



colart

Rapport de durabilité
2020-2021

Sommaire



Vue d'ensemble

Responsable de la durabilité	04
Le mot du PDG	05
KPIs	06
Résumé de la stratégie	08
Tendance en matière de durabilité	11
Lindéngruppen	12

Entreprise

Actualités de nos marques	14
Marketing et typologie des acheteurs	20
Gouvernance	21
Chaîne d'approvisionnement	22
Numérique	23
NPD	26
Nouveaux développements commerciaux	27
Innovation durable	28

Personnes

Notre personnel	30
Partenariats et actions caritatives	36

Planète

Empreinte	38
SVHC	39
Impact social	40
Matérialité	41
Actualités des sites	43

Plans & Objectifs

Plans & objectifs	56
-------------------	----

Vue d'ensemble



Créer notre avenir
ensemble



Bilan 2021 du responsable de la durabilité

La COVID-19 a imposé des défis significatifs pour Colart tout au long de 2020 et jusqu'en 2021. Nous sommes toutefois parvenus à adapter rapidement nos activités et avons observé une hausse de la demande pour nos produits durant la pandémie.

Nous avons maintenu nos usines et nos centres ouverts tout en faisant de la sécurité de notre personnel notre priorité. Cela a été rendu possible grâce à l'investissement sur sites en équipements de santé et de sécurité et à la réorganisation des processus afin de protéger le personnel.

Malgré ces défis, nous avons fait progresser Colart vers ses objectifs de durabilité sans prendre de retard. La durabilité est un facteur qui est pris en compte, discuté et mis en œuvre à tous les niveaux de l'entreprise.

Nous nous sommes fixés un plan de durabilité sur cinq ans avec des objectifs et des KPI bien définis.

Les plans d'actions de nos sites placent désormais la durabilité au cœur de leurs préoccupations.

Dans le même temps, les plans des marques de Colart mettent l'accent sur la nécessité de développer de nouveaux produits durables, un élément appuyé par notre création de directives

d'emballages durables. S'agissant de 2021, nous ciblons une réduction globale de l'utilisation des plastiques, l'élimination des plastiques à usage unique et le passage à des plastiques recyclés lorsque leur élimination n'est pour le moment pas possible.

Nos Ambassadeurs de la durabilité continuent de piloter le changement, déployant une kyrielle d'initiatives sur de nombreux sites locaux et au niveau mondial. Nous surveillons de près notre consommation d'énergie ; en 2020, la plupart de nos sites européens sont passés à l'achat d'électricité issue de sources renouvelables. En France, par exemple, notre site du Mans installe actuellement un grand nombre de panneaux solaires, avec une installation qui devrait s'achever à la fin du second trimestre 2021.

Étape par étape, nous avançons et j'ai hâte de voir ce que l'avenir nous réserve.



Richard Llewellyn

Responsable de la durabilité

Quelques mots de notre PDG

Devenir la maison de marques créatives axées sur le consommateur la plus durable du monde

Notre vision axée sur l'objectif « d'inspirer chaque artiste dans le monde » continue de guider toutes nos activités chez Colart.

Notre portefeuille de sept marques et notre catalogue de plus de 13 000 produits sont vendus dans plus de 120 pays, permettant à des millions et des millions de personnes créatives de s'exprimer de manière colorée et significative.

La durabilité est le fil conducteur de nos activités ; nous ne considérons pas cet aspect comme une tendance qui aurait vocation à disparaître un jour. L'écoblanchiment et être vus comme étant du bon côté du débat public ne sont pas des considérations inscrites dans notre agenda. Nous prenons notre mission très au sérieux : devenir la maison de marques créatives axées sur le consommateur la plus durable du monde.

En concrétisant cette mission, nous deviendrons les leaders de notre secteur et serons prêts à investir. La réduction de notre impact environnemental et l'amélioration de notre responsabilité sociale associées à la croissance de nos activités représentent pour nous davantage que des engagements moraux. Nous prendrons des mesures décisives et concrètes avec des résultats tangibles en réduisant notre empreinte carbone, en éliminant le plastique à usage unique de nos produits et en nous focalisant sur le bien-être de notre personnel.

Plus important encore, nous sommes convaincus que la durabilité ajoute de la valeur à long terme pour Colart. Bien qu'il nous reste encore beaucoup à accomplir, nous avons défini une feuille de route claire avec des objectifs ambitieux à cinq ans. Nous avons réduit nos émissions de CO2 de 48 % et nous approchons de notre objectif zéro plastique à usage unique dans nos produits.

En 2021, alors que nous nous adaptons encore aux effets de la pandémie, nous tirons les bénéfices d'une société solide et pérenne qui capitalise sur le conseil, respecté par les consommateurs, de rester chez eux. Cela a généré une hausse significative de la demande pour nos marques bien-aimées.

Cet élan positif se fait clairement sentir chez Colart, générant initiatives, innovation et énergie qui produisent à leur tour une attitude volontaire pour notre programme de durabilité à tous les niveaux de l'entreprise.

Le vent est en train de tourner ; la durabilité n'est plus un problème annexe. Elle fait partie de notre vie quotidienne et nous sommes fiers de poursuivre dans cette voie.



Dennis van Schie
PDG de Colart

KPI les résultats



Objectif énergétique :

réduire continuellement notre consommation d'énergie et utiliser des sources renouvelables autant que possible.

-20.3% de consommation d'énergie

par rapport à 2019. Cela est principalement dû aux fermetures durant la pandémie.



3% de parts

d'énergie renouvelable, soit 1 % de moins par rapport à 2018.



Augmentation de 26%

de l'électricité achetée issue de sources renouvelables au premier trimestre 2021.



Objectif de diversité et d'inclusion :

Parvenir à la parité entre les genres au niveau de la direction de Colart. Nous mesurons actuellement le genre en fonction de nos nouveaux niveaux de direction 3 à 5 : Directeurs jusqu'au PDG.

 Hommes **73%**

 Femmes **27%**

 Objectif **50%**



DÉCHETS

-17%

de déchets au total par rapport à l'année précédente.

-22%

de réduction des déchets dangereux.

31%

de tous les déchets recyclés.



Impact social

3348.5

temps passé au sein de la communauté.

34%

de tous nos fournisseurs directs sont évalués par rapport à notre code de conduite. Nous travaillerons à augmenter le nombre de ces fournisseurs en 2021 et au-delà.

39%

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



Objectif lié aux maladies :

surveiller les taux de congés maladie afin de nous sensibiliser aux problèmes potentiels du personnel.



2.6%

de congés maladie, par rapport à une cible de moins de 3 %.



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.

Réduction
de 83 %

du nombre de matières premières contenant des SVHC.

Réduction
de 97 %

du nombre de pâtes et de produits finis contenant des SVHC.

Ce projet a drastiquement réduit le nombre de produits chimiques dangereux (qui ne sont pas sous le coup d'une interdiction) de nos produits, en réduisant ainsi notre impact sur l'environnement.

Résumé de la stratégie

Des objectifs partagés dans le monde entier



Résumé de la stratégie Personnel



Si l'année 2020 nous a appris une chose, c'est que notre activité dépend de notre personnel, il constitue le cœur de notre entreprise. À mesure que le télétravail s'est généralisé pour bon nombre d'entre eux, veiller à ce que nos salariés puissent garder le contact entre eux et plus largement avec la société dans son ensemble s'est avéré primordial.

Nous continuons à impulser des changements d'ordre culturel à tous les niveaux et dans tous les aspects de notre activité, par la dissémination d'informations et l'apprentissage.

Impact social

Nous continuons à nous engager auprès des communautés locales. Nous croyons que promouvoir des offres de bénévolats à nos employés leur permet de se développer et contribue à leur bien-être chez nous, tout en attirant les meilleurs talents. Même durant cette année 2020 si dure et particulière, nous sommes parvenus à atteindre notre objectif de 3 000 heures passées au sein de la communauté par million d'heures travaillées.

Sécurité sanitaire et bien-être

L'objectif constant de Colart est de mettre à disposition de notre communauté dans le monde un environnement de travail sûr et durable. En avril 2021, nous avons organisé une conférence virtuelle autour de la Santé et de la Sécurité, l'occasion de souligner notre initiative clé d'impulser une culture positive de la sécurité sur tous nos sites.

Ce faisant, nous réduirons le nombre d'accidents et protégerons notre principal atout : notre personnel.



Nous impulsions une culture positive de la sécurité sur tous nos sites.

Résumé de la stratégie



Emballage

Colart a mis en place des directives d'emballage durable en 2020, que nous avons déployées au début de l'année 2021. Les directives soutiendront le développement des nouveaux produits afin de veiller à ne pas utiliser plus d'emballage que nécessaire.

Nous nous engageons à examiner notre portefeuille d'emballage actuel et à adopter une approche holistique afin d'améliorer la durabilité de nos emballages.



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.

Notre objectif est d'établir une chaîne d'approvisionnement transparente et éthique présentant un haut niveau de conformité en matière de droit de l'environnement et de droits de l'homme. Celle-ci fera l'objet d'audits à la fois internes et externes.



Réduire les déchets

Nous continuons à réduire les déchets sur tous nos sites de production, en mettant en œuvre et en réalisant des contrôles très stricts. Bien que nous faisons partie du secteur de la production de produits chimiques, nous veillons à ce qu'aucun déchet issu des activités de Colart n'impacte négativement l'environnement.



Tendance en matière de durabilité



La durabilité est l'une des préoccupations des consommateurs partout dans le monde. Dans les faits, la pandémie a permis de faire ressortir les valeurs de notre entreprise et de nos activités qui doivent refléter notre attachement pour leurs communautés et la planète dans son ensemble.

Les objectifs de Colart reflètent l'effet positif des arts créatifs sur la santé mentale ; de nombreuses personnes ont commencé une activité artistique lors du confinement pour soulager leur anxiété et leur ennui. Nos équipes dédiées, le Collectif des Beaux Arts, a organisé des tutoriels en ligne pour soutenir les artistes et les détaillants.

À cause de la COVID-19, nous avons également lancé une initiative visant à aider nos employés à équilibrer leur vie professionnelle avec leurs obligations de faire l'école à la maison. Cela a pris la forme de classes d'art sur Zoom pour leurs enfants, dans le cadre d'une activité pour notre marque Elephant.

Les retours ont été très gratifiants :
« Les classes ont été géniales, occupant mon enfant de 7 ans deux fois par jour pour que je puisse travailler. »



Lindéngruppen

Bilan 2021

Notre propriétaire Lindéngruppen est une entreprise familiale de deuxième génération, concentrée sur le développement à long terme de sociétés industrielles. L'objectif du Groupe est de détenir des sociétés pérennes, fers de lance de la transition vers un monde durable.

Le Groupe est unifié sous la croyance commune qu'un enracinement dans des valeurs fortes et une réflexion à long terme nous permet de créer des sociétés résilientes et prospères tout en faisant la différence et en occupant une place active dans la résolution de quelques-uns des plus grands défis de notre monde.

Ensemble, nous travaillons activement à optimiser les bénéfices environnementaux et sociétaux, et à minimiser les impacts négatifs. Chacune de nos sociétés a

l'obligation de bien comprendre les principales problématiques, et comment elles peuvent être altérées et transformées sur le long terme

À l'avenir, l'une des parts les plus importantes de l'optimisation de nos bénéfices consiste à comprendre et impulser la durabilité chez tous nos clients.



Des valeurs
partagées
et durables.



Un objectif clair
et un code de
conduite.

Notre entreprise



Inspirer tous les
artistes, partout



Actualités de nos marques

snazaroo™

- Nous sommes parvenus à nous passer des vacuforms en plastique noir difficiles à recycler.
- En septembre 2021, nous avons lancé notre toute première palette entièrement personnalisable via Snazaroo.com, permettant aux consommateurs de remplir leurs palettes à mesure qu'ils terminent les couleurs.
- Dans le cadre de notre objectif de réduction des plastiques à usage unique, nous remplaçons actuellement les emballages plastiques de nos stylos pinceaux et de nos blisters de pots de 18 ml par du carton sourcé durablement.
- Notre nouvelle gamme de paillettes biodégradables devrait être lancée au cours du troisième trimestre 2021.
- Notre toute nouvelle usine à Minehead au Royaume-Uni est passée à l'énergie renouvelable en mars 2021.



- Lors du premier confinement lié à la COVID-19 en 2020, Lefranc Bourgeois a développé un programme en ligne mené par des artistes nommé #StayCreative (#RestezCréatifs) destiné à tous les consommateurs confinés chez eux.

Plusieurs artistes de France et de l'étranger ayant récemment collaboré avec la marque ont partagé des tutoriels techniques et des visites virtuelles de leurs ateliers. Les artistes à domicile ont été invités à participer à un défi et à partager leurs créations avec la communauté numérique.

- Après avoir été la toute première marque à avoir lancé des couleurs sans cadmium (en 2017, avec le relancement des peintures à l'huile Lefranc Bourgeois), la marque a étendu son expertise scientifique à sa gamme de gouaches et a lancé les premières gouaches sans cadmium en 2020. Le lancement a été intégré à la commémoration des 300 ans durant laquelle les histoires reliant de grands artistes à la marque ont été dévoilées, telles celle narrant l'amour de Matisse pour la gouache Linel Extra Fine.

- La marque a confirmé l'utilisation de pots en verre pour tous ses médiums et vernis à huile, ainsi que pour sa gamme emblématique de peinture vinyle Flashe.
- La plupart des manches des pinceaux d'écoliers Lefranc Bourgeois sont certifiés FSC, ce qui renforce notre engagement dans une chaîne d'approvisionnement durable.
- Depuis 2020, tous les emballages en carton de nos sets sont certifiés FSC.
- La marque a abandonné ses vacuforms noirs difficiles à recycler.
- La plupart de nos fournisseurs sont certifiés ISO 9001 et 14001.



Actualités de nos marques

Liquitex



Une stratégie de communication « tout numérique » :

- Se focalise sur la fourniture de contenus adaptables par type de canal et de public, pour garantir une portée maximale avec un impact environnemental minimal.
- Augmentation de nos démonstrations virtuelles - Liquitex Live - limitant la nécessité d'imprimer des supports tout en atteignant davantage de personnes et en permettant de capter davantage de public.
- Capture de contenu menée par les artistes - Artist Spotlight. L'équipement de production est constitué de envoyé à l'artiste pour capturer du contenu sur un certain laps de temps, éliminant ainsi la nécessité de séances de production individuelles.
- Relations à long terme établies avec les créateurs numériques, le programme influenceurs, les collaborations « In the Studio » et Artist Spotlight.

Engagement à devenir une marque plus inclusive :

- Défense des talents sous-représentés, présentés dans des séances de campagne, des programmes d'influenceurs, du contenu généré par les utilisateurs.
- Célébrer les artistes individuels derrière ce travail, et plusieurs groupes d'artistes divers à l'échelle de plusieurs styles/types de pratiques, de matériaux utilisés, d'ethnicité, d'emplacement géographique, d'âge et de genre.
- Un programme de résidence donne accès à un studio, à des matériaux et à un mentorat au sein d'une communauté créative..
- Développer et soutenir une communauté.
- Inclusion réfléchie : partenariat avec des organisations qui soutiennent et financent des groupes d'artistes sous-représentés, par exemple le Fond Black Art Futures.



Programme d'amélioration des emballages :

- Le set de produits basiques Liquitex en 60 x 22 ml sera lancé exclusivement sur Amazon, certifié pour son programme d'emballage sans frustration de niveau 1 (FFP), en août 2021.
- Il s'agit d'une nouvelle initiative d'emballage pour que Colart puisse concevoir un programme FFP certifié, qui permettra un retour d'informations utile pour les futurs développements et améliorations de produits.
- La certification FFP signifie que :
 - Le produit est conçu dans une optique de réduction des déchets et ne nécessite aucun suremballage Amazon lors de la préparation et de l'expédition.
 - Il est conçu à partir de matériaux d'emballage recyclables via conteneurs
 - Il dispose d'une ouverture facile et d'un emballage minimal.
 - Dommages et taux de défauts minimes.

Actualités de nos marques

Winsor & Newton



Colart est activement engagé dans le développement de peintures de substitution durables, sans compromis sur la performance.

- En 2019 et 2020, nous avons lancé avec succès les aquarelles et les peintures à l'huile sans cadmium, dont les artistes ont pu confirmer, lors de tests en aveugle, que les performances étaient équivalentes à celles de leurs prédécesseurs.
- Toujours dans cette volonté d'offrir à nos consommateurs des alternatives, Winsor & Newton a lancé des pinceaux synthétiques pour aquarelles et peintures à l'huile en 2021. Les produits ont démontré les mêmes performances que nos pinceaux en martre et en soies de porc pour aquarelles
- À l'instar de nos peintures sans cadmium, les retours des artistes indiquent que la qualité des pinceaux synthétiques était équivalente à celle de leurs homologues naturels lors de tests réalisés en aveugle.

- La plupart des manches de ces nouvelles gammes de pinceaux synthétiques professionnels sont certifiés FSC et présentent une teneur réduite en solvant dans leur peinture, ce qui renforce notre engagement pour une chaîne d'approvisionnement durable.
- Le lancement de ces gammes répond à des problèmes de chaîne d'approvisionnement pour les pinceaux de grande taille, qui se sont révélés difficiles à produire avec des poils naturels en raison d'une pénurie de poils naturels plus longs provoquée par le changement climatique.
- Winsor & Newton s'est également engagée à produire des emballages entièrement renouvelables. Tous les lancements respectent les nouvelles directives de Colart en matière d'emballage durable..
- Nous préparons actuellement le relancement de l'ensemble de notre gamme de papiers. Nous garantissons

qu'aucun des matériaux que nous utilisons n'est issu de sources animale.

- Nous lançons 16 nouvelles teintes pour notre gamme promarker, afin de proposer une plus grande variété de nuances. Cela comprend la révision de notre système d'emballage pour remplacer le plastique à usage unique par du plastique recyclé.
- La plupart de nos fournisseurs sont certifiés ISO 9001 et 140001.
- À compter de 2021, tous les emballages en carton de nos sets d'aquarelles seront certifiés FSC et ne présenteront plus aucun revêtement plastique sur le carton, afin qu'ils puissent être recyclés. Nous avons terminé d'autres études concernant l'élimination des emballages plastiques de nos demi-godets pour aquarelle, tout en veillant à ce que la qualité des produits demeure intacte.



80 % de nos papiers sont certifiés FSC et 40 % sont fabriqués à l'aide d'énergie.



Actualités de nos marques

Winsor & Newton



- En outre, nous évitons autant que possible d'utiliser du plastique pour nos sets de peinture d'entrée de gamme pour débutants récemment développés :
 - Aucune feuille plastique ajoutée à la fenêtre du produit pour tous les sets de couleurs humides.
 - Une photo de grande qualité imprimée sur du carton pour la face avant des emballages de pastels, en remplacement des pochettes en plastique.
 - Des gammes de pastels qui ne présentent plus d'emballage carton supplémentaire à l'intérieur.
- Fin 2019, malgré des coûts plus élevés, nous avons décidé de manière proactive de fabriquer des vacuforms uniquement à partir de matériaux recyclés. Cette règle générique a depuis été déployée comme une exigence pour tous les produits de Colart.

Autres développements de notre stratégie de Communication - Expert Colour. Possibilités infinies :

- L'impact de la COVID-19 et les résultats des recherches en matière de préférence de marque commissionnées par Colart ont souligné l'importance pour nos clients des liens avec la communauté, l'éducation, l'héritage, l'innovation et l'émotion. Une plus grande sensibilisation aux facteurs environnementaux joue également un rôle dans la relation de nos clients avec nos marques.
- Nous avons poursuivi notre campagne huile début 2021, en mettant l'accent sur nos peintures à l'huile et nos nouvelles couleurs Winton sans cadmium. Les deux gammes ont été homologuées, ce qui signifie qu'elles ne présentent aucune toxicité ni aucun danger pour l'homme.
- Des initiatives clés telles que « Our Featured Artists » et « Material Matters » nous ont fourni une tribune pour échanger avec notre public de manière authentique et informative, en créant du contenu à l'endroit où les artistes parlent de nos matériaux aux artistes.

- En travaillant avec des artistes partageant des valeurs similaires à celles que nous souhaitons véhiculer liées à la durabilité et à l'environnement, nous faisons nos premiers pas pour nous aligner avec ces problématiques.
- Plus tard en 2021, nous déploierons un plan de communication solide et continu pour présenter nos actions et nos initiatives durables et soutenir notre communauté dans leurs engagements à mieux respecter l'environnement en 2022 et au-delà.



Actualités de nos marques Elephant

La durabilité est au cœur des préoccupations d'Elephant en 2021 et au-delà. S'interroger sur l'impact environnemental de tout nouveau projet ou de toute nouvelle opportunité est devenu pratique courante. Il s'agit d'un beau point de départ à partir duquel créer du changement et remettre en question les anciennes procédures.

Le fait de devenir une marque qui met le numérique au centre de ses activités constitue la première étape pour réduire notre impact sur notre planète.

Les cours en ligne **d'Elephant Academy** constituent le parfait exemple de la construction de relations fortes avec nos consommateurs, sans devoir recourir à des déplacements ou à la location de salles. Nous découvrons qu'il est possible de créer de la durabilité sans que l'expérience client n'en pâtisse. En réalité, pour de nombreux clients, la durabilité est une amélioration essentielle de tout produit ou service.

Notre activité de commerce en ligne **Elephant Kiosk** a retiré toutes les bandes adhésives plastiques de ses emballages et d'ici la fin du second trimestre, elle aura également éliminé les suremballages. Au troisième trimestre, nous lancerons nos propres sets de peintures durables depuis Kiosk. Les peintures de cette gamme seront proposées dans des tubes en aluminium simple avec des étiquettes en papier recyclable et sans aucun moulage en plastique. Les sets seront entièrement personnalisables, ce qui réduira les déchets et nous proposerons un programme de retour gratuit pour la mise au rebut des tubes en toute sécurité.



Emballages sans plastique pour la marque de peinture Elephant.



Actualités de nos marques

Elephant

Elephant magazine, désormais publié deux fois par an, est entièrement recyclable sur du papier certifié FSC et produit sur une imprimante neutre en carbone. Nous investissons dans la compensation des émissions de carbone libérées lors de la création du magazine. L'équipe éditoriale couvre de nombreux projets artistiques qui abordent la notion de durabilité, avec par exemple l'entretien dans l'édition printemps/été 2021 présentant le duo artistique Cooking Sections qui explore des manières de rendre l'industrie agroalimentaire plus respectueuse de l'environnement.

L'équipe d'Elephant est passionnée par sa contribution positive avec des associations caritatives, des ONG et la communauté locale. Notre travail comprend notamment :

- Superviser le don de 200 000 marqueurs pigments Winsor & Newton à 380 écoles et universités du Royaume-Uni durant la première moitié de 2021. Ces marqueurs ont été reçus avec plaisir et Elephant a reçu des retours extrêmement positifs sur la valeur que cette initiative a insufflé

pour l'éducation artistique des élèves et étudiants. Nous réitérerons ce programme plus tard dans l'année aux États-Unis, en ciblant les écoles de la côte Est.

- Donner plus de 200 chaises issues d'Elephant Space à une école en Afrique.
- Offrir des remises substantielles sur tous nos produits à destination des organismes caritatifs.
- Travailler avec notre quartier local de Londres pour créer un jardin communautaire à Elephant Space, conçu pour absorber les polluants issus de la circulation.
- D'ici le troisième trimestre 2021, chaque commande effectuée via Elephant contribuera à planter des arbres dans les pays en développement, à travers notre partenariat avec Ede Reforestation Projects.

Ces initiatives représentent une première étape pour Elephant, vers le développement d'une entreprise qui fait la part belle à une durabilité utile, au cœur de toutes nos activités.



300 sets de marqueurs donnés à des associations caritatives par Elephant

« Quelle superbe ressource, surtout en l'absence des cours spéciaux en ce moment. Ils ont été tellement utiles en nous fournissant un nouveau support pour travailler. Merci beaucoup ! »



Une imprimante neutre en carbone pour Elephant magazine.

Marketing et typologie des acheteurs



Valeurs vertes

Les clients en quête de fournitures d'art souhaitent des produits plus durables. Un peu moins de la moitié d'entre eux recyclent déjà les matériaux (42 %) plutôt que de les jeter (25 %) (Source : Rapport de durabilité de Colart 2019-20).

Ces personnes pensent que les marques devraient travailler sur la durabilité de trois manières :

- Moins d'emballages.
- Plus de matériaux recyclés.
- Moins d'ingrédients toxiques.



La durabilité comme facteur d'achat

Trois quarts des artistes ont acheté des articles durables au cours des deux années passées (74 %) et 36 % d'entre eux indiquent qu'ils paieraient davantage pour des produits « plus verts ».

Il s'agit d'une opportunité clé pour les marques souhaitant se différencier, impulser un engagement émotionnel et favoriser la loyauté envers la marque. Près de deux tiers des artistes (64 %) indiquent qu'ils sont susceptibles d'être plus loyaux envers des fournisseurs écoresponsables (Source : Rapport de durabilité de Colart 2019-20).



Répondre à la demande des consommateurs

Les fournisseurs d'art s'accordent à dire qu'il faut en faire davantage pour répondre aux exigences réglementaires ainsi qu'à la demande des consommateurs. Des peintures sans cadmium en passant par les marqueurs rechargeables et jusqu'aux tubes de peinture en aluminium recyclable, il est possible d'impulser de nombreux changements.

Les détaillants ont également un rôle important à jouer et pourraient proposer des changements tels que des options de plastique réduit ainsi que des points de recyclages locaux.



Tirer parti de l'effet des influenceurs

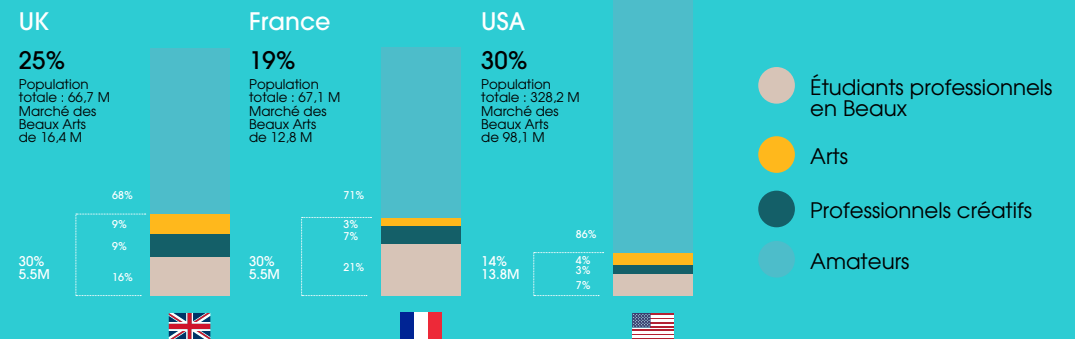
Les principaux influenceurs commencent à s'intéresser sérieusement aux produits durables, ce qui est susceptible d'influencer l'ensemble du marché (Source : Étude de GFK sur les facteurs déterminants lors du choix de marques 2019/21).

Professionnels

La durabilité est un facteur d'achat clé pour les artistes professionnels, tout comme la performance des produits.

Le saviez-vous ?

Tout autour du monde, nous constatons une augmentation de la participation à des activités artistiques. Avec des politiques de confinement en place pour de longues périodes, nous nous attendons à ce que cette hausse de participation se maintienne.



Gouvernance



En 2029, Colart a renforcé son engagement de gouvernance à travers la création d'un nouveau code de conduite pour les partenaires commerciaux.

Le code est conçu pour améliorer l'agenda commercial de Colart en définissant les normes et les pratiques attendues de nos partenaires commerciaux, un terme qui regroupe nos fournisseurs, nos distributeurs, nos clients au détail, les artistes et toutes les personnes avec qui nous interagissons ; ainsi que leurs propres fournisseurs, sous-traitants et représentants dans la chaîne d'approvisionnement.

Le code impose une obligation à nos partenaires commerciaux et à leurs chaînes d'approvisionnement de respecter les normes éthiques et les pratiques commerciales les plus élevées, telles que :

- Conformité avec toutes les lois applicables.
- Abstention de tout agissement de corruption.
- Éviter les conflits d'intérêts.
- S'assurer que les cadeaux ou l'hospitalité ne sont ni donnés ni reçus dans le but d'influencer une décision.
- Un traitement équitable de tous les travailleurs, sans aucun recours au travail des enfants ou au travail forcé.
- S'efforcer de réduire l'empreinte environnementale en minimisant l'utilisation d'énergie et de ressources lors du développement, de la fabrication, de l'utilisation et de la mise au rebut de tous les produits.

Le code s'ajoute au code de conduite interne des employés de Colart, afin de garantir que les normes attendues soient respectées dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Afin de veiller à l'adhérence au code, les partenaires commerciaux devront confirmer leur acceptation du code. En outre, les partenaires commerciaux et les employés de Colart continuent de disposer de la possibilité de signaler de manière anonyme toute violation via EthicsPoint, notre portail de signalement en ligne indépendant.

Un registre permettant de recueillir les interactions avec les concurrents continue d'être mis à jour avec des déclarations de l'équipe de direction du Groupe Colart. Des plans sont en place pour veiller au déploiement généralisé du registre à tout le personnel de Colart, auquel s'ajouteront des directives et des formations pertinentes.

La gouvernance des litiges internationaux ainsi que de l'entité juridique continue d'être suivie de manière centralisée à travers des portails et registres respectifs pour garantir une gestion efficace des risques juridiques et liés à la conformité.

Chaîne d'approvisionnements



Colart continue à améliorer la transparence et les relations avec sa chaîne d'approvisionnement...



Rareté des ressources

Nous avons constaté en 2020 e début 2021 une dépendance accrue à des ressources limitées.

Colart a démarré une initiative pour atténuer la dépendance en créant deux approvisionnements pour les matières premières jugées critiques et en identifiant des alternatives locales lorsque cela est possible.

Nous travaillons à nos formules pour réduire les tensions sur la chaîne d'approvisionnement et pour identifier des sources plus proches du point de consommation. Cela contribue à éviter le fret aérien non durable.



SEDEX et notre Code de conduite

Nous continuons à nous assurer de l'engagement de nos partenaires envers la durabilité, à l'instar de ce que Colart met en place.

Pour rendre cela possible, nous avons révisé notre code de conduite afin qu'il s'applique à toutes les parties prenantes : qu'elles se situent en amont ou en aval, et nous continuons à impulser du changement au sein de la chaîne d'approvisionnement.

Tous nos sites sont inscrits à SEDEX. Nous demandons à nos fournisseurs de s'inscrire dans le cadre du processus de passation du marché, un échange social et numérique en ligne qui se

focalise sur les normes en matière de travail, sur l'éthique commerciale, la santé et sécurité et l'environnement.



Changements d'emballage

À mesure que nous poursuivons notre route vers la durabilité, nous avons apporté des modifications importantes à nos emballages.

Nous visons l'élimination du plastique à usage unique autant que possible, mais travaillons également à d'autres initiatives en coulisses.

Par exemple, nous avons arrêté d'utiliser des suremballages pour les marchandises envoyées au sein du groupe, en retirant les cartons intérieurs dès que possible. Nous adoptons la même approche pour les matériaux d'expédition pour les commandes clients.

Nous entendons réduire l'utilisation de ces matériaux et, même lorsque cela s'avère impossible, passer à des alternatives plus respectueuses de l'environnement.

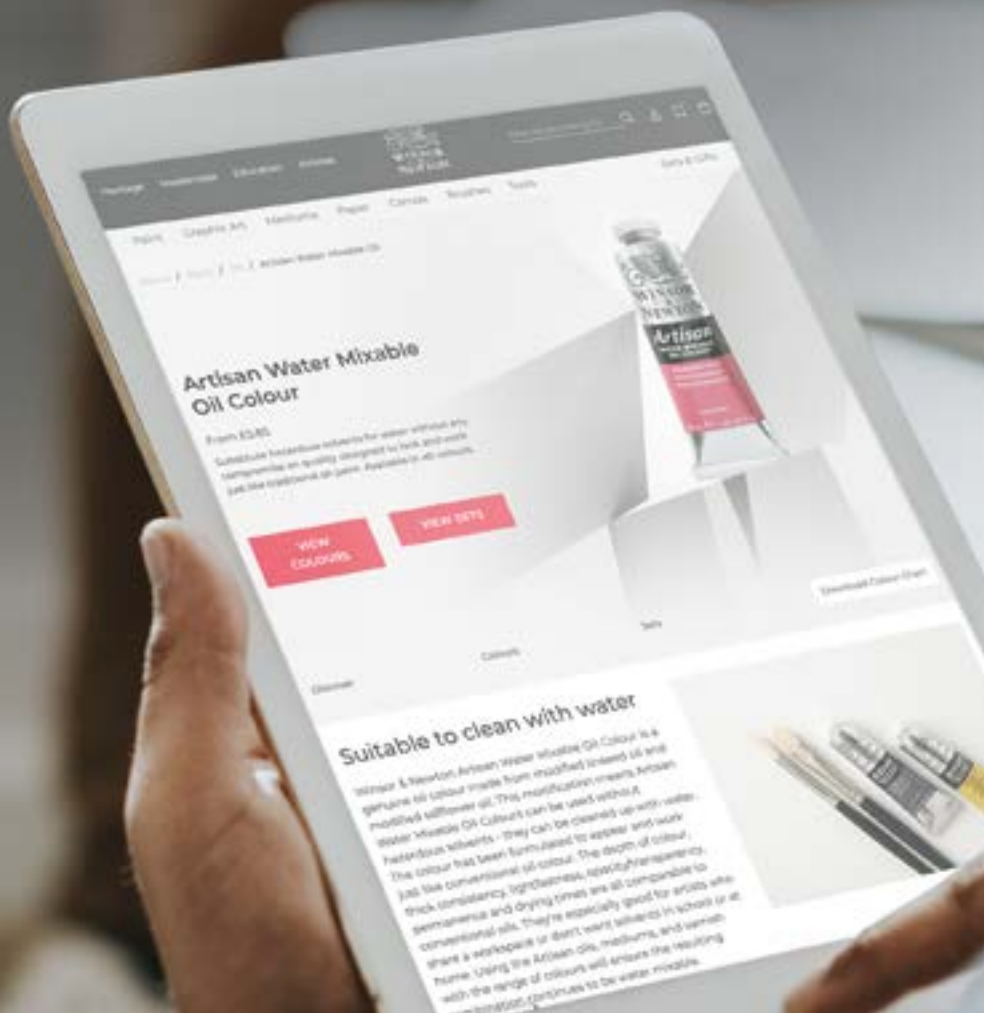


Coton durable

Nous mettons en place une politique d'approvisionnement du coton pour tous nos tissus en coton.

L'initiative est destinée à encourager de meilleures pratiques de gestion de l'eau et de l'énergie lors de la production. Nous souhaitons également veiller à puiser dans des sources socialement responsables.

Transformation numérique



Nous continuons à renforcer nos capacités numériques en interne et à mettre nos équipes à niveau à tous les niveaux de l'entreprise.



**E-commerce
Winsor & Newton**

En 2020, nous avons relancé les sites de commerce en ligne de Winsor & Newton au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Australie et dans le reste du monde, sur notre plateforme interne fonctionnant sous WordPress.

Cela a constitué un jalon majeur, un gain en simplicité et en efficacité, et des économies de plus de 100 000 £ sur les dépenses de gestion de plateforme. Les résultats s'avèrent encourageants à ce jour, avec une augmentation des visites de pages par les consommateurs et des durées de visite plus importantes, ce qui signifie qu'ils cherchent à en savoir plus sur nos produits.



**Colart
Trade**

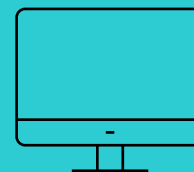
Parmi les principaux événements de 2020, parlons également du lancement de notre portail B2B, Colart Trade. Les sociétés de taille plus modeste

peuvent désormais passer commande plus facilement et plus efficacement, ce qui réduit le temps et les efforts déployés sur les commandes manuelles au format papier.

Le portail est actuellement disponible au Royaume-Uni et en Italie ; il sera étendu à plusieurs autres marchés courant 2021.

Tous nos sites Web et Colart Trade sont soutenus par et dépendent de

notre PIM, notre « référence absolue » concernant toutes les données produit, ce qui améliore encore plus l'efficacité et élimine la complexité. Plus d'un million de points de données sont à ce jour référencés dans PIM, qui poursuivra son évolution en 2021.



100 000 £ d'économies en dépenses de gestion de plateforme.

Transformation numérique

Orientée données et axée consommateurs

Être à la fois orientés données et axés consommateurs dans notre approche constitue une priorité stratégique clés pour nos activités de marketing numérique.

En consolidant plusieurs plateformes de données en une avec le lancement d'une plateforme de données consommateurs, nous simplifions l'accès aux données tout en obtenant des informations plus puissantes et plus granulaires sur nos clients, ce qui nous aide à formuler des communications de marque plus pertinentes, plus rapides et plus cohérentes pour nos différents publics cibles.

En 2020n toutes les données consommateurs de Winsor & Newton et de Liquitex ont été migrées vers cette nouvelle plateforme. Ce travail se poursuit en 2021 avec Lefranc Bourgeois, Elephant et Snazaroo.

Démocratisation numérique

En 2021, nous lancerons le projet important consistant à diffuser nos capacités numériques plus largement au sein de l'entreprise. Ces avancées prendront la forme de la mise à niveau des compétences de nos équipes de marques et de nos marchés locaux, ainsi que le soutien au commerce en ligne et aux initiatives directes au consommateur.

En intégrant le numérique à tous les niveaux de Colart, nous continuerons notre maturation et rendrons nos activations marketing à l'épreuve du futur.



De meilleures informations sur nos consommateurs.



Un marketing à l'épreuve du futur via l'amélioration des compétences numériques.

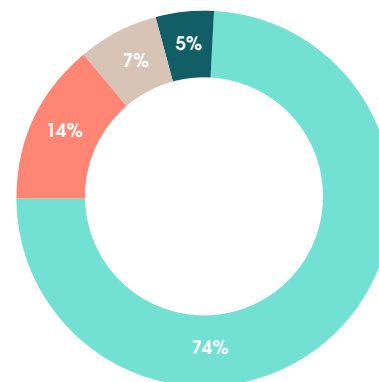
Service client numérique

1,7 % des demandes reçues en 2020 concernent la durabilité et la responsabilité sociale. Le Royaume-Uni est le marché le plus préoccupé par ces thématiques. Alors qu'en termes de sujets, la majorité des questions tournent autour du respect des animaux et de l'environnement.



Questions éthiques et relatives à la durabilité

- L'ensemble des demandes liées à la durabilité adressées à Lefranc Bourgeois concerne l'utilisation d'ingrédients dérivés des animaux.
- Les consommateurs de Liquitex et de Reeves sont principalement attachés à l'utilisation de produits vegan.
- Les clients de Snazaroo s'intéressent à la sécurité des produits et à des produits respectueux de l'environnement.
- Les consommateurs de Winsor & Newton sont tout autant concernés par l'environnement et le respect des animaux, mais également par la question des droits de l'homme.



- Produits vegan
- Éthique et Droits de l'homme
- Sécurité et composition des produits
- Préoccupation environnementale

Répartition géographique

Zone géographique	Total de demandes par zone	Demandes liées à la durabilité Par zone
Océanie	3%	4%
Amérique du Nord	40%	25%
Europe	39%	52%
Royaume-Uni	17%	19%
Reste du monde	18%	31%

Demandes liées à la durabilité par Marque

Marque	# Demandes liées à la durabilité	% Demandes liées à la durabilité par Marque
Lefranc Bourgeois	12	1.1%
Liquitex	49	1.1%
Reeves	35	4.6%
Snazaroo	6	0.9%
Winsor & Newton	177	1.9%



Les clients de Reeves et de Winsor & Newton sont les plus sensibles à ces thématiques.

Développement de nouveaux produits (NPD)

Nous continuons à intégrer plus avant les questions de durabilité au développement des produits, à mesure que nous impulsions des changements culturels au sein de Colart.

Lorsque cela est possible pour les projets NPD, nous utilisons des options écoresponsables telles que les tubes en PCR, les bouteilles plastiques en R-PET et nous appuyons ces changements en effectuant les ajustements nécessaires aux équipements de production.

Les projets suivants mettent en lumière notre engagement en termes de durabilité et remettent en question les matériaux utilisés dans nos produits :



Lefranc Bourgeois

Set d'encre Lino : a remplacé les vacuforms avec un nouveau sac en tissu réutilisable ; développe également des sets en carton sans fenêtres en plastique.

Cadeaux Enfant : demandent des emballages certifiés FSC dès que possible ; réfléchissent au meilleur emplacement pour assembler les sets avec des composants issus de Chine et de France, afin de minimiser le transport entre les pays.

Sets d'aquarelle : les boîtes en plastique existantes ont été remplacées par des boîtes en métal plus durables. Les emballages en carton certifié FSC sont désormais mis en place ; ils sont recyclables, sans revêtement plastique sur l'emballage en papier.

Les améliorations à venir en matière de durabilité incluent l'élimination de la pochette plastique sur les demi-godets et le remplacement par une alternative durable.

Vacuforms : tous les vacuforms internes seront sourcés à partir de plastique blanc recyclable.

Set de démarrage d'impression en relief : à proposer dans une boîte en carton FSC, contenant tous les matériaux dans un sac en coton original.

Liquitex:

Corps lourds : les recherches continuent pour utiliser des tubes écoresponsables (PCR) pour les peintures acryliques ; déploiement sensé être amorcé en douceur au terme des essais de production et si les produits passent les tests de qualité.

Sets : nous développons autant que possible de nouveaux sets et modifions les sets existants, pour qu'ils ne comportent aucun vacuform, ce qui réduit l'utilisation de plastique et l'empreinte environnementale du set. Nous étudions également l'utilisation de pochettes plastiques rétractables et recyclables pour tous les sets.

Vacuforms : nous passons des vacuforms noirs aux vacuforms clairs recyclables, tout en recherchant des alternatives de matériaux durables pour les sets lorsque cela s'avère nécessaire.

Crown Artist Brush :

La teneur en phtalates est éliminée de tous nos emballages pour être en accord avec la nouvelle législation

Produits à base de phtalates : entièrement migrés courant 2020 pour garantir leur conformité.

Deux nouvelles gammes de pinceaux Winsor & Newton ont été lancées avec des manches en bois certifiés FSC, revêtus d'une laque à base d'eau. Cela a mené à un projet visant à progressivement élargir l'utilisation des manches en bois FSC et des laques à base d'eau à toutes nos gammes existantes.





Nouveaux Développement commerciaux

La fonction de développement commercial a été nouvellement créée pour explorer la croissance à long terme à travers des partenariats au sein du secteur créatif. Nous étudions non seulement l'opportunité commerciale de telles collaborations, mais incorporons activement nos valeurs : notamment notre agenda de durabilité, dans toutes les discussions.

Dans ce cadre, nous avons activement refusé des opportunités commerciales viables qui entraient en conflit avec notre vision en matière de durabilité, tout en établissant des collaborations pour lesquelles nous trouvons normal de payer davantage, en raison du message de marque du fournisseur orienté durabilité, tout en inspirant la créativité

L'une de ces collaborations est notre travail avec une start-up indienne nommée Viviva Colors. L'entreprise a développé des plaques de couleurs ultra-portables et faciles à utiliser. Elles sont principalement conçues à partir de papier à faible grammage, fournissant également des revenus stables pour les femmes de la communauté locale.

Nous croyons qu'il s'agit là d'un superbe exemple de la manière dont une entreprise peut allier l'objectif de diffuser la joie de la peinture, tout en adoptant une éthique commerciale équitable. Nous sommes fiers de ce partenariat avec Viviva en tant que leur partenaire de distribution, en proposant cette marque et ces produits aux consommateurs du monde entier.

Innovation durable

Avec un alignement complet sur la stratégie de durabilité des produits et de l'environnement, mon nouveau rôle consiste à mettre en œuvre l'agenda d'innovation durable pour le développement des nouveaux produits de toutes nos marques.

Nous y parviendrons grâce à l'expertise et au leadership, en prodiguant des conseils aux équipes locales d'I&D nouvellement transformées du groupe. Cela garantira que les flux de travail qui en résulteront soient alignés avec les objectifs de livrables et de délais.

L'une de mes autres principales attributions est de retisser des liens plus forts avec nos fournisseurs experts (via la passation de marchés) et les consommateurs artistes (via TFAC), afin de garantir que Colart soit leur premier contact pour l'utilisation de matières premières durables et de favoriser les nouvelles idées et opportunités.

Surveillez bien cet espace !



Cris Cosgrave

Gestionnaire du programme d'innovation durable

Notre personnel.



C'est tout l'art de Colart



Notre personnel... fait toute la différence

Nous savons que les employés de Colart font une vraie différence pour notre réussite et nous accordons une grande importance aux commentaires de chacun, qu'il soit responsable, membre d'équipe ou qu'il s'exprime à titre individuel. Notre engagement à faire évoluer notre personnel et à mieux le sensibiliser et l'impliquer dans les questions de durabilité, au sein de l'entreprise comme à l'extérieur, demeure intact.

Leadership

Nous croyons que des performances commerciales durables commencent avec un leadership efficace. Le point de départ de cette philosophie est de savoir reconnaître un bon leadership (comme indiqué dans le fonctionnement de Colart) et par une clarté sans équivoque concernant les personnes responsables de ce leadership.

Cela est devenu une évidence en 2020, lorsque nos dirigeants ont dû apprendre à maintenir l'engagement ainsi qu'une notion de travail d'équipe, avec l'épidémie de COVID-19 qui a généré des facteurs hors de notre contrôle.

La collaboration, la communication et la connectivité se sont muées en un appel à l'action implicite pour nos dirigeants et ont été mises au cœur de notre programme de développement du leadership global en 2020.

Le programme est soutenu par la sensibilisation et l'appel à la réflexion, pour permettre à nos dirigeants d'être plus attentifs à eux-mêmes, à leurs équipes et à la mission collective de Colart.

Leaders Plus

En 2020, nous avons renouvelé notre abonnement et notre 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.

Le réseau et le mentorat proposés par ce programme ont été mis à disposition en parallèle de la flexibilité et du soutien de Colart.

Notre engagement est reconnu comme une preuve de notre désir de construire un environnement positif pour les nouveaux parents occupant des postes de direction.

Nous continuons à soutenir le programme Leaders Plus en 2021, avec notre premier directeur homme participant au programme.

« Mon parcours au sein de Leaders Plus m'a permis de réaliser que je pouvais à la fois être une bonne mère et une directrice ambitieuse, sans ressentir de culpabilité, mais en étant poussée à me dépasser. Je souhaite décrire mon expérience en tant que mère

au travail chez Colart en utilisant trois mots : confiance, flexibilité et empathie. Colart m'a permis de devenir une meilleure directrice, une meilleure collègue et plus important encore, une mère plus accomplie. »

Cris Cosgrave

Gestionnaire R&D (Londres)

Mentorat

La capacité réduite de se rencontrer en face à face en 2020 a initialement posé des défis conséquents pour notre programme de mentorat. Mais en recentrant les formations en distanciel, nous sommes parvenus à revitaliser le programme avec plusieurs relations de mentorat organisées en ligne.

Cela a également généré un potentiel pour le mentorat transfrontalier, un aspect que nous souhaitons pousser plus avant en 2021 dans le cadre de notre focus sur la collaboration et la connectivité.

Nous avons également optimisé notre plateforme de mentorat Intranet pour améliorer l'accessibilité et la compréhension du programme.



Nous accueillons la parole de chacun

Notre personnel...

Une journée dans la vie de Splash

Nos ambitions 2020 pour notre programme « Une journée dans la vie de » ont été sévèrement freinées par le télétravail et la distanciation physique, mais nous sommes tout de même parvenus à impliquer 50 personnes.

Les avantages du le programme inclut :

- Possibilité de découvrir un nouveau métier.
- Comprendre les défis et les besoins des collègues.
- Partage de connaissances.
- Nouer des liens sociaux et des relations professionnelles.
- Améliorer la communication interne.
- Une meilleure vision de l'organisation.
- Collaboration et fractionnement des silos.

« Une belle expérience, je suis très satisfait de cette journée. Un travail intéressant qui pourrait bien m'intéresser. »

Guillaume Bouet, France

Développement de système agile fait partie intégrante du fonctionnement de Colart. Le développement continu de Splash, notre système global de gestion du personnel, constitue le parfait exemple de cette approche.

Suite à la cascade totale du système à tous les niveaux en 2019.

En 2020, nous avons effectué la prochaine étape de son amélioration en intégrant des fonctionnalités automatisées de performances et de développement.

Cette nouvelle phase n'a pas seulement éliminé la nécessité d'un système distinct, mais nous a également donné l'opportunité d'optimiser le focus sur le développement des employés. Tous les responsables opérationnels de Colart ont

participé afin de contribuer à améliorer la valeur des discussions.

L'optimisation du processus de révision dans Splash a permis d'extraire de meilleures données analytiques et des stratégies de suivi plus pertinentes, notamment en matière de planification de succession.

En 2021, nous continuerons à optimiser la valeur du système.

En tirant parti des fonctionnalités existantes ; par exemple, automatiser les demandes aux responsables opérationnels et permettre aux gens de visualiser leurs récompenses totales.

Splash met également à disposition la plateforme pour notre engagement d'alignement avec le code de conduite de Colart : présenté dans toutes les langues et disponible pour chaque employé.



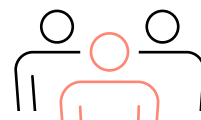
Le sourcing direct de nouvelles recrues en 2020 a continué de représenter une manière efficace d'intégrer de nouvelles personnes à la famille Colart.



7933 heures dédiées à la formation sur tous nos sites.



Notre personnel... inspire chaque artiste



Moins de 25%

des membres de la direction peuvent être décrits comme étant issus de minorités ethniques, il est donc nécessaire de progresser sur ce point.



40%

Les femmes représentent plus de 40 % de notre équipe de direction, une augmentation par rapport à 2019.

Notre but est d'inspirer chaque artiste dans le monde. Bien que notre portefeuille de marque représente les fondements de cette vision, la réussite ne peut venir que de nos employés : ils sont les ingrédients qui font toute la différence.

Afin d'incarner activement le concept de « famille », nous sommes tenus d'honorer les promesses que nous faisons à notre personnel. Cela signifie que nous devons construire un environnement de travail sain basé sur le respect, la dignité et la collaboration. Ce n'est que grâce à cela que nous ferons de Colart une entreprise pour laquelle les gens veulent travailler.

La deuxième analyse de rémunération de genre à l'échelle mondiale a été menée en 2020.

Elle a révélé que le salaire moyen continue d'être aligné avec celui de la plupart des sociétés, avec un salaire médian plus élevé que la norme.

Bien que nous ayons constaté des progrès par rapport à 2019, notamment en Amérique du Nord, nous continuons d'encourager des femmes à occuper des postes de direction en 2021. Nous ferons la promotion de conditions de travail flexibles et du développement des compétences avant de favoriser la diversité et l'inclusion.

Notre personnel... notre bien-être



Chez Colart, nous nous engageons à nous concentrer sur la personne dans son intégralité. 2020 a été une année à nulle autre pareille, mais elle nous a donné l'opportunité de prouver cet engagement.

Nous mettons les personnes au premier plan de toutes nos actions et de toutes nos décisions, toute l'année, car nous savons que sans la santé de nos collaborateurs, qu'elle soit mentale ou physique, il nous sera impossible d'atteindre nos objectifs. Maintenir la connectivité et les relations a été au cœur de ces préoccupations, en réponse aux retours reçus de notre personnel via les enquêtes pulse envoyées cette année.

C'est avec une immense fierté que nous sommes parvenus à coordonner de nombreuses activités de bien-être au sein des groupes, malgré les défis liés à la pandémie.

À l'instar des années précédentes, nos ambassadeurs du bien-être global ont été essentiels à la bonne tenue de ces initiatives de bien-être concrètes, en faisant du « bien-faire » une réalité.

Bien que de nombreuses activités de bien-être aient été organisées en ligne, notamment les cours de yoga et d'art,

les unités commerciales ont identifié des moyens créatifs de soutenir le personnel tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'entreprise. Par exemple, les bureaux vides en Europe du Nord ont été proposés à des enseignants qui ne disposaient pas de suffisamment d'espace à la maison pour enseigner à leurs étudiants en ligne.

Maintenir du lien dans notre monde distanciel a été envisagé comme une priorité absolue.

L'école à la maison a eu des répercussions sur de nombreux membres de notre personnel en 2020. En reconnaissance de ces difficultés, nous avons proposé un planning de huit semaines de cours d'art à différents groupes d'âge. Pendant cette période, plus de 600 places ont été réservées avec un public motivé d'étudiants réguliers.

Chez Colart France, notre personnel a pris l'initiative de nettoyer le site, en créant un sentiment de cohésion d'équipe et de valeur environnementale.



Notre personnel... santé et sécurité

La santé et la sécurité sont les responsabilités de chacun. Nous avons décentralisé cette fonction en 2020, en permettant à chaque site de s'approprier totalement le domaine de la santé et de la sécurité à son échelle.

En 2021, nous avons tenu une conférence virtuelle sur la santé et la sécurité, en partageant des idées et en nous alignant davantage à l'aide de la matrice de maturité ci-dessous. Cet outil aidera Colart à planifier des activités et des améliorations de sa culture et de ses systèmes de gestion de la santé et de la sécurité.

Personnes

- Les responsabilités locales sont clairement communiquées sur l'ensemble des sites.
- Une compétence accrue, avec des investissements dans la formation de tous les employés en tenant les registres de manière claire.

Politique

- Des responsabilités décentralisées avec des directives globales.
- Des régulations locales comme meilleure pratique partagée minimale.

Processus

- Une plus grande franchise encouragée ; peut dans un premier temps se traduire par des augmentations des signalements d'accidents évités et d'incidents mineurs. Nous entendons éliminer l'ensemble des incidents plus graves que les incidents mineurs.
- Des études et des signalements au niveau local, avec des actions correctives et préventives convenues ; les comités locaux de santé et de sécurité peuvent suivre les progrès réalisés, avec une supervision par la direction locale.
- Un processus de remontée clair
- Des collectes de données mensuelles et trimestrielles, avec des analyses aux niveaux de l'équipe de direction et du conseil d'administration.

Rapport 2020







Objectif de zéro accident sur nos sites.

Notre personnel...

Matrice de maturité

Personnes

			
Communication	Comportement	Formation	Propriété

Niveau émergent 1

- | | | | |
|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Clarification du parcours de santé et de sécurité - champ d'action de la mission de vision | <ul style="list-style-type: none"> • Fonctionnement de Colart - Culture de la sécurité • Vidéos de sensibilisation | <ul style="list-style-type: none"> • Identification de compétences - Matrice de formation | <ul style="list-style-type: none"> • Compréhension individuelle (intégration) |
|--|--|--|--|

Niveau de gestion 2

- | | | | |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Signalisation accrue • Vidéos de S&S • Messages de sécurité homogènes | <ul style="list-style-type: none"> • Discussions de boîte à outils • Respect des codes couleur | <ul style="list-style-type: none"> • Identification des compétences Matrice de formation | <ul style="list-style-type: none"> • Individuel - responsabilité de chacun (activation) |
|---|--|---|--|

Niveau d'implication 3

- | | | | |
|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Qui nous sommes, ce que nous faisons • Communications formation en ligne • Stratégie S&S / Newsletter | <ul style="list-style-type: none"> • Quiz S&S / réalités • Engagement des employés • Culture intégrée | <ul style="list-style-type: none"> • Déploiement formation en ligne • Évaluations des risques • Sensibilisation (vidéos, etc.) | <ul style="list-style-type: none"> • Équipe - Champions de la sécurité (Implication) |
|---|--|---|---|

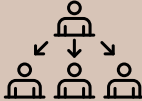


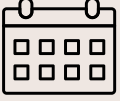
Niveau de coopération 4

- | | | | |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Concours de mascotte de la sécurité | <ul style="list-style-type: none"> • Six règles d'or • KPI de respect de la sécurité | <ul style="list-style-type: none"> • Safety Checklist – operator signed • Refresher | <ul style="list-style-type: none"> • Collective - Risk Assessments (empowering) |
|---|--|---|--|

Amélioration continue Niveau 5

- | | | | |
|---|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Études de cas H&S • Collaboration LG | <ul style="list-style-type: none"> • Benchmark externe accréditation • Vision zéro accident | <ul style="list-style-type: none"> • Apprentissage croisé LG | <ul style="list-style-type: none"> • Collectif externe en cours d'évaluation (construire) |
|---|---|---|--|

Processus

			
Gouvernance	Documentations et directives	Outils	Événements

Niveau émergent 1

- | | | | |
|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Groupes de travail sur site • Point éthique | <ul style="list-style-type: none"> • Répartition des zones par code couleur • Évaluation des risques • Signalement des incidents | <ul style="list-style-type: none"> • Des KPI visibles par tous | <ul style="list-style-type: none"> • Réunions du comité |
|--|---|---|--|

Niveau de gestion 2

- | | | | |
|---|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Parcours de sécurité • Audits internes • Apprentissages partagés • Visites des groupes de travail • Audits fournisseurs | <ul style="list-style-type: none"> • Discipline de directives politiques | <ul style="list-style-type: none"> • Planifier, Réaliser, Vérifier, Agir (PRVA ou PDCA en anglais) | <ul style="list-style-type: none"> • Conférences de Lindéngruppen sur la santé et la sécurité |
|---|---|---|--|

Niveau d'implication 3

- | | | | |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Apprentissages partagés auprès d'un public plus large | <ul style="list-style-type: none"> • Base de données numérique de documentation | <ul style="list-style-type: none"> • Vidéos formation en ligne, etc. | <ul style="list-style-type: none"> • Journée de la sécurité des prestataires indépendants • Semaine de la sécurité |
|---|--|---|--|

Niveau de coopération 4

- | | | | |
|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Benchmarking across LG | <ul style="list-style-type: none"> • Benchmarking across LG | <ul style="list-style-type: none"> • Human error management | <ul style="list-style-type: none"> • Recognition and celebrating success |
|--|--|--|---|

Amélioration continue Niveau 5

- | | | | |
|--|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Accidents LG partage | <ul style="list-style-type: none"> • Partage de politiques LG | <ul style="list-style-type: none"> • Industrie 4.0 | <ul style="list-style-type: none"> • Prix externe d'événements |
|--|--|---|---|

Partenariats et actions caritatives

Collaboration



Colart est fier de partager une initiative que nous avons soutenue et qui s'aligne parfaitement avec notre vision d'« Inspirer chaque artiste » et avec nos valeurs de soutien des projets essentiels pour la communauté.

La pandémie s'est révélée compliquée pour de nombreux enfants et pour beaucoup de jeunes habitant l'ouest de Londres ; notamment ceux se trouvant en situation de vulnérabilité. Pour aider à inspirer de la créativité et une envie d'apprendre loin des écrans d'ordinateur, Leighton House, - l'ancienne maison et studio de l'artiste britannique victorien Frederic Leighton, - a collaboré avec Winsor & Newton, West London Zone et RBKC Looked After Children's Services pour créer les coffrets cadeaux Time for Art.

Chaque coffret d'art souvenir contient un éventail de projets guidés et concrets d'art plastique liés à Leighton House, avec tous les matériaux nécessaires pour suivre chaque activité, des pinces au papier, des peintures et des encres aux crayons et stylos.

Les artistes Ayesha Gamiet et Laurelie Rae ont conçu des projets d'art originaux pour Time for Art. Chaque coffret est un cadeau, orné d'un ruban or, destiné à apporter joie et relaxation, à encourager la créativité et l'auto-expression, mais également à soutenir le développement de compétences et de connaissances des différents supports, techniques, œuvres d'art et artistes ; ainsi que de Frederic - Lord Leighton - et Leighton House.

Cette fantastique opportunité est née lorsqu'un membre du conseil d'administration de Lindéngruppen a présenté Sir David Verey CBE, Président des Amis du musée Leighton House à notre PDG, Dennis van Schie. Nous avons par la suite rassemblé un groupe de travail composé de membres des équipes commerciales, marketing, de distribution et d'emménagement du Royaume-Uni ; de TFAC ; et du service global de communication de Winsor & Newton pour mettre en œuvre ce projet.



Planète



Engagement
sérieux

Empreinte écologique

par rapport à 2019

Nous avons mesuré une importante réduction des émissions en 2020 par rapport à 2019 et nous comptons tirer parti des meilleures pratiques issues des 12 précédents mois pour accentuer cette réduction.

Notre objectif d'augmentation des achats renouvelables sur tous les sites est en bonne voie. Le fret aérien pour le transport de nos produits doit être envisagé en dernier recours. L'amélioration continue sur tous nos principaux sites garantira notre efficacité et la réduction de nos déchets.



48%

de réduction des
émissions globales à
l'échelle du groupe



Réduction sur le
site du Mans de

43%



Réduction sur le
site de Tianjin

46%

Fret

Une réduction importante dans le champ d'action 3 en raison des expéditions consolidées, ce qui se traduit par une réduction des expéditions, une tendance qui va se poursuivre. Réduction du tCO2e 2000 des coûts logistiques (Le Mans) grâce à un fret aérien minimal. Le champ d'action 3 représente 55 % de nos émissions globales, qui incluent les déchets, l'eau et le fret.

Énergie

Une réduction significative de la consommation d'énergie aux États-Unis. Nous continuons à augmenter la part de nos achats d'éléments renouvelables sur l'ensemble du site, avec une prédiction de forte diminution en 2021 pour les émissions du champ d'action 2.

Déchets

La plupart de nos déchets sont incinérés en raison de la nature des produits chimiques utilisés. Il s'agit d'un domaine d'intérêt crucial, avec des plans visant à réduire la quantité de déchets dangereux générés.

Champ d'action 1 regroupe les émissions directes générées par les ressources dont nous sommes propriétaires ou que nous contrôlons.

Champ d'action 2 regroupe les émissions indirectes issues de la génération de l'électricité

Champ d'action 3 regroupe toutes les autres émissions indirectes qui surviennent le long de la chaîne de valorisation d'une entreprise. Champ d'action 3 regroupe toutes les autres émissions indirectes qui surviennent le long de la chaîne de valorisation d'une entreprise.

SVHC & CONSIDÉRATIONS RÉGLEMENTAIRES

Un pacte vert européen, qui consiste en un ensemble d'initiatives politiques, a été publié par la Commission européenne avec l'objectif global de rendre l'Europe neutre en carbone d'ici 2050.

Deux domaines de développement auront un impact significatif sur le secteur des produits chimiques de consommation :

- Mobiliser le secteur vers une économie propre et circulaire.
- Une ambition zéro pollution pour un environnement sans substance toxique.

Bien qu'il n'existe pas de définition exacte d'un environnement sans substance toxique, nous nous attendons à ce que des changements d'ordre législatifs continuent d'être mis en œuvre pour influencer la manière dont nous communiquons les dangers au consommateur et impulsions des innovations visant à réduire notre empreinte de produits chimiques dangereux.

Notre KPI réglementaire pour l'objectif de durabilité de Colart est d'éliminer toutes les SVHC (substances extrêmement préoccupantes) de nos formules. Nous avons réalisé des avancées importantes sur cette voie.

Il est obligatoire de notifier le SDS de la présence de SVHC pour une teneur supérieure à 0,1 % et de se conformer aux dates d'expiration. Colart va plus loin en éliminant de manière proactive toutes les SVHC de nos formules et en les excluant totalement de nos nouveaux produits.



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



Colart continue de proposer à chaque employé jusqu'à un jour par an pour s'engager dans des activités communautaires. 2020 a été une année difficile à de nombreux égards, avec les confinements liés à la COVID-19 dans de nombreux endroits où nos sites sont implantés : cela a compliqué la poursuite de cette initiative.

Notre équipe en Chine, que ce soit à Tianjin et à Shanghai, a identifié des manières créatives d'utiliser leurs heures, en tissant des partenariats avec d'autres organisations pour lever des fonds destinés aux enfants défavorisés.

Trois membres de l'équipe, Shi Jing, Wang Lu et Lucy Zhang, ont passé du temps à faire don de produits arrêtés au Centre de développement de Xingtong pour les enfants autistes.

Au Royaume-Uni, notre équipe de Minehead a également retroussé ses manches : Gaynor Smith, Lucy Franklin, Julian Hooper, Mandy Rich, Christine

Watts et Paul Ruston ont complété plusieurs activités au cours de l'année. Parmi ces initiatives, des courses hebdomadaires pour les personnes isolées par la COVID-19 ; des fonctions de trésorerie auprès de la mairie du village ; une formation de leadership Rainbows ; des fonctions administratives pour les associations parents-professeurs ; des levées de fonds pour RNLI et pour la recherche contre le cancer du sein.

Dans l'ensemble, 2 833 heures ont été données pour chaque million d'heures travaillées : une belle réussite pour une année difficile.



2833 heures
ont été données
pour chaque million
d'heures travaillées.

Matérialité

Notre dernière évaluation date de 2018. Bien que le contexte ait beaucoup évolué depuis, notre volonté demeure intacte, mais en mettant davantage l'accent sur certains domaines :

Emballage

Revêt davantage d'importance, non seulement pour nous, mais également pour nos principaux clients, notamment Amazon et WHSmith. Éliminer, réduire, réutiliser et recycler font partie de nos directives d'emballage durables. La législation aura également un impact sur la manière dont nous emballons nos produits.

Bien-être

2020 nous a montré l'importance du bien-être de nos employés et pourquoi il s'agit d'une de nos priorités.

Empreinte carbone

La réduction de notre empreinte est impérative à la survie de notre planète et constitue une priorité absolue pour nos clients. En 2020, nous avons observé une réduction significative des émissions, notamment en raison des changements mis en œuvre suite à la pandémie ; nous devons maintenir cette tendance.

Qualité

Il s'agit d'une priorité absolue pour nos utilisateurs finaux. Elle est synonyme de nos propres valeurs et joue un rôle vital dans la réussite de nos activités.

Innovation

Notre mission de devenir « la maison de marques créatives axées sur le consommateur la plus durable du monde ».

Numérique

L'année 2020 a souligné l'importance du numérique. Cela a été reconnu au sein de nos opérations avec le lancement de notre plateforme B2B et le processus en cours de centraliser un seul système ERP pour toutes les unités commerciales.

Réglementaire

La législation continue d'évoluer et nous devons nous adapter rapidement pour veiller à ce que nos produits soient conformes sur tous les marchés.



L'empreinte carbone

est une des priorités absolues de nos clients.



Qualité

demeure une priorité pour nos clients.

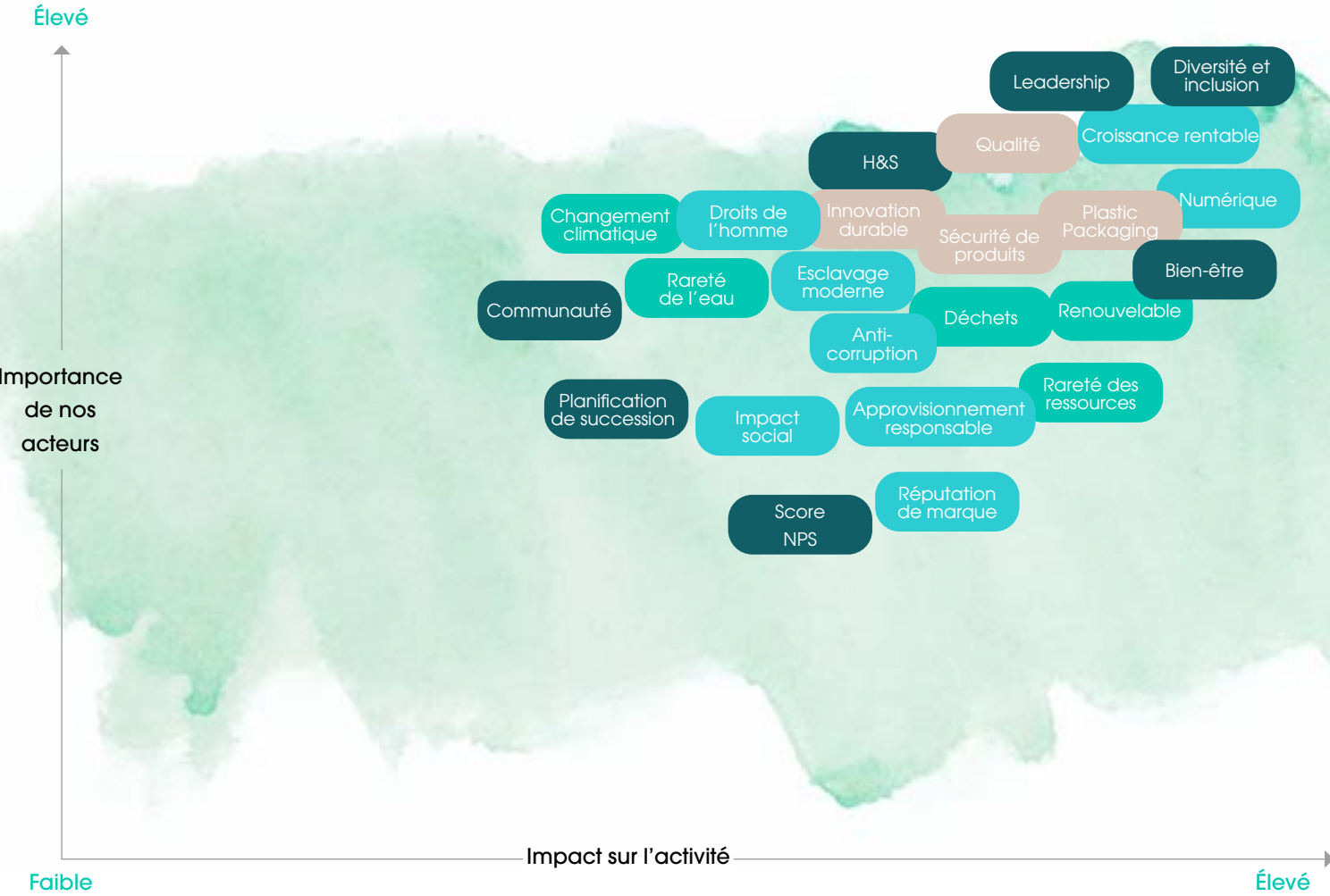


Un système

Un système ERP centralisé pour toutes les unités commerciales.

Matérialité

Matrice de priorisation



Produits

Commerce et Éthique

Environnemental

Personnes

Actualités des sites

Piscataway
En savoir plus

Minehead
En savoir plus

Londres
En savoir plus

Espagne
En savoir plus

Kidderminster
En savoir plus

Lowestoft
En savoir plus

Le Mans
En savoir plus

**Europe
du Nord**
En savoir plus

Italie
En savoir plus

Shanghai
En savoir plus

Tianjin
En savoir plus

Actualités des sites Londres



L'année 2020 a été difficile d'un point de vue du bien-être, alors que nous avons transféré les activités en ligne.

Halloween de Snazaroo

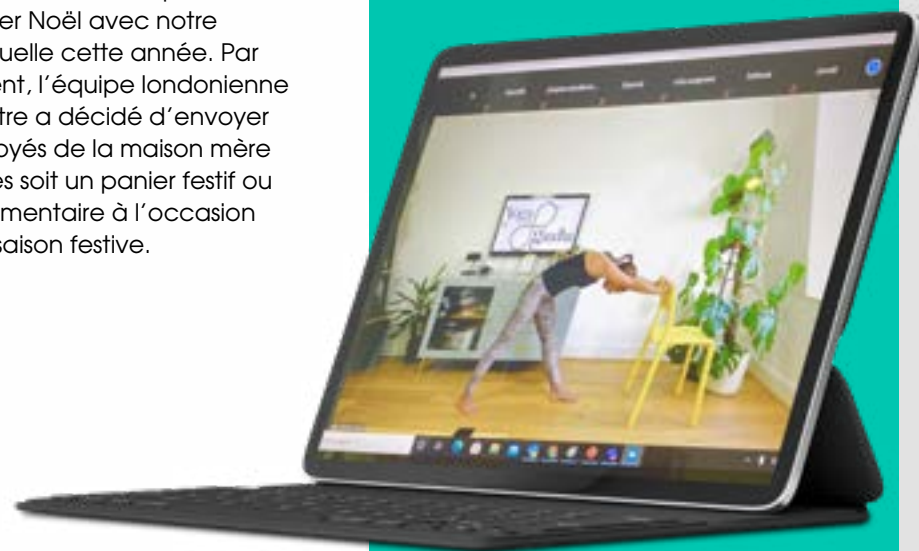
Pour fêter Halloween, nous avons invité les employés à nous rejoindre pour la masterclass en ligne de maquillage d'Halloween de Snazaroo. Emma Munro, une maquilleuse professionnelle, nous a enseigné quelques techniques pour créer des maquillages rapides et pratiques pour Halloween.

Panier de Noël

La COVID-19 nous a empêchée de célébrer Noël avec notre fête habituelle cette année. Par conséquent, l'équipe londonienne du bien-être a décidé d'envoyer aux employés de la maison mère de Londres soit un panier festif ou un bon alimentaire à l'occasion de cette saison festive.

Yoga au bureau

En mai 2020, nous avons envoyé la première communication pour inviter les employés londoniens à nous rejoindre pour célébrer la semaine de la sensibilisation à la santé mentale. Nous avons organisé un cours de yoga de bureau en ligne et, forts de son succès, nous avons continué cette initiative chaque mercredi pendant un an.



Actualités des sites Crown (Lowestoft)



- Nous avons amélioré la gestion de la lumière naturelle et des températures à plusieurs endroits, en remplaçant les fenêtres auparavant opaques et scellées par des alternatives modernes à double vitrage.
- Cela a également été l'occasion de remplacer les velux teintés dans notre zone de fabrication des têtes de pinceaux, pour fournir une lumière optimale en hiver et des conditions non éblouissantes en été.
- L'éclairage intérieur du bâtiment est désormais composé de LED à 80 %. La couverture augmente à mesure que les anciennes unités tombent en panne et sont remplacées par une alternative respectueuse de l'environnement ; cela crée un environnement de travail plus agréable et plus lumineux, essentiel pour les travaux de précision.
- Les établis ont été remplacés par des alternatives séparées par des écrans de verre pour fournir un environnement de travail plus spacieux et plus professionnel.
- Les toilettes ont été améliorées sur tous les sites, avec l'intégration de sèche-mains et de températures plus économes en énergie, de systèmes de régulation de l'eau, de doubles réservoirs de chasse et d'éclairage à LED.
- Les tapis ont été remplacés et du mobilier de bureau recyclé a été introduit, rendant les bureaux plus modernes, plus propres et plus frais.



80% d'éclairage
à LED

à l'intérieur du
bâtiment (environ).



Efficacité du
bâtiment

Des nouvelles unités à double vitrage jusqu'aux fenêtres teintées, nous avons amélioré la gestion de la lumière naturelle et des températures du bâtiment.

Actualités des sites

Kidderminster

Problèmes environnementaux

Nous créons une zone de beauté naturelle sur environ 1 600 m² de terrain désaffecté dans notre enceinte, sur des terres urbaines. Il existe un grand terrier de blaireaux à cet endroit, et nous installons une caméra pour surveiller les mouvements des animaux et d'autres créatures sauvages susceptibles d'être attirées dans cette zone. Les employés développeront cette zone dès qu'ils le souhaiteront.

Initiatives locales

Nous recherchons activement à remplacer tous nos sacs d'emballage en plastique par des alternatives en fécule de pomme de terre. Les sacs plastiques sont actuellement utilisés sur la ligne de prélèvement carrousel et pour emballer certaines commandes Amazon individuellement.

Nous avons économisé du temps et de l'argent en demandant à Colart Le Mans de livrer les packs de six pots d'encre Winsor & Newton sans emballage. Ils sont désormais transportés en vrac dans un grand plateau, ce qui réduit l'utilisation d'emballages de type plastique rétractable/carton.

Suite à un surplus, les palettes Euro que nous recevons de Colart Le Mans sont désormais échangées contre des palettes standard, utilisables pour nos clients au Royaume-Uni.

Le site de Kidderminster n'enfouit plus de déchets depuis août 2017. Parallèlement au recyclage, nous collectons également et faisons don d'objets à des organismes caritatifs, y compris des bouchons, des lunettes de vue, des produits de toilette et des accessoires pour les personnes sans abri, et des piles.

Les anciens équipements informatiques impossibles à reconvertir sur site sont collectés par une société de recyclage spécialisée, qui extrait tous les métaux précieux et les pièces réutilisables pour qu'ils soient réutilisés.

Au sein des services finances, ventes, achats, stocks et opérations, la récente mise en place du portail B2B, qui permet aux clients de passer commande, a déjà réduit le temps passé et les commandes papier, et nous pensons que cette tendance va se confirmer.

Nous envoyons les factures par e-mail aux clients, ce qui réduit les coûts postaux, l'utilisation de papier et les impressions inutiles. De plus, une récente initiative visant à consolider les commandes en suspens des clients en un seul colis a permis d'éliminer le recours à de multiples notes papier dans l'emballage et a optimisé l'efficacité du processus.



Inspirer chaque artiste

Nous continuons à encourager le personnel et leurs familles à soumettre leurs propres œuvres d'art plastique pour qu'elles soient exposées dans notre Galerie Goldthorn. Notre récent concours pour créer une carte de remerciement a été bien reçu. Nous avons offert aux participants un petit sachet de produits pour les aider à créer des œuvres d'art.

Les trois cartes gagnantes ont été imprimées au format A5, et remises en main propre aux entreprises locales et aux fournisseurs de soins de santé avec un message de remerciement de Colart pour leur soutien lors de la pandémie.

Plus tard en 2021, nous organiserons des cours d'art où le personnel participant pourra apprendre à utiliser des peintures aquarelles et acryliques, et ramener les tableaux terminés à la maison.

Nous avons un arbre taillé de près de 2 mètres dans notre entrepôt, avec des feuilles colorées sur lesquelles le personnel peut laisser des idées écrites concernant la durabilité : une magnifique œuvre d'art parlante.

Actualités des sites

Minehead

Colart Minehead a terminé les travaux dans ses nouveaux bâtiments en pleine crise de 2020.

Les travaux ont été réalisés en interne avec le directeur général et l'office manager, en incorporant le flux de production pour plus d'efficacité.

Lorsqu'il était impossible d'internaliser les travaux, l'entreprise a, lorsque cela était possible, fait appel aux services d'artisans locaux et de sociétés pour s'occuper des travaux. Cela a continué d'étendre le message positif au sein de notre communauté locale pour envisager le développement comme une bonne chose pour la ville.

Tous les aspects du bâtiment, que ce soit les matériaux, les installations mécaniques et électriques, hydrauliques et énergétiques ont été envisagés sous l'angle de la durabilité.

Balade en bottes à Wimbleball

L'équipe de bien-être a organisé une balade en bottes dans les tourbières pour le personnel de Minehead. Nous nous sommes rassemblés au lac de Wimbleball pour une petite balade vers le barrage pour se dégourdir les jambes.

Le lac de Wimbleball est situé dans le Parc national d'Exmoor et il s'agit d'un réservoir d'eau. Le barrage a été construit en 1979 et approvisionne les villes de Tiverton et d'Exeter en eau.

Nous avons profité d'une très agréable balade avec des points de vue spectaculaires de la campagne, de la faune et de la flore et du lac. Nous avons eu la chance de pouvoir voir le club de navigation s'entraîner à naviguer dans des voiliers et des canoës, avant de nous arrêter devant le barrage pour une pause photo rapide, puis de prendre une boisson chaude pour terminer cette matinée en beauté.

Dons de produits de premier secours

Lorsque Snazaroo s'est formée à partir de 11 unités individuelles dans notre nouveau bâtiment, nous nous sommes retrouvés avec un surplus de fournitures de premier secours. Bien que nous l'ayons anticipé et que les fournitures avaient déjà été réduites, il nous en restait beaucoup. Nous avons donc demandé à notre communauté si elle souhaitait les récupérer.

Premièrement, la Girlguiding Hut à Watchet a récupéré quelques produits pour compléter sa trousse, qu'ils emmènent partout avec eux lors de leurs excursions.

Les fournitures restantes ont été données au prestataire de formation local qui organise des cours de premiers soins pour la communauté. Ils ont affirmé que « tous les produits périmés seraient utilisés pour nos formations et que ceux qui sont encore utilisables seraient envoyés au Kenya ».

En résumé...

- Surcyclage de mobilier de l'ancien site
- 3 points de charge électrique
- Un parking couvert pour vélo pour encourager l'utilisation du vélo pour aller travailler.
- Un van a été utilisé dans l'ancien site pour effectuer les trajets entre les unités, mais comme tout a été rassemblé sous le même toit, le van est désormais inutile.
- Nous sommes passés de boîtes en carton à des boîtes réutilisables ultra-résistantes pour transporter des marchandises entre les sites et produire moins de déchets.
- Nous essayons de nouvelles manières de stocker et d'empiler nos peintures de 18 ml pour éliminer l'utilisation de sacs plastiques.

Des signes de soutien

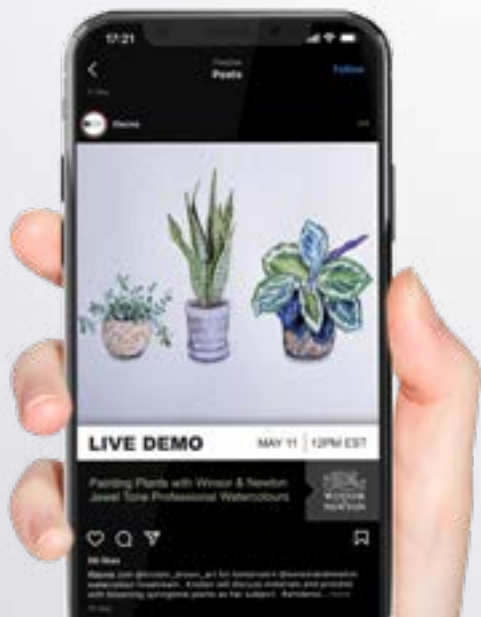
Pour montrer notre soutien aux initiatives et aux organismes caritatifs locaux, nous modifions l'éclairage de notre signalisation pour reprendre leurs codes.



Actualités des sites

Piscataway

En tant que maison durable de marques créatives axées sur le consommateur, il est important que nous donnions en retour aux communautés d'artistes avec qui nous vivons et travaillons. En Amérique du Nord, nous avons réellement fait progresser nos formations virtuelles sur plusieurs plateformes afin de toucher gratuitement tous les types de créatifs...



Art Materials Education

- Livestream Instagram de TFACNA (The Fine Art Collective North America) : d'ici la fin juin 2021, nous aurons organisé plus de 40 sessions de streaming en direct hébergées par TFACNA. Ces sessions avoisinent les 30 vues en direct, mais plus de 600 vue ultérieurement : elles sont disponibles en permanence sur la plateforme IG de TFACNA.
- Conférences TFAC pour les étudiants en art.
- Classes Zoom de Michaels : de juin 2020 à juin 2021 – 38 classes Zoom. Moyenne des participants en direct : 400 = environ plus de 15 000 vues en direct au cours des 12 derniers mois, avec des replays moyens sur YouTube de 1 200 vues par session, pour un total de vues de plus de 45 000.
- Sociétés : nous ravivons actuellement nos relations avec de nombreuses sociétés d'art importantes en Amérique du Nord et avons commencé en proposant plusieurs ateliers sur les matériaux, dont les derniers les plus significatifs tournaient autour de l'aquarelle. À la NYC Botanical Society
- Collaboration avec nos détaillants sur Facebook Lives, Insta Takeovers et des classes organisées sur Zoom.

Partenariats

Winsor & Newton en AN travaille avec ArtBridge. Winsor & Newton a sponsorisé le projet « Not a Monolith », une initiative d'art public et de développement professionnel à venir, présentée en partenariat avec Facebook Open Arts (@facebookopenarts) et We The Culture (@wetheculture). « Not a Monolith » vise à amplifier une diversité des voix et points de vue des noirs et à montrer que les identités noires sont plus complexes, plus nuancées et plus abondantes que leurs représentations traditionnelles ne les dépeignent.

Cinq artistes noirs émergents issus de New York seront sélectionnés via un processus d'appel d'offres public et l'initiative leur fournira des toiles d'extérieur dans des espaces

publics renommés de la ville de New York, ainsi que des conseils en face à face avec des professionnels du monde artistique et le soutien d'organisations de la communauté locale.

ArtBridge permet aux artistes émergents de transformer des espaces publics. La ville de New York dispose actuellement de près de 500 km d'échafaudages de construction au niveau de la rue. Depuis 2008, ArtBridge a transformé ces espaces autrement sous-exploités en toiles pour les artistes locaux émergents. ArtBridge est un organisme à but non lucratif de type 501(c)(3) basé à Chelsea. En savoir plus sur art-bridge.org et retrouvez-nous sur Instagram avec @artbridge.



Les classes Zoom de Michaels ont comptabilisé plus de 15 000 vues en direct au cours des 12 derniers mois.

Actualités des sites

Le Mans

Comme partout dans le monde, l'année 2020 sera connue comme l'année de la crise de la COVID-19.

Cette période imprévisible a été l'occasion pour l'équipe du Mans de réagir avec force à la situation, en pratiquant l'objectif principal « les personnes d'abord ».

Malgré les circonstances, après un arrêt de plusieurs semaines, la production a redémarré et a fonctionné à plein régime pour répondre aux besoins des clients. Cette pause n'a eu aucun impact sur notre évolution vers un fonctionnement plus durable, avec par exemple :

- Lancement du projet de toits de parking photovoltaïques pour fournir 5 % de l'énergie totale utilisée sur le site, y compris l'électricité pour 2 voitures et plusieurs vélos électriques.
- Passage à un contrat d'électricité 100 % verte à partir du 1er janvier 2021.
- Annulation de l'utilisation du plastique dans les emballages destinés à nos clients (passage aux garnitures en carton).

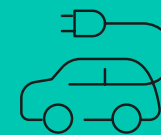
- Plantation d'arbres pour améliorer encore la biodiversité.
- Développement du travail à domicile (avec des impacts sur les émissions de carbone et une tendance sans papier).

Colart France, la branche commerciale du Mans, a consacré ses heures d'impact social à de nombreuses activités, dont les suivantes :

- Collaboration avec l'association OsmOsons qui favorise la communication entre les professions artistiques afin de partager et de promouvoir ce puissant moyen de développement économique et social.
- Plein Champ, un festival d'art de rue.
- Soutien apporté aux écoles locales, notamment via des produits et des ateliers.
- Association des peintres de la vieille ville.



100 % d'énergie verte à compter de janvier 2021, à compter de janvier 2021.



Toits de parking photovoltaïques fournissent de l'électricité pour deux voitures.



Robots automatisés
Nos employés n'auront plus à déplacer de lourds stocks.

Actualités des sites

Italie



300 ans de Lefranc Bourgeois

Notre collaboration avec le magazine InsideArt était l'une des nombreuses activités prévues pour le 300e anniversaire de la marque.

Cette collaboration s'est déroulée sur une année pleine d'activités différentes et s'est terminée par une résidence d'artiste de deux semaines à la galerie Fondamenta de Rome.

L'initiative a été diffusée en ligne sur les canaux de réseaux sociaux InsideArt et publiée dans deux bulletins d'information et au sein des réseaux Colart en Italie.

Pour être admissibles à la résidence, les artistes devaient avoir moins de 40 ans et résider en Italie. Avec plus de 130 candidatures, un jury de professionnels a jugé le travail des artistes et sélectionné deux lauréats, Alice Faloretti et Lorenzo Pace.

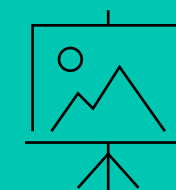
Le thème de la résidence était « Deep Blue ». Le bleu étant la couleur qui caractérise historiquement la marque. L'artiste devait produire une œuvre démontrant l'importance et l'expressivité de la couleur bleue, à travers l'expérimentation, la recherche, la technique et la composition.

En plus de la résidence de deux semaines, une visite du studio et une séance de démonstration avec l'artiste résident Guido D'Angelo ont été organisées pour les étudiants de l'Académie des Beaux-Arts de Rome.



Plus de 130

artistes ont déposé
une candidature
pour la résidence.



Résidence de
deux semaines

Galerie Fondamenta
à Rome.

Actualités des sites

Eapagne



Liquitex x Meninas : Projet de galerie de Madrid

Las Meninas ou les dames d'honneur, peintes par Diego Velazquez en 1656, est une pièce célèbre de l'histoire de l'art qui questionne à la fois la réalité et l'illusion.

Aujourd'hui, elle est mise en valeur par le projet annuel « Projet galerie de Madrid Meninas ». Chaque année, 50 Meninas différentes sont exposées dans les rues et sur les places de Madrid.

Organisées par l'artiste Antonio Azzato et soutenues par la mairie de Madrid, ces Meninas apportent un aspect artistique et coloré aux rues.

Pour célébrer le 65e anniversaire de Liquitex en 2020, nous avons demandé à l'artiste locale Maria Cabanas de peindre une Menina sponsorisée par Liquitex pour représenter à la fois la marque et l'héritage artistique des 65 ans d'histoire de Liquitex.

Les 50 Meninas seront vendues aux enchères et les fonds récoltés seront reversés à la Banque alimentaire.

Le résultat est « Infanta Tatuada ». En tant que tatoueuse et artiste, Maria a créé l'illusion que la sculpture avait été tatouée. Parmi les éléments classiques, on trouve un cygne et des roses, ainsi que la citation emblématique de Henry Levison, le fondateur de Liquitex.



Actualités des sites

Europe du Nord

Tous les enfants méritent un anniversaire !

Aux Pays-Bas, des dizaines de milliers d'enfants n'ont pas les moyens de fêter leur anniversaire. Stichting Jarige Job les aide en leur offrant un coffret d'anniversaire. Cette année, nous avons fait don de 300 sets Snazaroo Princess pour qu'ils soient inclus dans le coffret d'anniversaire.

Des bureaux presque vides

Le confinement a obligé la plupart des employés d'Europe du Nord à travailler à domicile. L'équipe d'EN a proposé les bureaux vides à des enseignants d'écoles primaires pour des cours en ligne et à l'association néerlandaise des chiens guides d'aveugles pour qu'ils utilisent les bureaux pour des formations pratiques.

Recycler l'informatique

Après avoir fait le vide, nous avons recyclé 1 serveur, 4 PC, 3 ordinateurs portables, 7 mobiles, 34 téléphones, 8 adaptateurs, 86 câbles... poids total : 176 kg. Nous les avons vendus à une entreprise de recyclage et l'argent a été reversé au WWF.



Soutien aux enfants de Tchernobyl

Nous avons continué à soutenir l'association Hilfe für Tschernobyl-geschädigte Kinder e.V. Cette fondation soutient les enfants de Tchernobyl, après la catastrophe nucléaire. Cette année, avec le soutien du client Bauhaus, nous avons fait don de 12 palettes

Villa Pardoes

Villa Pardoes offre des vacances inoubliables aux familles ayant un enfant gravement malade. Ne pouvant pas contribuer avec nos ateliers habituels, l'équipe d'EN a collecté des fonds, ce qui a permis de faire un don de 300 €.

Bien-être des équipes

En novembre, nous avons organisé une session de teambuilding en direct sur Teams. La session, à laquelle ont participé près de 30 membres de l'équipe, était dirigée par Mirjam Martinovic et Robert Rost. Ensemble, nous avons fabriqué et créé de magnifiques papillons de fête.

Bien-faire : la nouvelle norme du bien-être !



Actualités des sites Tianjin

Grâce aux efforts surhumains de nos employés du site de Tianjin, CTAM a figuré parmi les premiers commerces non essentiels à rouvrir en Chine après la pandémie

Les audits passés pour prouver les améliorations de gestion du site ont inclus :

- SMETA
- ISO 9001
- ISO 14001
- ISO 45001
- Le certificat de normalisation de la sécurité émis par le Bureau de sécurité au travail de Tianjin.

Des améliorations continues ont été impulsées par Safety Walk et le projet de groupe de réflexion de CTAM.

Quelques exemples notables :

- La zone de stockage des matériaux d'emballage de l'ancien équipement de stockage de l'eau potable a été développée avec succès.
- Afin d'améliorer la vitesse de livraison, le service de stockage et d'expédition a optimisé les zones de stockage.
- Les codes impression des lots de tubes en aluminium des aquarelles Cotman ont été transformés afin de réduire de 3 % le taux de produits défectueux, en raison d'un marquage flou ou de colle de d'étanchéité brisée etc.
- Le processus de bon de commande de fabrication pour les matériaux de rinçage utilisés a été optimisé

pour gagner en efficacité et en précision des saisies de données.

- Des normes ont été établies pour le recyclage des palettes; suivi de l'utilisation, efforts de réduction des coûts.
- L'utilisation de matières premières recyclées a été amortie en raison des produits arrêtés.

Les activités de bien-être de 2020 ont été pour la plupart organisées en ligne, telles qu'un séminaire en ligne sur la santé physique et mentale, des partages de récits et un concours de créations artistiques: des initiatives bienvenues pour tous les employés de CTAM pendant cette année particulièrement difficile.

Pendant ce temps, nous n'avons pas cessé nos efforts en matière d'actions caritatives et visant à améliorer notre impact social. Cela nous a permis de remplir nos responsabilités sociales et de contribuer aux activités d'aide à la communauté. Nos efforts ont été récompensés en 2020, lorsque nous avons reçu le titre d'Unité civilisée, émis par l'office gouvernemental du district de Tianjin Nankai.

Les activités organisées tout au long de l'année :

Février

Coparrainage d'une vente caritative d'art pour les enfants pendant la crise de la COVID-19.

Avril

Dons de produits d'art au Centre de développement Xingtong pour les enfants artistes.

Mai

Organisation de cours caritatifs d'éducation à la peinture pour les étudiants inscrits dans des écoles situées dans des zones défavorisées.

Juin

Organisation d'ateliers de peinture Avec le Studio Like Art.

Septembre

Soutien des économies d'énergie et promotion des faibles émissions de carbone.

Octobre

Promotion au sein de la communauté des produits acryliques et des marqueurs.

Novembre

Dons au projet Qingcongquan Autism Care.



Actualités des sites Shanghai

Équipe commerciale

Malgré la COVID-19, l'équipe est revenue dans les bureaux à la fin février 2020

Accélération de la numérisation

Pour le client

- Annoncer les heures d'ouverture des magasins et les contacts sur les réseaux sociaux.
- Suggérer une transition hors ligne vers en ligne.

Pour les consommateurs

- Concours de peinture en ligne lors du confinement.
- Groupes de discussion en ligne (+ de 300 participants partagent leurs expériences en même temps).

Mener une étude de préférence des marques après 10 ans.

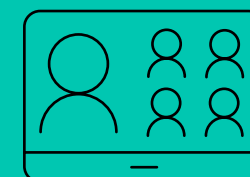


Changements apportés à TFAC



Hors ligne : Festival artistique de rue

37 artistes, plus de 50 œuvres d'art, expositions sur plusieurs plateformes.



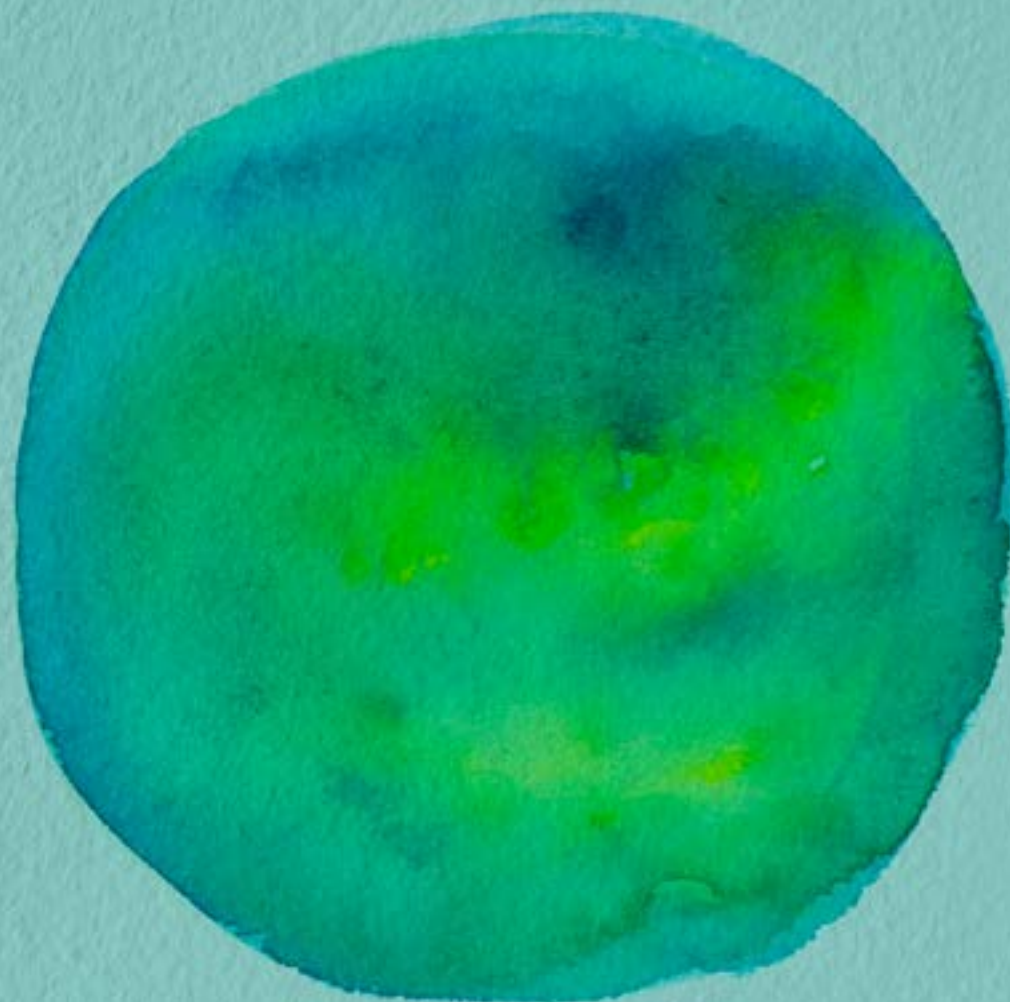
En ligne : Diffusion en conton en direct

+ de 50 sessions de streaming en direct pour le passage des conférences sur site vers des démonstrations en ligne.

Objectifs & plans



Réduire l'impact
environnemental



Objectifs & plans

Sur la base de notre évaluation de matérialité, nous entendons utiliser davantage d'emballages durables. Nous souhaitons remplacer les plastiques vierges par une alternative plus durable ; cela signifierait potentiellement remplacer tout simplement le plastique ou veiller à ce que seules soient utilisées des matières plastiques présentant au minimum une teneur de 50 % de contenu recyclable.

- Nous avons identifié plusieurs projets à livrer dans les trois prochaines années afin d'éliminer les plastiques indésirables de nos emballages.
- Nous souhaitons nous assurer que nos produits en bois sont sourcés de manière durable ; nos toiles et la majorité de nos manches de pinceaux sont certifiés FSC. Notre récent projet de papier a permis de s'assurer que 80 % de nos fournisseurs de papier sont certifiés FSC. Nous travaillerons à ce que nos produits en bois soient exclusivement issus de sources responsables.
- Grâce aux nouvelles missions de Cris Cosgrave, nous passons en revue des alternatives faisables pour rendre plus durables les matériaux de nos produits,
- Nos sites au Royaume-Uni et en France sont passés à l'électricité renouvelable. En France, nous allons bientôt pouvoir générer notre propre électricité suite à un investissement dans des panneaux solaires. Les États-Unis et la Chine demeurent un défi, mais nous continuerons à rechercher des options pour veiller à ce que tous nos sites s'approvisionnent en électricité renouvelable.
- La fin de vie des produits continue de poser problème : nous poursuivons nos efforts visant à identifier des flux de déchets alternatifs afin de parvenir à une meilleure circularité des produits.



Nos sites au Royaume-Uni et en France sont passés à l'électricité renouvelable.

Durabilité 2.0

Cibles 2021-2023

Voilà notre objectif : la réduction de l'impact environnemental constitue une composante essentielle de la stratégie de durabilité de Colart. Nos trois points focaux vont être les déchets, l'énergie et le plastique.



Impact social

(Cible 5000ppm)

2021 - 3000ppm
2022 - 3500ppm
2023 - 4000ppm



Accidents

(Objectif d'accidents industriels : 0)

2021 - 0 Accidents
2022 - 0 Accidents
2023 - 0 Accidents



Maladie

(<3%)

2021 - 3%
2022 - 3%
2023 - 3%



Déchets dangereux

(Réduction de 50 % d'ici 2025)

2021 - réduire de 5%
2022 - réduire de 10%
2023 - réduire de 20%



Énergie

(5% des kWh par heure de production)

2021 - réduire de 5%
2022 - réduire de 5%
2023 - réduire de 5%



Eau

(-2 % d'ici 2025)

Utilisation par heure standard)

2021 - réduire de 1%
2022 - réduire de 1%
2023 - réduire de 2%



Électricité renouvelable

(% d'augmentation)

2021 - +5%
2022 - +5%
2023 - +5%

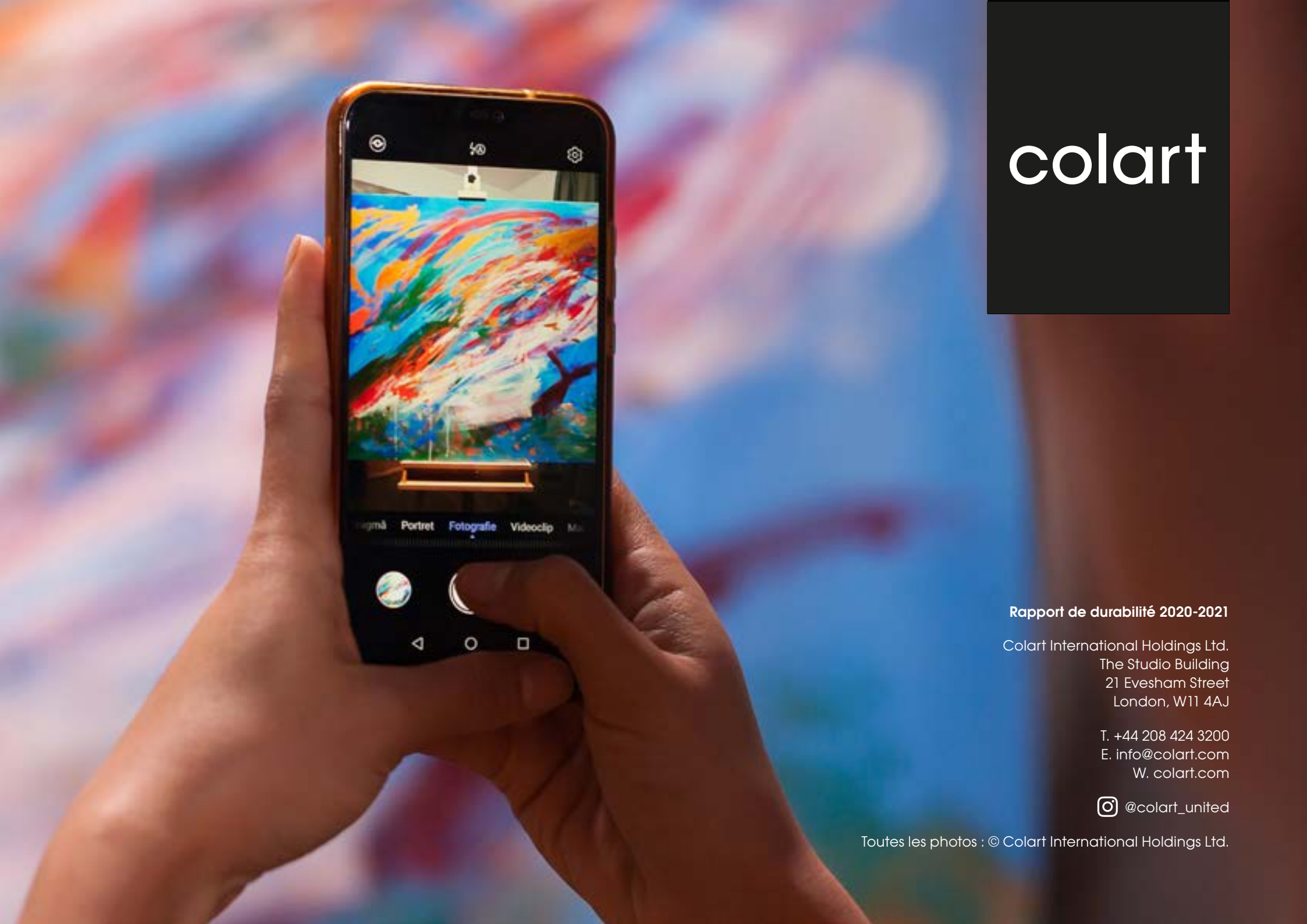


Plastique à usage unique

(Aucun d'ici 2025)

2021 - réduire de 15%
2022 - réduire de 25%
2023 - réduire de 50%

colart



Rapport de durabilité 2020-2021

Colart International Holdings Ltd.
The Studio Building
21 Evesham Street
London, 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.