papier : à mesure que nous développons nos gammes de produits papier, nous choisissons de nous approvisionner auprès de fournisseurs européens, avec des produits utilisant tous du papier certifié FSC/PEFC.
- Toiles : dans le cadre du re-développement de nos gammes, nous nous assurerons d'utiliser du bois certifié FSC pour tous les cadres et nous éliminerons les cales plastiques au profit d'éléments en bois.
- Sets de ProMarker : en 2018, nous avons réalisé des économies significatives dans les volumes de matières plastiques utilisés pour nos sets de 6 et de 12 pièces. À l'avenir, nous éliminerons progressivement tous les emballages plastiques de nos sets de 6 et de 12 pièces et étudierons le remplacement du plastique présent dans le corps moulé de nos feutres par des équivalents recyclés.
- Pinceaux synthétiques professionnels : nous développons des alternatives pour nos gammes de pinceaux en poil naturel et en soie

SNAZAROO

- Nous éliminons progressivement les vacuform en plastique noir qui s'avèrent difficiles à recycler dans la mesure où ils ne sont pas détectés par bon nombre de systèmes de tri des déchets, et les remplaçons par du plastique PET gris recyclé qui est plus simple à retraiter.
- Nouvelles conceptions de sets : les boîtes seront composées à 100 % de carton FSC entièrement recyclable.
- Éco-paillettes : une nouvelle gamme de paillettes entièrement biodégradables conçues à partir de matières premières éthiques et durables. La gamme intégrera des paillettes épaisses et fines. Les deux tailles de paillettes seront disponibles dans 10 couleurs éclatantes.



Elephant West

Notre fournisseur d'énergie utilise une électricité verte, 100 % renouvelable, générée à partir de sources éoliennes et hydrauliques. Il est certifié par le programme REGO (Renewable Energy Guarantees of Origin) et vérifié de manière indépendante par EcoAct, un fournisseur accrédité du Carbon Disclosure Project (Projet de divulgation des émissions carbone - CDP)

Le bar et la cuisine utilisent :

- des pailles biodégradables
- des tasses à café biodégradables
- des bols biodégradables (carton et bambou)
- des ustensiles en bois
- des serviettes biodégradables

Tous les déchets sont triés dans des bacs de recyclage et un nouvel ambassadeur à la durabilité gère les questions liées à la durabilité sur site.

La communauté locale est soutenue à travers le développement d'un jardin communautaire sur site, en collaboration avec l'association caritative locale qui agit en faveur de l'environnement.



Soutien de la communauté
à travers le développement d'un jardin communautaire



100 %
renouvelable





C'est le
fonctionnement
de
Colart



Personnes

Notre personnel

Nous savons que les employés de Colart sont tous différents et nous accordons une grande importance aux commentaires de chacun, qu'il soit leader, représentant d'équipe ou qu'il s'exprime à titre individuel. En sachant cela, Colart poursuit son engagement de développement du personnel, de sa sensibilisation et de son implication dans les questions liées à la durabilité, que ce soit au sein de l'entreprise, ou à l'extérieur.

LEADERSHIP

Nous croyons que des performances commerciales durables démarrent avec un leadership efficace. Nous envisageons le point de départ de cette philosophie par la connaissance de ce à quoi ressemble un bon leadership (comme indiqué dans le fonctionnement de Colart) et par une clarté sans équivoque concernant les personnes responsables de ce leadership (tel que redéfini dans la nouvelle structure des niveaux de leadership). Bien évidemment, nous tenons compte du paysage en plein changement dans lequel nos leaders doivent évoluer, concernant notre personnel, l'entreprise dans son ensemble ou l'environnement plus large dans lequel elle s'inscrit. En réalité, un leader seul dispose d'un potentiel de changement limité.

Pour cette raison, nous pensons que le leadership doit agir en tant qu'équipe à hautes performances ; en d'autres termes, l'union fait la force. Notre programme de développement de leadership en 2019 a donc mis l'accent sur la collaboration. Les aspects sous-jacents du programme ont inclus la connaissance de soi et la réflexion pour permettre à nos leaders d'être plus conscients d'eux-mêmes, de leurs équipes et du collectif.

LEADERS PLUS

En 2019, Colart a renouvelé son abonnement et son soutien à Leaders Plus : une entreprise sociale basée au Royaume-Uni ayant pour mission d'aider les individus talentueux qui sont aussi parents de jeunes enfants à poursuivre leur carrière et à évoluer vers des postes de direction. À travers cette initiative, nous avons pu proposer des formations poussées de haute qualité, des programmes de mentorat, de soutien par les pairs, et l'accès à des modèles de référence susceptibles de renforcer notre engagement à construire un environnement positif pour les nouveaux parents occupant des postes de direction.

Nous continuerons à soutenir Leaders Plus en 2020.

« Leaders Plus m'a motivé et inspiré dans mon rôle de parent ainsi que pour ma carrière, et m'a montré que les deux n'étaient pas incompatibles »

Bhavna Savani
Directrice des finances (Londres)

MENTORAT

Colart continue à promouvoir activement des programmes de mentorat au sein du groupe. Nous pensons que le mentorat accélère et enrichit le développement d'entreprise ainsi que l'apprentissage individuel, que ce soit pour le mentor comme pour le mentoré. Mais par-dessus tout, cela permet de créer des réseaux internes efficaces tout en développant des relations collaboratives : quelque chose d'intrinsèque à la manière dont Colart souhaite fonctionner.

En 2019, nous avons activement sélectionné notre groupe de mentors, organisé des sessions de formation pour les nouveaux arrivants ainsi que pour les mentors existants, et nous avons optimisé notre portail de candidature de mentorat pour le rendre plus simple pour les nouveaux mentorés.



Notre personnel
fait toute la
différence



Nous accueillons
la parole
de chacun

Notre personnel

VIS MA VIE

Nous avons lancé notre programme « Vis ma vie » en 2019. Ce programme a été lancé en France en 2018, et plus de 50 personnes se sont inscrites cette année pour faire partie du programme dans l'Hexagone. Nous croyons fermement que cette belle réussite donnera des idées à d'autres entités du groupe, grâce aux opportunités générées par le programme :

- Possibilité de découvrir un nouveau métier
- Améliorer la communication interne
- Comprendre les défis et les besoins des collègues
- Acquérir une meilleure vision de l'organisation
- Partager des informations et apprendre des autres
- Générer des collaborations et abolir le cloisonnement
- Nouer des liens sociaux et des relations professionnelles

SPLASH

Suite au lancement réussi et au déploiement de Splash (notre système dédié au personnel) en 2018, nous avons ajouté des fonctionnalités au système en incorporant une plateforme de recrutement automatisée, baptisée Splash Recruit.

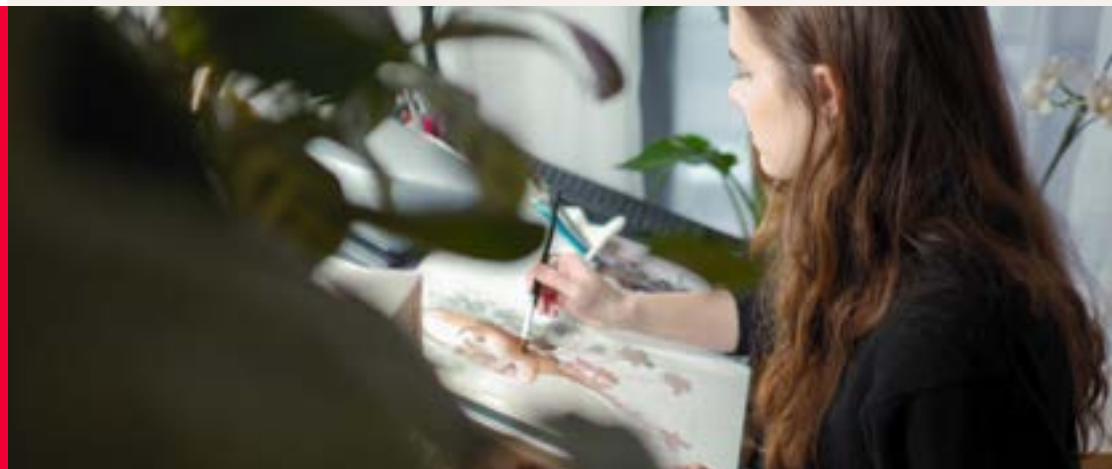
Grâce à cette amélioration, nous avons rendu le recrutement direct plus efficace en créant des parcours candidat multi-canaux, remettant le candidat au centre du processus de recrutement, et nous avons éliminé la majorité des processus manuels. De plus, nous disposons désormais d'une transparence totale pour activer et surveiller toutes les activités de recrutement du groupe.

En 2020, nous continuerons notre plan de développement des fonctionnalités de Splash, et réfléchissons notamment à intégrer un processus d'évaluation automatisé des performances, qui supplanterait notre système autonome existant. Nous sommes très fiers de notre processus d'évaluation actuel, mais sa délocalisation sur Splash permettra de disposer de meilleures données d'analyse et de suivi.

Splash a également servi d'outil pour recueillir auprès de notre personnel la confirmation de leur compréhension et de leur engagement envers notre règlement. En 2019, l'outil nous a permis de nous aligner avec le code de conduite révisé, présenté dans toutes les langues du groupe.



Nos recrutements directs
sont passés
de 70 % en 2018
à 79 % en 2019



Notre personnel

DIVERSITÉ ET INTEGRATION

En 2019, Colart a mené sa première analyse globale des rémunérations hommes - femmes. Les résultats ont mis en évidence que la rémunération moyenne était équivalente à la plupart des entreprises, mais que le salaire médian était plus élevé que la norme. À l'appui de ces résultats, nous nous sommes aperçus qu'il fallait en faire plus pour encourager les femmes à occuper des postes à responsabilité.

Nous continuerons à encourager et à soutenir des initiatives flexibles de travail ainsi que le développement des compétences pour promouvoir la diversité et l'inclusion au sein de Colart.



Les femmes
représentent près de
**40 % de nos
leaders**



Un visage international avec
**40 % de
nationalités
en plus**



Notre personnel

BIEN-ÊTRE

Notre engagement envers le bien-être de notre personnel est au cœur de ce que nous faisons. Nous reconnaissons la nécessité d'adopter une approche holistique et de prouver ouvertement que nous pensons au bien-être de la personne dans son ensemble. Nous croyons qu'il s'agit de la meilleure manière de favoriser l'ambiance familiale que nous souhaitons chez Colart, et pour cette raison, nous préparons notre personnel à affronter tous les défis qui pourraient affecter notre capacité à atteindre nos objectifs stratégiques.



Inspiration



Passion



Planète



Excellence

2019 a encore été une excellente année pour les initiatives en faveur du bien-être chez Colart. Notre réseau mondial de plus de 20 ambassadeurs a organisé des activités fortes au niveau local, et a communiqué pour en informer les autres entités du groupe dans le monde. Par exemple, En France, plus de 500 personnes ont participé à des activités autour du bien-être, de nature sociales, physiques ou mentales.

Colart s'intéresse au bien-être en interne, mais croit aussi à l'apport que représente le travail auprès de la communauté en matière de bien-être de son personnel. En 2019, nous avons donc continué à soutenir toutes celles et ceux ayant fait le choix de passer au moins une journée à contribuer à une cause caritative de leur choix.

À la fin de l'année, nous avons demandé à tout le personnel de remplir un questionnaire sur le bien-être afin de comprendre les activités les plus appréciées durant l'année. Grâce à ces retours d'information, nous pouvons concevoir un meilleur programme pour soutenir notre stratégie pour 2020.



Notre Coordinatrice bien-être, Carole Briquet, a passé 2 semaines à Madagascar dans le cadre d'un « congés solidaire », pour aider la population locale à organiser sa bibliothèque et à lui donner vie. Un autre employé avait auparavant pris un congés solidaire au Pérou. D'autres voyages sont prévus en 2020.



Le bien-être est une
**priorité
absolue**

Notre personnel

SANTÉ ET SÉCURITÉ

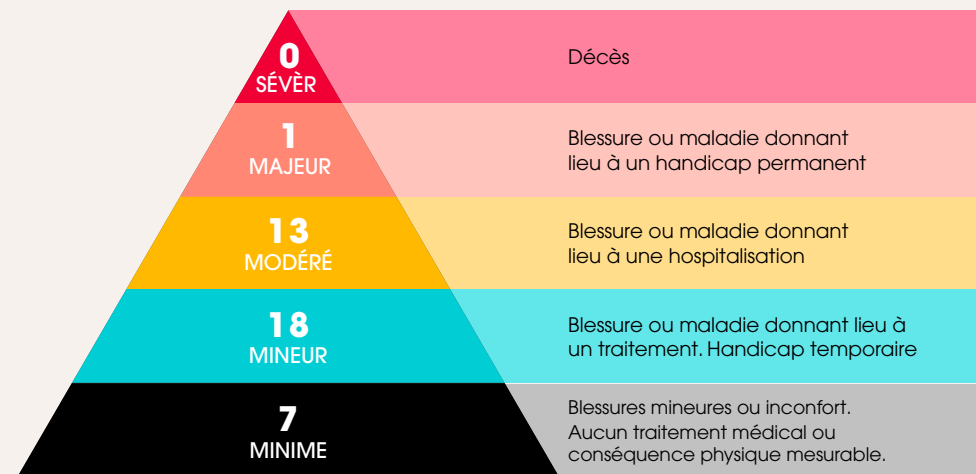
La santé et la sécurité jouent un rôle capital pour le bien-être physique des employés de Colart. Le comité Santé et sécurité participe à des réunions virtuelles et trimestrielles, et se réunit également en cas d'incidents graves pour nous permettre de mener les enquêtes nécessaires et de mieux comprendre les mesures à prendre pour faire de Colart un environnement de travail parfaitement sûr.

Nous avons réalisé un exercice de zonage pour améliorer la sécurité de nos sites de production et de distribution, et les classer en fonction des risques qu'ils présentent. Le personnel est formé en conséquence, et on lui délivre un permis pour travailler dans ces zones.

L'objectif est de former les employés à tous les risques associés à l'espace dans lequel ils travaillent, au lieu de limiter la formation aux risques présentés par leurs tâches quotidiennes.

- Le service Santé et Sécurité a été décentralisé vers les sites, afin de conserver la structure et les initiatives clés mises en place à travers le comité de Santé et de Sécurité.
- La priorité absolue pour 2020 est de mettre en place des signalements d'incidents potentiels pour alimenter une analyse des tendances. Le but étant de comprendre les problèmes spécifiques et les zones de vigilance pour chaque site.
- Le Mans améliore la visibilité de ses extincteurs.
- Les opérateurs du Mans ont commencé à utiliser le nouvel équipement de manutention des barils, acheté fin 2019.
- Nous continuons à favoriser une culture de santé et de sécurité sur tous nos sites, et notre objectif est de zéro accident cette année.
- Nous avons noté une hausse des accidents cette année, logiquement liée à l'augmentation de la fréquence des signalements. Nous encourageons le personnel à signaler tous les incidents, même lorsqu'ils sont mineurs.

RAPPORT D'INCIDENTS 2018-2019



Objectif zéro incident

pour nos sites

Notre personnel

SANTÉ ET SÉCURITÉ

À l'embauche, chaque nouvel employé complète un module d'apprentissage en ligne qui inclut aussi une formation sur la santé et la sécurité. Tous nos sites assurent le suivi des incidents avec des discussions de type « boîte à outils » pour sensibiliser les employés.

- Les réunions du comité continuent à faciliter le partage d'informations et à promouvoir la culture de Santé et de Sécurité ainsi que de responsabilité.
 - Un budget par site a été alloué pour améliorer la Santé et la Sécurité au niveau local.
 - Des évaluations de risque et des EPI sont actuellement passés en revue sur tous les sites pour garantir le plus haut standard pour les évaluations de risque, et pour s'assurer que les EPI sont bien adaptés aux risques.
- Suite à l'exercice de zonage, l'équipe de Santé et de Sécurité du Mans a effectué des améliorations sur les voies piétonnes. Des améliorations visant à éloigner les piétons du passage de véhicules ont été réalisées, avec les éléments suivants :
- Clôtures pour piétons
 - Portiques
 - Instructions de sécurité
 - Miroirs de sécurité
 - Les voies piétonnes sont clairement délimitées par des barrières concrètes pour empêcher les contacts avec des véhicules en mouvement.
 - De nouvelles protections ont été installées sur les mixeurs à faible volume.
 - Des instructions de sécurité, des formations culturelles, un document de bonnes pratiques à destination de tous les conducteurs de chariot élévateur
 - Miroirs et capteurs de collision.
 - Inspection des racks externes
 - Évaluation de risque pour tous les processus et toutes les machines du site (fabrication, laboratoire, DC).

AMÉLIORATIONS APPROUVÉES SUR LE SITE DU MANS POUR 2020

- 1 Mise à jour sur le traitement des effluents.
- 2 De nouveaux racks de sécurité dans la zone logistique.
- 3 Finalisation du système de rétention d'eau pour incendie.
- 4 Nouvel alimentateur de bouchons pour la ligne encre.
- 5 Remplacement du système d'emballage rétractable pour cause de risque d'incendie.
- 6 Nouveau système de transport des poudres pour la zone de mélange.
- 7 Soutien pour améliorer l'évaluation de risque et l'amélioration continue du plan de prévention des accidents.
- 8 Remplacement des gerbeurs par des machines alternatives pour réduire le risque de blessure liée à la manutention.
- 9 Amélioration de la ventilation dans le laboratoire pour répondre aux exigences de sécurité.



La Santé et la Sécurité comme
composante fondamentale
**de l'embauche
de chaque
employé**



Partenariats et actions caritatives

Nous continuons à faire don de nos produits arrêtés à différentes écoles et associations caritatives, et avons un partenariat avec MIND, une association caritative œuvrant pour la santé mentale. Ils utilisent notre matériel dans le cadre d'ateliers artistiques pour aider les personnes souffrant de troubles mentaux.

Le rôle des arts dans les actions en faveur de la santé mentale est de plus en plus reconnu.

Ils peuvent aider à améliorer la confiance en soi, à nous impliquer davantage et à travailler notre résilience. En dehors de ces avantages, l'engagement artistique soulage également l'anxiété, la dépression et le stress.

Depuis 2018, nous avons fait des dons auprès de plus de 300 associations caritatives et écoles différentes.

Un des projets que nous avons soutenu a inclus une collaboration avec l'artiste Lisa Milroy, qui a travaillé avec la fondation Vodafone et l'UNHCR pour créer le programme d'ateliers artistiques « Hands On » pour Instant Network Schools.

LE PROGRAMME D'ATELIERS ARTISTIQUES « HANDS ON » DE LISA MILROY POUR INSTANT NETWORK SCHOOLS

En 2015, Lisa a lancé « Hands On » avec le soutien de la Fondation Vodafone, le bras caritatif de Vodafone. « Hands On » fait partie du programme Instant Network Schools de l'UNHCR et de la Fondation Vodafone, et fournit à ses participants un apprentissage numérique de qualité. « Hands On » implique des étudiants issus du camp de réfugiés Kakuma au Kenya dans des ateliers artistiques concrets organisés par Lisa depuis Londres, à travers des sessions de conférence vidéo interactives facilitées par la Fondation Vodafone.

Lisa se rend chaque année au camp de réfugiés Kakuma pour organiser les ateliers « Hands On » sur le terrain, en collaboration avec UNHCR Education. Cette année, Lisa a organisé un événement-atelier de trois jours pour 35 étudiants issus de l'école primaire Angelina Jolie, du lycée pour filles de Morneau Shepell, et du collège pour filles de Notre Dame. Lisa a utilisé les produits Colart pour soutenir les ateliers « Hands On ». La

gamme fabuleuse de matériaux d'art a permis aux étudiants de créer un fantastique tableau de peinture collaboratif, intitulé « Portrait de groupe » ; et au cours d'un autre atelier, un magnifique ensemble d'anneaux peints à la main. Les ateliers ont fourni à bon nombre d'étudiants l'opportunité d'expérimenter pour la première fois la peinture, leur offrant la possibilité de gagner en confiance et d'exercer leur curiosité.

HANDS ON CHEZ ELEPHANT WEST

Au début du mois de février, les ateliers Hands On ont pris vie à Londres à l'occasion d'une exposition tenue dans les locaux de Elephant West. L'objectif principal était d'attirer l'attention du grand public et de saluer tous les partenaires des ateliers artistiques Hands On.

Cette exposition a présenté une fresque visuelle des ateliers Hands On depuis leurs débuts, jusqu'au présent, ainsi que leurs perspectives d'avenir, ainsi qu'un magnifique affichage de peintures et de dessins réalisés par les étudiants de l'école du camp de réfugiés Kakuma au Kenya, grâce à du matériel fourni par Colart.





Engagement
sérieux

Planète

Empreinte



Nous cherchons continuellement à réduire notre empreinte carbone.

2018

Portée 1 et 2 : 4 085 tonnes d'émissions de CO₂

2019

Portée 1 et 2 : 4 081 tonnes d'émissions de CO₂



Réduction de 1,4 %

sur 12 mois

Réduction globale

- 21,3 %

Portée 3 incluse

Nous mesurons la portée 3, toutefois les données recueillies sont issues de tierces parties, que nous souhaitons améliorer d'année en année.



Réduction sur
le site de Tianjin
de 26,8 %



Réduction sur
le site du Mans
de 18,9 %

Nous continuons à obtenir des données de meilleure qualité qui nous permettent d'améliorer la précision de nos rapports. Nous attendons une amélioration à Tianjin, dans la mesure où la production a été rapatriée au Mans.

La réduction est significative pour Le Mans, car en dépit d'une augmentation de la production, ils ont pu assurer une réduction de leurs émissions de CO₂ grâce à une meilleure efficacité de fonctionnement.

SVHC

MISE À JOUR SUR LES SVHC

Depuis le début du suivi en 2015, nous avons réduit de manière significative le nombre de SVHC dans les produits fabriqués de Colart.

Chiffres basés sur les données de 2015 VS reformulations mises en œuvre au sein des processus de fabrication à ce jour.

- 67 % de réduction du nombre de matières premières contenant des SVHC.
- 83 % de réduction du nombre de pâtes contenant des SVHC.
- 57 % de réduction du nombre de produits contenant des SVHC.

Au cours de l'année 2019, les chimistes de la R&D sont parvenus à une réussite significative pour ce projet, en formulant des alternatives sans SVHC pour la plupart des matières premières présentes dans environ 100 formules différentes. Ces nouvelles formules sont progressivement mises en place à partir de la fin 2019 jusqu'en 2020. Les travaux en laboratoire se poursuivent pour reformuler les 2 % restants des formules (sur la base des chiffres de 2015).



**67 %
de réduction**

du nombre de
matières premières
contenant des SVHC



**83 %
de réduction**

du nombre de **pâtes**
contenant des SVHC



**57 %
de réduction**

du nombre de **produits**
contenant des SVHC



Impact social



Notre cible est de
5 000 ppm



En 2019, le chiffre
global est de
3 342 ppm



Chine
5 014 PPM



CTAM
3 229 PPM



Italie
7 024 PPM



Le Mans
5 050 PPM



Lowestoft
2 594 PPM



Espagne
5 214 PPM



Minehead
11 350 PPM



France
3 000 PPM



Actualités des sites

LONDRES

ACTIVATION DU BIEN-ÊTRE EN 2019

À la maison-mère, l'activation du bien-être 2019 est au cœur des préoccupations, et nous nous sommes engagés à organiser des activités pour promouvoir une vie saine et le bien-être de tous nos employés. Nous avons mené des actions de sensibilisation sur des sujets importants pour mieux nous occuper de notre personnel, notamment en matière de bien-être psychique, de gestion du stress et d'habitudes alimentaires saines

Nous avons organisé :

- Une semaine du bien-être (vélo smoothie)
- Des sessions de yoga
- Des journées pour aller au travail à pied
- Un programme travail à vélo

Nous avons organisé de nombreux événements sociaux et communautaires pour reconnaître et fêter les réussites, tels qu'une vente de gâteaux et une vente organisée par le personnel pour récolter de l'argent au profit d'associations caritatives, une chasse aux œufs de Pâques, une fête d'Halloween Snazaroo, une journée internationale de la culture, et des fêtes d'été et de Noël dans les locaux d'Elephant West.

KIDDERMINSTER

REFONTE DES PROCESSUS DE PRÉLEVEMENT ET D'EMBALLAGE DE LA GAMME

Nous avons refondu la manière dont nous prélevons et emballons les centaines de commandes qui partent de notre site chaque semaine chez The Range, notre plus grand client au Royaume-Uni. En consolidant les lignes occupées par The Range en trois allées adjacentes, et en regroupant les produits dans de grands cartons palettisés plutôt que dans plusieurs petits cartons, nous avons simplifié le processus, et réduit le volume de carton, de temps et d'énergie nécessaire au prélèvement de chaque commande. La nouvelle disposition est conçue de manière ergonomique, pour garantir le profil de prélèvement le plus efficace possible, et elle fait l'objet d'une évaluation pour une potentielle application aux 80 prochaines lignes les plus prélevées en DC7.

KIDDERMINSTER ANNONCE LE PASSAGE À 100 % D'ÉNERGIE RENOUVELABLE

À partir de février 2020, 100 % de l'électricité utilisée sur le site de Kidderminster sera issue de sources renouvelables. Les retombées positives de ce changement vers des énergies renouvelables en abandonnant les combustibles fossiles néfastes excèdent très largement le faible coût occasionné par le processus

et la faible part d'augmentation sur notre facture annuelle.

INITIATIVES D'EMBALLAGE

Nous observons continuellement la manière dont nos produits sont expédiés à partir de l'entrepôt, et nous évaluons la mise en place d'un système de bandes portatives pour remplacer l'utilisation de film rétractable pour palette. Cela impliquerait l'utilisation de chutes de carton pour produire des emballages en accordéon, pour remplacer les alternatives plastiques achetées. Nos coussins d'air sont désormais fabriqués à partir de plastique plus éco-responsable, et les caisses ainsi que les caisses-palettes que nous achetons sont réalisées à hauteur d'environ 70 % de produits recyclés, avec des intérieurs et des cannelures recyclés. Il s'agit d'un facteur déterminant dans notre collaboration avec nos fournisseurs.

En novembre 2019, nous avons opté pour les bulletins de salaire dématérialisés, et notre nouveau système de pointage et de présence a réduit la nécessité de notre ancien système de pointage, en dématérialisant l'intégralité du processus. En outre, le personnel a opéré une diminution d'environ cinq pour cent de frais kilométriques dans ses trajets en voiture vers le travail, en trouvant des alternatives durables grâce notamment au covoiturage, à la marche et au vélo. Cette année, nous poursuivons nos actions de sensibilisation sur site, pour que le personnel puisse choisir de ne pas utiliser la voiture afin de réduire encore davantage les frais.



125 kg

de nourriture collectée à l'occasion de la banque alimentaire annuelle

KIDDERMINSTER A LE CARITATIF DANS LE SANG

Kidderminster supporte avec ferveur les actions caritatives locales et inspire tous les artistes à travers des donations de produits. En 2019, nous avons donné près de 300 £ (récupérées via la vente de biens d'occasion du personnel) au profit d'une association caritative locale pour les sans-abris appelée MAGGS, qui a utilisé la donation pour payer des petits-déjeuners chauds durant tout le mois de décembre aux personnes sans-abris de la ville de Worcester. Le personnel a également fait don de nourriture pour chiens à l'association Street Paws.

En 2019, nous avons battu le record de 2018 pour la collecte de nourriture à destination de la banque alimentaire, avec une augmentation de 10 %, soit une donation de 125 kg de nourriture par le personnel du site de Kidderminster de Colart au profit d'une banque alimentaire locale aidant les familles.

Actualités des sites

LE MANS

AMÉLIORATION CONTINUE

Dans l'usine de Le Mans, 2019 a été une année de consolidation de notre nouvelle disposition de production, qui nous a permis de mieux comprendre la situation en temps réel, grâce à l'outil logiciel STAM. Nous nous sommes améliorés dans l'utilisation de ce logiciel pour optimiser tous les paramètres et garder sous contrôle les processus susceptibles d'affecter la durabilité.

Nous avons continué à investir dans de nouveaux outils pour améliorer l'ergonomie et pour poser les bases de futures améliorations dans la gestion de l'énergie, notamment la mesure énergétique en temps réel et l'électricité verte, ainsi qu'une diminution de l'utilisation des matières plastiques. Nous nous sommes également engagés à atteindre notre objectif d'heures communautaires, et avons organisé un atelier d'arts à l'hôpital du Mans, des dons du sang, et un soutien aux personnes sans emploi.

- Le site du Mans a continué son partenariat à long terme avec l'hôpital du Mans, et avec « La Ligue Contre le Cancer » en créant des ateliers de Beaux Arts pour les personnes atteintes de cancer.
- En 2019 et en 2020, Colart s'est impliquée dans plusieurs initiatives locales, telles que « Plein Champ », « Plumes et Pinceaux », « Puls'Art » ou « Journée Mans'Art », en partenariat avec l'hôtel de ville du Mans. Colart s'est également associée au nouveau Fonds International d'Art Actuel (FIAA), qui ouvrira ses portes en 2020 dans la ville du Mans.

MAINTAL

BUREAU ALLEMANDS 2020

Depuis le 1er janvier 2020, notre alimentation d'électricité est issue de sources mixtes provenant à 100 % de l'énergie hydraulique. Cela permettra de réduire notre empreinte carbone de plus de 72 kg, et la production de déchets nucléaires de 1,55 g par an.

En réduisant l'utilisation des voitures d'entreprise de 12 %, les frais kilométriques diminueront de 48 000 km, ce qui représente une réduction de CO2 de 8 800 kg chaque année.

Le reste des voitures d'entreprise sera remplacé par des véhicules diesel Ad-Blue cette année, pour une réduction des émissions de NOx de 85 %.

AMÉRIQUE DU NORD

L'Amérique du Nord a réduit son trafic aérien de 23 % en 2019. Les outils de vidéo et de téléconférence sont de plus en plus utilisés, et les réunions se tiennent davantage sur site pour réduire les trajets en général.

Le nouveau centre de distribution ainsi que les bureaux sont plus efficaces que l'ancien site, du point de vue des commodités. Le fonctionnement simultané des deux sites a occasionné un doublement des coûts doubles pendant un moment, alors que l'un d'eux fermait et que l'autre ouvrait, la facture des charges pour le nouveau site s'est avérée 25 % inférieure par rapport à l'ancien site. De nombreux facteurs ont rendu cela possible, notamment l'installation d'éclairage à LED haute efficacité avec capteurs de mouvement, un éclairage plus naturel, un chauffage, une ventilation et un système d'air conditionné plus efficaces, équipé de capteurs, ainsi qu'une plomberie à bas débit pour réaliser des économies d'eau.



100 %
d'électricité d'origine
hydraulique en 2020



12 %
de réduction dans les
voitures d'entreprise



Frais kilométriques
réduits de
48 000 km



Actualités des sites

USINE DE TIANJIN ET CENTRE COMMERCIAL DE SHANGHAI

Tianjin a réalisé de nombreuses améliorations internes en 2019.

Notre classification de risques liés à l'hygiène et à l'environnement de travail est passée d'un niveau élevé à un niveau intermédiaire, et nous avons réduit nos coûts en papier de bureau de 3 %.

Nous avons organisé des événements de bien-être pour tous les employés, notamment des festivals chinois traditionnels dans le réfectoire, des ateliers de santé physique et mentale ainsi qu'un mois dédié à la formation en matière de sécurité, etc.

CONTRIBUER À L'ÉDUCATION DES ENFANTS EN MILIEU RURAL

Nous avons organisé un programme d'éducation caritatif pour les enfants de travailleurs migrants ruraux issus d'un quartier voisin. Les bénévoles, 13 employés de Tianjin, ont organisé des cours d'Art, d'anglais, d'histoire et de bien-être mental.

TRAVAILLER AVEC LE CENTRE CARITATIF DE MOWO

Les employés ont fait don de plus de 200 livres et de 50 sets de marqueurs aux écoles primaires de la région rurale et montagnarde de Langya. Les élèves ont utilisé nos produits pour créer des cartes pour la fête des Mères.

SOUTENIR LA COMMUNAUTÉ ARTISTIQUE

Nous avons travaillé auprès de différents centres d'arts pour encourager la créativité chez les enfants et les adultes

Janvier : LingChen Art : une visite d'usine organisée par un professeur d'art pour enseigner les processus de fabrication aux enfants et les faire essayer un nouveau produit W&N

Mars : Coopération avec le Studio d'art Xi Xiang à Tianjin Joy City pour inspirer l'art amateur à travers une exposition de peinture à l'huile

Avril : Un réseau d'artistes au sein de la Communauté d'Arts de Wisdom Hill, avec les jeunes artistes TUTU Yang et Li Zhou

Juin : Les enfants ont utilisé des couleurs acryliques issues d'ateliers créatifs au sein du Centre d'Arts Like, dans le cadre de la Conférence Nationale des Clients de Ningbo

Septembre : La création sur site d'un tableau aquarelle avec les associés aquarelle de Tianjin à Tianjin City

Octobre : La semaine internationale de la conception à Pékin : programme de restauration du temple de Baita par W&N et le Musée d'arts Hutong

Novembre : Création de valeur visuelle à l'occasion du gala annuel tenu par la communauté VTC

Décembre : Association : Société d'aquarelle de Henan : 6ème édition de l'exposition d'aquarelles de Luoyang



+ de 200
fournitures d'art
données à des écoles



Actualités des sites

L'ÉQUIPE COMMERCIALE DE CHINE

CLIENTS : CONFÉRENCE NATIONALE DES CLIENTS DE NINGBO

Afin de promouvoir la confiance des clients dans les actions de durabilité menées par Colart en Chine, nous avons tenu la Conférence Nationale des Clients à Ningbo au mois de juin. Durant la conférence, nous avons présenté la stratégie commerciale de Colart en matière de développement durable sur le marché chinois, nous avons communiqué les retours issus du questionnaire clients, et avons présenté les nouveaux produits faisant leur entrée dans notre catalogue en 2019. À cette occasion, nous avons invité des clients à expérimenter la floriculture et l'art du thé, ensemble dans la nature.

CONSOMMATEURS : SEMAINE INTERNATIONALE DE LA CONCEPTION À PÉKIN

Dans le cadre de la semaine internationale de la conception à Pékin, l'une des activités a fait parler d'elle devant Beijing TV, à savoir le « Programme de restauration du temple de BaiTa ». L'activité en question était issue d'une coopération entre W&N et le Musée d'art de Hutong, se focalisant sur l'expression artistique des enfants, avec les acryliques Galeria et les Promarker de W&N ; de nombreux artistes ont participé au programme.

ASSOCIATION : SOCIÉTÉ D'AQUARELLE DE HENAN

La 6ème édition de l'exposition d'aquarelles de Luoyang s'est tenue en décembre, devant des centaines de participants.

Nous avons présenté des peintures et des papiers pour aquarelles durant l'exposition, et également le concept sans cadmium directement sur site. Les participants ont fortement apprécié la démonstration ainsi que la présentation.



Actualités des sites

MINEHEAD

MINEHEAD OBTIENT L'ACCREDITATION ISO 22716

En novembre 2019, Snazaroo a obtenu la norme ISO 22716 : Cosmétiques — Bonnes pratiques de fabrication.

L'accréditation se focalise sur l'aspect qualitatif de la fabrication, sur le contrôle, le stockage et l'expédition des produits cosmétiques.

Cela a donné lieu à un audit rigoureux de trois jours. Snazaroo a dû fournir la preuve qu'elle répondait à tous les critères de cette norme extrêmement stricte.

Les catégories incluent :

- Personnel
- Locaux
- Équipements
- Qualité/Inspection
- Tests
- Réclamations
- Documents/rapports
- Santé et Hygiène
- Nettoyage et assainissement
- Procédure de rappel
- Procédures (SOP)
- Maintenance
- Formation
- Contrôle de l'inventaire

L'accréditation a été obtenue du premier coup sans que l'audit ne mette en évidence de non-conformité : cela représente une énorme réussite pour toute entreprise, et montre la hauteur des standards de Minehead.



BIEN-ÊTRE

Avec le programme collectif de bien-être et de culture de Colart, l'équipe est invitée à prendre part à des activités centrées autour des thèmes de la santé physique, mentale, ainsi que de la société.

Cette année, Minehead a organisé quelques événements pour l'équipe, comme une nuit quiz, un bingo, une semaine dédiée aux fruits, et notre barbecue à saucisses très populaire. Ces événements permettent aux collègues de tisser des liens plus étroits, au-delà de leurs simples relations professionnelles.

SOUTENIR NOTRE COMMUNAUTÉ

En 2019, la grande famille Snazaroo a soutenu plusieurs causes et collecté des fonds pour différentes associations caritatives, y compris :

- Race for Life, pour la recherche contre le cancer au Royaume-Uni
- Christmas Jumper Day, Save the Children
- L'organisation d'un café matinal pour l'association Macmillan Cancer Support
- La mise en place d'une tombola pour venir en aide au fond Bobby Moore, pour sensibiliser au cancer des intestins
- Soutien à l'association caritative Marie Curie
- L'organisation d'une journée internationale des hommes pour la Movember Foundation, sensibilisant au cancer de la prostate, au cancer des testicules, à la prévention du suicide et à la santé mentale.

TEMPS PASSÉ AU SEIN DE LA COMMUNAUTÉ

L'équipe de Minehead a passé de nombreuses heures auprès de la communauté pour soutenir toutes sortes d'activités, d'événements et de personnes.

En voici des exemples :

- Faire les courses pour des personnes âgées
- Faire du bénévolat auprès de l'association Rainbows
- Aider au jardin du village ouvert
- Participer à l'association des parents d'élèves de l'école locale (PTFSA)
- Aider à distribuer la nourriture pour le big breakfast de Allerford
- Dispenser un entraînement d'agilité pour les chiens
- Donner de son temps pour une jeune équipe de football
- Donner son sang
- Proposer son aide pour le festival de football d'Allerford
- Ramasser les déchets sur les plages locales
- Escorter les enfants lors des sorties des écoles locales
- Donner de son temps pour les disciplines sportives des enfants
- Tenir un stand de maquillage à l'école locale
- Se porter bénévole à la LOF (League of Friends).

Actualités des sites

COLART MISE À JOUR ACADEMY

Suite au lancement de la Colart Academy en 2018, Snazaroo s'est fixée pour objectif de dispenser des formations formelles auprès de ses leaders afin de les assister dans leur rôle.

Snazaroo a acquis une certaine renommée concernant la promotion en interne. De nombreux leaders d'équipes et superviseurs ne disposent d'aucune qualification formelle pour leur rôle. La collaboration avec une société de formation locale a donné l'opportunité à leurs leaders et superviseurs d'obtenir un diplôme de gestion d'équipe de niveau 2.

La formation s'est tenue sur site et a duré un peu plus d'un an. L'équipe s'est pleinement impliquée et a travaillé dur que ce soit pendant les heures de travail ou en dehors, pour passer leurs examens avec succès, et finir par obtenir leurs certificats au début de l'année.

COHÉSION D'ÉQUIPE

Snazaroo a organisé une série d'exercices pour favoriser la cohésion d'équipe. Les équipes ont été tirées au sort pour intégrer un groupe d'employés issus de tous les services, afin d'accomplir un certain nombre de missions et de défis. Les jeux individuels ont impliqué un mélange d'association de mots, de communication alternative, de mémoire, de construction, ainsi que d'autres tâches visant à sortir des sentiers battus. Tout le personnel a participé, et les défis ont été relevés de manière très positive par l'équipe dans son ensemble.

« J'ai réellement apprécié la variété des tâches contenues dans les défis. Cela a été génial de pouvoir rejoindre des collègues issus des différents services de Snazaroo que je n'ai pas souvent l'occasion de voir. Les activités ont été très bien pensées et ont fait ressortir le meilleur des membres de notre équipe. Cela nous a permis de travailler main dans la main en tant qu'équipe, en tirant parti des forces et des connaissances de chaque personne du groupe. »

Jeanette Bullock

« Du fun pour la fin du mois ! La semaine dernière chez Snazaroo, je ne m'étais plus amusé comme ça depuis un bon moment ! Une super façon de rencontrer et d'interagir avec d'autres membres de la société, mais également d'apprendre des choses sur soi. La morale de cette histoire selon moi, est de ne jamais demander à un comptable ou à un ingénieur de vous construire une maison. Beaucoup de fun, et tout le monde a réellement apprécié les activités. Merci infiniment. »

Gaynor Smith



Faire ressortir
le meilleur
chez tous les
membres de notre
équipe



Actualités des sites

NEWSLETTER DES EMPLOYÉS

L'équipe de Snazaroo a créé sa propre newsletter trimestrielle qui fournit des informations dans un format simple et divertissant pour tous. Tout le monde est invité à soumettre des articles pour la newsletter, ce qui est un bon moyen d'apprendre à connaître ses collègues et leurs intérêts.

DÉPLIANT DE BIENVENUE POUR LES VISITEURS/ ENTREPRENEURS

Snazaroo a lancé un nouveau dépliant destiné aux visiteurs cette année, comprenant des informations liées à la santé et à la sécurité, telles que :

- De nouvelles règles de site concernant la santé et la sécurité
- Des cartes à jour
- Des politiques à jour
- Des mises à jour vers le nouveau format
- Un accord de confidentialité agreement



RÉVISION D'UN PRODUIT PHARE

Parmi les produits phare de Snazaroo, on retrouve les pots de 18 ml. Ce produit comprenait auparavant un godet plastique collé à un autre pot plastique.

Ce processus a subi une amélioration au cours de l'année précédente, et nous sommes aujourd'hui fiers d'annoncer la réduction du plastique utilisé. Le pot est désormais directement rempli de peinture, de sorte qu'il n'y a plus besoin d'un godet supplémentaire en plastique, ou d'utiliser de colle.

PIÈCES DE RECHANGE ESSENTIELLES

Avec l'introduction rapide d'équipements automatisés chez Snazaroo, la confiance envers ces technologies est indispensable à leurs résultats.

Afin de maximiser les temps d'utilisation de ces machines, l'équipe, à l'aide de l'expérience et des directives des fabricants, a identifié une liste de pièces de rechange essentielles pour chacune de nos machines les plus utilisées.

Nous avons travaillé avec des fournisseurs particuliers qui disposent d'inventaires d'articles de grande valeur, et disponibles sous 24 heures. Une armoire à pièces de rechange essentielles a été installée sur site et remplie de pièces à faible coût.

FORMATION AUX MACHINES

Snazaroo travaille constamment à favoriser la polyvalence de ses employés sur tous ses sites. L'entreprise encourage tout le personnel à s'essayer à de nouvelles tâches, et fournit le soutien nécessaire pour que les employés se sentent capables et en confiance. Les programmes de formation garantissent que les opérateurs de machines ne se contentent pas de remplir la machine de peinture puis d'appuyer sur un bouton, mais qu'ils soient également capables d'intervenir sur certains petits problèmes et les résoudre. Ils sont également formés et étroitement supervisés dans le cadre de la maintenance de routine de leurs machines. Cette autonomisation de notre équipe nous aide à maintenir de hautes performances ainsi que la grande qualité de nos produits.



Réduire
les matières
plastiques et la colle
dans nos produits
phare



Durabilité 2.0



Durabilité 2.0

Voici ce sur quoi nous travaillons, et pourquoi.

La réduction de l'impact environnemental constitue une composante essentielle de la stratégie de durabilité de Colart. Nos trois axes principaux vont être les déchets, l'énergie et le plastique.

MATIÈRES PLASTIQUES

Les matières plastiques font partie intégrante de nos emballages, et nous analyserons initialement les emballages actuels pour identifier les endroits où il est possible d'utiliser des matières plus durables. Nos produits doivent parcourir le monde entier pour atteindre le consommateur final en parfait état, en gardant cela à l'esprit, nous allons continuer à rechercher des alternatives pour livrer nos produits tout en réduisant notre impact environnemental.

Voici ci-dessous les étapes que nous allons mettre en place pour réduire nos emballages :

- Audit technique pour tous les emballages
- Définir des cibles pour éliminer le plastique à usage unique
- Faisabilité des alternatives de plastique « vierge »
- Établir des directives pour le ré-emballage NPD/FSC, etc.
- Analyse du transport des emballages
- Continuer à alimenter une base de données de dérivés animaux
- Travailler avec nos fournisseurs pour nous aligner sur nos objectifs
- Réduction continue des plastiques à usage unique
- Modifications concernant les emballages secondaires.



Réduire les emballages plastique à usage unique de **50 %**

DÉCHETS

Nos processus de fabrication produisent des déchets, et notre objectif est de réduire les déchets dangereux. Les déchets dangereux sont générés à partir de nombreux processus au sein de l'entreprise, et notre but est d'identifier les principales causes à l'origine de cette production, et d'éliminer ces déchets dangereux lorsque cela s'avère nécessaire. Ces actions s'intégreront à nos processus d'amélioration continue, pour l'entreprise dans son ensemble



Réduire les déchets dangereux de **50 %**

ÉNERGIE RENOUVELABLE

Les énergies renouvelables jouent un rôle important dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre. L'utilisation d'énergies renouvelables permet de réduire l'utilisation d'énergies fossiles, qui représentent des sources importantes d'émissions de dioxyde de carbone.

Certains de nos sites disposent déjà d'énergies totalement renouvelables, et d'autres de seulement un faible pourcentage ; Colart va travailler à l'adoption des énergies renouvelables sur l'intégralité de ses sites.

Dans le cadre de notre plan plus large pour l'environnement, nous allons également continuer à améliorer l'efficacité énergétique sur tous nos sites, ce qui permettra par la suite de réduire nos émissions de carbone.



Réduire la consommation énergétique de **5 % sur 12 mois**
100 %
d'énergie renouvelable
Réduire
Les émissions de CO₂ sur 12 mois





colart

Rapport de durabilité 2019-2020

Colart International Holdings Ltd.
The Studio Building
21 Evesham Street
Londres, W11 4AJ

T. +44 208 424 3200
E. info@colart.com
W. colart.com

 [@colart_united](https://www.instagram.com/colart_united)

Toutes les photos : © Colart International Holdings Ltd.