



colart

Rapport de durabilité
2021 - 2022



Vue d'ensemble

Responsable de la durabilité	04
Le mot du PDG	05
Résumé de la stratégie	06
Résultats des KPI	07
L'art peut changer le monde	09

Entreprise

Actualités de nos marques	11
Marketing et typologie des acheteurs	19
Gouvernance	20
Chaîne d'approvisionnement	21
Durabilité numérique	22
NPD	25
Nouveaux développements commerciaux	26

Personnes

Notre personnel	28
Santé et sécurité	34

Planète

Empreinte	36
SVHC	40

Actualités des sites

Carte du monde	43
Royaume-Uni	44
France	51
Espagne	54
Europe du Nord	57
Piscataway	58
Chine	59

Plans et Objectifs

Plans & objectifs	62
-------------------	----

Vue d'ensemble



Créer notre
avenir ensemble

Bilan 2021 du responsable de la durabilité

En 2021, nous avons fait des progrès notables vers nos objectifs de durabilité dans l'ensemble de l'entreprise. La durabilité est désormais au cœur des plans de nos marques, tandis que les nouvelles directives en matière d'emballage durable ont permis de concentrer notre attention sur la réduction du plastique à usage unique dans nos gammes de produits.

Le design des gammes d'art graphique de Winsor & Newton, qui comprennent des coffrets de crayons et des marqueurs, a été revu. Nous avons remplacé nos pochettes en plastique non recyclables en carton entièrement recyclables et certifiées FSC, avec de meilleures informations sur les produits pour nos clients. Nous avons également changé les bouteilles pour les médiums à l'huile et les vernis en plastique PET recyclé. Snazaroo a modifié les coffrets de stylos pinceaux, qui étaient emballés dans du plastique et utilisent maintenant de jolis emballages en carton aux couleurs de la marque. Un autre projet de groupe a vu les plateaux en plastique utilisés dans les coffrets de toutes les marques remplacés par du concept un cran plus loin en lançant avec succès une gamme de coffrets de peinture destinés directement aux consommateurs, dont tous les emballages en plastique ont été supprimés, y compris le matériel d'expédition. Liquitex et Lefranc Bourgeois ont également progressé dans leurs parcours de durabilité. Reconnaisant les quantités importantes de plastique utilisées dans l'expédition dans nos centres de distribution, nous avons collaboré pour fixer un objectif visant à réduire ces volumes, en supprimant le remplissage des vides en plastique, les sacs en plastique et d'autres produits

en plastique, et en passant au ruban adhésif et au cerclage en papier. Ces projets sont inclusifs et déclenchent une passion pour la durabilité dans tous nos entrepôts. Dans le cadre de la planification d'un avenir neutre en carbone, nous avons continué à nous intéresser à la consommation d'électricité dans toute l'entreprise. Plusieurs de nos sites européens fonctionnent désormais à l'aide d'une alimentation électrique à énergie verte. Au Mans, l'installation de panneaux solaires a été mise en service au milieu de l'année. Tout au long de l'année, nous avons poursuivi notre programme de dons caritatifs, apportant des contributions significatives à des causes locales méritantes. Alors que le COVID-19 a restreint notre programme d'ambassadeurs, nous avons renforcé ce domaine, et nous travaillons sur une série d'activités pour l'année à venir. 2022 s'annonce comme une autre année chargée de progrès pour Colart et La durabilité en marche est l'un de nos principaux piliers stratégiques pour l'année, contribuant à guider nos principes et nos décisions.



Richard Llewellyn
Responsable de la durabilité

Quelques mots de notre PDG



Notre mission :

« Être la maison de marques créatives la plus durable, axée sur le consommateur. »

Dennis Van Schie
PDG de Colart

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

Nos produits à base de bois et de papier font l'objet

80%

d'un approvisionnement responsable

2021 a été une autre année de réussite pour Colart. La pandémie a continué d'une manière différente et nous nous sommes bien adaptés ; les défis de la chaîne d'approvisionnement, y compris le fret et les matières premières, ont été les plus importants en 2021 et continuent de l'être en 2022.

Cette année, nous consolidons les nombreux efforts et investissements des années précédentes et construisons une base solide pour la croissance future. Les personnes, la planète et les bénéfices : les trois ingrédients d'un avenir durable, renforcent la manière dont la finalité et la longévité sous-tendent tout ce que nous nous efforçons de faire, en reconnaissant les besoins des nombreuses parties prenantes.

La promotion de la durabilité est l'une de nos principales initiatives stratégiques pour 2022, et nous prévoyons de nombreux moyens pour y parvenir. Le renforcement de notre capacité d'approvisionnement nous aidera à mieux comprendre les défis de notre chaîne d'approvisionnement, en assurant transparence et intégrité. L'intégration de la durabilité dans nos plans de marque garantira que le développement durable est au cœur de toutes nos marques, ce qui signifie que nous pouvons communiquer directement aux consommateurs nos ambitions

et nos défis à mesure que le monde qui nous entoure change. Les opérations continueront à mettre en œuvre des améliorations durables en se concentrant sur une efficacité accrue, tout en s'efforçant de réduire leur impact environnemental. Nos équipes commerciales nous aideront à communiquer notre travail à leurs clients.

Cette année, nous nous attacherons également à comprendre l'ensemble de notre impact en matières d'émissions ; le champ d'application 3 demeure un défi que nous nous efforcerons de relever grâce à notre chaîne d'approvisionnement. L'emballage constitue toujours un impact matériel vital pour Colart, et nous continuerons à supprimer et à réduire les emballages inutiles. Nos produits en bois et en papier proviennent actuellement à 80% de sources responsables. Nous nous efforçons de combler cet écart afin de garantir une plus grande transparence dans notre chaîne d'approvisionnement.

« People First » (les personnes d'abord), n'est pas seulement un joli slogan sur une affiche. Il nous guide chaque jour dans notre façon d'agir et de nous tenir mutuellement responsables pour atteindre notre objectif d'inspirer chaque artiste dans le monde. De la manière la plus durable qui soit.

Dennis Van Schie
PDG de Colart

Résumé de la stratégie

Améliorer le bien-être des gens et protéger la planète à travers la créativité

Nous y parvenons en augmentant notre impact social tout en diminuant notre impact environnemental.

Réduire l'impact de nos activités sur l'environnement et assumer une plus grande responsabilité sociale ne sont pas seulement des engagements moraux : ce sont des ambitions qui ajoutent de la valeur à long terme à notre entreprise. Nous avons foi en l'innovation et nous ne pensons pas qu'assurer la croissance de notre entreprise et réduire notre empreinte écologique soient deux notions contradictoires.

Le souci du développement durable fait partie intégrante des valeurs créatives, et nous jouons un rôle actif dans les communautés locales et communautés artistiques pour assurer que tout ce que nous faisons contribue à l'amélioration des conditions de travail et de l'environnement.



Résultats des KPI

Voici nos résultats par rapport à nos KPI pour 2021.



Impact social

3,984

temps passé au sein de la communauté

2

audits de fournisseurs réalisés

42

de nos fournisseurs évalués sur la base de notre code de conduite fournisseur



Énergie

Objectif : réduire la consommation d'énergie tout en augmentant la part des énergies renouvelables part énergétique

8%

d'augmentation par rapport à 2020

14%

de réduction par rapport à 2019

29%

part d'énergie renouvelable : en hausse de 3%



Déchets

67%

de déchets dangereux dans le total de nos déchets

50%

qui consiste à réduire les déchets dangereux de

14%

d'augmentation de l'ensemble des déchets par rapport à l'objectif de 2020,

29,86%

de déchets recyclés : objectif de 50%



Résultats des KPI



Maladie

Surveiller les niveaux de maladie et sensibiliser aux problèmes.

2,4%

Cible de < 3%



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

28%

de femmes

72%

d'hommes

Cible

50%



SVHC* Mise à jour

Depuis 2017

28 Matières premières
SVHC supprimées

Cela concerne 892 formulations différentes et 3 890 produits individuels.

L'art peut changer le monde

Pourquoi l'art et la créativité sont-ils si précieux ?

Prendre part au monde à travers le prisme de la créativité nous encourage à voir les choses d'une manière nouvelle ; à voir au-delà de la version de notre environnement dans laquelle nous sommes sans cesse immergés.

Lorsque nous nous plongeons dans l'art et la créativité des autres, leur point de vue peut aussi changer le nôtre. Le fait de mettre en avant les perspectives des personnes créatives nous fait redécouvrir ce qui nous est familier, sous un jour nouveau.

Ces derniers temps, alors que nombre d'entre nous sont ténailés par le sentiment que les choses semblent identiques, mais ne le sont pas vraiment, il est utile de prendre en considération ces traductions de la réalité plutôt que de nous épuiser à rechercher la perfection selon nos propres termes.

La créativité et les arts aident les gens à tisser des liens, comme en témoignent les œuvres d'art arc-en-ciel à l'occasion du NHS durant la pandémie de COVID-19 ; *Grayson's Art Club* ; les micro-performances sur les écrans du monde entier.

Mais l'art nous aide aussi à nous connecter à nous-mêmes. C'est un moyen d'échapper aux corvées quotidiennes et aux gros titres anxiogènes. Être absorbé par la création, la lecture, l'écriture et la performance apporte un répit. Une chance de penser à quelque chose de différent, ou à rien du tout.

Il est prouvé que les dizaines de milliers de personnes qui ont pratiqué l'art, qu'elles soient expertes ou débutantes, ont connu des taux de dépression et d'anxiété plus faibles pendant les affres de la pandémie.

Comme l'affirme David Gauntlett dans *Making Is Connecting*, la participation créative, associée à la portée des médias numériques et sociaux, constitue un retour en arrière par rapport à la culture de production élitiste destinée à la consommation de masse à laquelle nous avons assisté au cours de la seconde moitié du XXe siècle.

Les êtres humains sont des créateurs de sens ; c'est ce qui nous définit dans notre humanité. La créativité crée un espace pour le jeu émotionnel, apportant un sentiment d'ordre, de possibilité, mais aussi de continuité. L'art permet à l'imagination de prendre le dessus, en nous reliant à ce qui nous inspire et nous incite à continuer. Pour espérer et œuvrer à un futur plus radieux.

C'est le rôle des artistes et de la créativité d'embrasser le désordre et l'ambiguïté. De chercher de nouvelles façons d'aller de l'avant, en donnant un sens au chaos. De redécouvrir et de réimaginer.

Pour finalement changer le monde et la façon dont l'humanité le voit.



Helen Trevaskis

Directrice de StreetDraw24, l'un de nos partenaires caritatifs.

Notre activité



Inspirer
chaque artiste
dans le monde

Actualités de nos marques Snazaroo



La durabilité est au cœur de l'identité et des valeurs de la marque Snazaroo.

snazaroo™

- Dans cette optique, nous lançons des projets NPD qui reflètent et incarnent la durabilité comme un objectif clé pour 2022. Cette initiative sera soutenue par des campagnes visant à communiquer ces changements importants à nos consommateurs d'une manière engageante, positive et encourageante.
 - Notre **feuille de route en matière de durabilité pour les cinq prochaines années** sera un élément essentiel de chaque nouveau produit que nous lançons. Dans le cadre de cette feuille de route, nous allons également revoir et améliorer l'ensemble de notre portefeuille de produits existants.
- Nous avons récemment lancé un **nouvel emballage en carton** pour nos gammes de stylos pinceaux et de blisters de 18 ml, en utilisant des cartes imprimées certifiées FSC au lieu du plastique PET. Ce changement réduit notre consommation d'emballages de détail en plastique à usage unique de 5 000 kg à 0 kg par an.

- Au début de l'année 2023, nous aurons cessé la vente de nos paillettes (gels et poussières) en microplastique. À la place, nous lancerons Bio Glitter, des paillettes fabriquées à partir de protéines végétales et biodégradables dans l'eau douce.
- Nous explorons également des projets passionnants visant à supprimer tous les micro-plastiques des kits de maquillage pour le visage, que nous dévoilerons en 2023. Ce projet exploratoire étudiera comment nous pouvons travailler avec TFAC pour garantir la réutilisation de toutes les paillettes microplastiques restantes dans la chaîne d'approvisionnement afin d'éviter qu'elles ne se retrouvent dans les décharges ou les océans.

Zéro kilo

Nous avons réduit le plastique de 5 000 kg à 0 kg par an en faisant passer nos gammes de stylos pinceaux et de blisters 18 ml à des emballages en carton imprimé FSC.

Actualités de nos marques

Lefranc Bourgeois

Marque pionnière dans la qualité des couleurs sans cadmium



L'équipe de Lefranc Bourgeois a travaillé dur pour renforcer la durabilité de la marque.

Parmi les améliorations mises en place :

- Le remplacement des emballages plastiques inutiles par des alternatives plus durables et réutilisables, comme une boîte métallique ou un sac en coton.
- La recherche et le développement de produits plus sains (par exemple, la suppression des SVHC), conformément aux indicateurs clés de performance de Colart.
- Utilisation de la communication numérique en amont
- lorsque nous devons imprimer, nous le faisons sur du papier FSC et en partenariat avec un imprimeur local.
- La boutique Charbonnel, notre « maison des marques françaises » basée à Paris, est notre plateforme d'engagement communautaire. Nous l'utilisons pour organiser des rencontres artistiques. Les ressources pour la restauration et les événements proviennent de sources locales et durables, avec un objectif zéro déchet.

Nous avons également renforcé l'autonomie et la sécurité de la communauté :

- en créant un tournage publicitaire Spoty mettant en scène des enfants d'employés de Colart qui se sont portés volontaires, et une agence locale au Mans pour éviter les déplacements inutiles.

- en promouvant la participation des étudiants en arts plastiques dans le cadre du prix de peinture Lefranc Bourgeois, décerné en association avec l'Académie des Beaux-Arts de Paris.
- en assurant la présence de la marque dans les écoles publiques, les crèches et autres associations, en mettant en avant le message de la marque « L'accès à l'art pour tous ».
- via notre participation à des podcasts avec la Maison des Artistes, en discutant de la santé des artistes, et de formules plus propres pour la peinture et le matériel d'art.
- en collaborant étroitement et de manière authentique avec les artistes, sans faire appel à des tiers ou à des agences.
- en devenant une marque pionnière dans l'amélioration de la qualité des couleurs sans cadmium.
- en proposant une gamme de pinceaux fabriqués à partir de forêts gérées de manière durable ; en obtenant la certification FSC pour la majorité de ces pinceaux.
- en achetant des œuvres d'art, les artistes étant invités à exposer de nouvelles pièces chez Charbonnel.



Actualités de nos marques Liquitex



Chez Liquitex, remettre en question les façons établies de faire les choses est dans l'ADN de la marque, avec le soutien des artistes et la durabilité au cœur de nos préoccupations.

Liquitex donne plus de poids à la communauté des artistes, créant un monde où des générations d'artistes peuvent se sentir capables de créer en toute confiance et sans limites.



- Développement d'un contenu de qualité et innovant : Liquitex Uncapped
 - pour éduquer les artistes professionnels et émergents, tout en promouvant notre engagement envers la durabilité.
- Faire progresser les démonstrations de produits et les conversations virtuelles grâce aux programmes Liquitex Live, éliminant ainsi le besoin d'emporter des documents imprimés, tout en touchant davantage de personnes et en diversifiant les sujets.
- Encourager l'utilisation des ressources en ligne et du contenu Web.
- Poursuivre les mentorats Liquitex Live. Ces mentorats permettent aux artistes et aux professionnels de la création de partager leur expertise dans le cadre de conversations ciblées, portant sur des conseils de carrière, l'équité et l'inclusion dans le secteur, et des sujets artistiques plus généraux.
- Donner la priorité au contenu dirigé par les artistes avec les programmes Artist Spotlight et Artist Residency. Du matériel de production est fourni aux artistes pour qu'ils puissent enregistrer du contenu, éliminant ainsi le recours à des tournages individuels.
- Développer des relations à long terme avec les créateurs numériques grâce aux collaborations In the Studio, Artist Spotlight, Artist Residency, et d'autres contenus ad hoc.
- Faire de la diversité une priorité en sélectionnant un éventail de talents vedettes pour les tournages de campagnes, du contenu produit par des influenceurs, du contenu généré par les utilisateurs et par les événements en direct sur les réseaux sociaux.
- Célébrer les artistes individuels et les divers groupes d'artistes de tous styles/types de pratique, de matériaux utilisés, d'origine ethnique, d'origine géographique, d'âge et de genre, dans toutes les initiatives de contenu et de collaboration.
- Collaborer avec les membres de la communauté des artistes pour s'aligner sur les événements qui célèbrent les groupes marginalisés (par exemple, le Mois de l'histoire des Noirs, le Mois de l'histoire des femmes, etc.)
- Promulguer un sentiment de communauté et d'autonomisation avec notre programme de résidence Liquitex Just Imagine ; soutenir continuellement les résidents pour construire un réseau avec des opportunités rémunérées et une exposition continues.
- Développer la première résidence étudiante de Liquitex, qui offre un mentorat et des opportunités professionnelles à un artiste universitaire.
- Élargir la couverture des projets spéciaux à l'échelle mondiale afin de faire connaître les artistes sur tous les marchés.
- Créer un partenariat avec des organisations qui offrent un soutien et un financement aux groupes d'artistes sous-représentés, par exemple, Fire Island Artist Residency.



Liquitex s'engage à trouver des solutions durables innovantes qui conservent la qualité et la performance des produits.

- Après avoir changé tous les vacuforms en plastique, passant de plateaux noirs à des plateaux transparents, afin d'améliorer la recyclabilité, nous travaillons pour entièrement supprimer les vacuforms en plastique des coffrets Liquitex. En 2021, nous avons développé et lancé trois nouveaux coffrets sans vacuforms en plastique pour maintenir les tubes en place, ce qui a permis d'éviter l'utilisation d'environ 86 000 vacuforms en plastique. Pour ce faire, nous avons repensé la disposition des tubes et la construction des boîtes. Pour deux nouveaux ensembles de six tubes « Heavy Body », les tubes ont été assemblés dans des directions opposées plutôt qu'en ligne droite dans une forme libre. Cela a permis de fixer les tubes dans la boîte sans former de vide, tout en réduisant l'encombrement de l'ensemble.
- La nouvelle configuration des tubes a permis de supprimer la fenêtre, mais le couvercle reste amovible pour que les consommateurs puissent voir le contenu de la boîte. Nous avons également modifié la boîte du set de produits basiques de Liquitex en 12 x 118 ml. Plutôt que d'insérer les plateaux de tubes vacuforms par le côté, l'ouverture pour l'assemblage a été conçue sur le dessus. Cela signifie que les tubes peuvent être assemblés par le haut sans qu'il soit nécessaire d'utiliser un vacuform, mais tout en conservant une fenêtre. Sur la base de ces réussites pour les kits de produits basiques et professionnels de Liquitex, nous travaillons à la reconfiguration de tous les kits Liquitex actuels pour supprimer les vacuforms.

Liquitex



86,000

Nos trois nouveaux sets permettent d'éviter l'utilisation d'environ 86 000 vacuforms en plastique par an.

Actualités de nos marques Winsor & Newton



352

de nos produits
passent du plastique
vierge au plastique
100% recyclé.



Winsor & Newton donne la priorité à la responsabilité envers la planète et les personnes.

Pour atteindre notre objectif, nous appliquons notre expertise en art et en science pour relever le double défi du changement climatique et des déchets d'emballage. Nous développons des produits qui sont sûrs pour le studio, l'espace de travail ou la maison, sans compromis sur les performances. En outre, nous soutenons les artistes dans la communauté pour contribuer à améliorer la vie des personnes créatives. En 2021, nous avons cherché des moyens de rendre nos opérations plus durables. Pour cela, nous avons dû nous concentrer sur l'interne, mais aussi sur l'externe, afin de trouver des solutions pour la communauté au sens large. Les initiatives comprennent :

- le renforcement de nos efforts pour créer des emballages plus respectueux de l'environnement grâce à de nouvelles études de consommation. Les données révèlent qu'un nombre croissant de clients considèrent le plastique comme « peu qualitatif » et souhaitent que les marques adoptent des alternatives. Ils attendent de nous que nous fassions ce qui est juste en leur nom.

- Notre objectif est de réduire l'utilisation de plastique vierge : les matières plastiques nouvellement créées qui ne contiennent aucun matériau recyclé, dans nos emballages.

- Pour commencer, au milieu de l'année 2022, nous passons du plastique vierge au plastique 100% recyclé pour les flacons de 75 ml, 250 ml et 500 ml utilisés pour les médiums à huile et aquarelle, les vernis et les solvants. Cela représente 352 produits au total. Cela permettra d'éviter qu'une moyenne de 248 tonnes de plastique ne soit mise en décharge chaque année.
- Dans le cadre de notre engagement visant à garantir que toutes nos matières premières soient sourcées de la manière la plus responsable possible, nous continuons à utiliser des produits certifiés FSC.
- Actuellement, 100 % de nos toiles sont fabriquées avec du bois FSC. En outre, 80 % de nos produits en papier et 90 % de nos manches de pinceaux en bois sont certifiés FSC. Nous voulons nous assurer que tous nos produits en bois et en papier proviennent de sources durables et vérifiées.
- Nos fusains de collection studio sont certifiés FSC. D'ici l'été 2022, tous les crayons de couleur, aquarelle et graphite seront certifiés PEFC : fabriqués à partir de matériaux issus de sources durables.



42 coffrets

Les 42 coffrets de notre gamme Promarker sont désormais présentés dans des boîtes en carton fabriquées avec du papier certifié FSC.

En 2022, nous voulons aller plus loin que jamais dans notre mission de refonte de nos emballages.

- Nous n'utilisons plus de plastique dans notre gamme Promarker, y compris les produits de type pinceaux, aquarelle, Neon et Metallic. L'intégralité des 42 coffrets sont désormais emballés dans des boîtes en carton fabriquées à partir de papier certifié FSC. De plus, nous avons l'intention de commencer à fabriquer des marqueurs à partir de plastique recyclé RPET, sans compromettre la qualité du produit. Nous avons également réduit la quantité de plastique que nous utilisons pour emballer les coffrets de collection studio, et la boîte extérieure est désormais en carton FSC. Nous sommes en bonne voie pour faire en sorte que les emballages rétractables en plastique soient remplacés par du RPET.
- Notre priorité est de nous assurer que les gens sont heureux, en bonne santé et qu'ils se sentent soutenus, qu'il s'agisse de nos employés, de nos clients ou de la communauté artistique au sens large. Nous utiliserons nos emballages et notre site Web pour montrer aux gens comment utiliser nos produits en toute sécurité. Nous donnerons également des conseils sur la meilleure façon de jeter les produits devenus inutilisables. Au sein de nos communautés, nous continuons à soutenir directement les artistes en investissant dans l'éducation et en rendant l'art accessible à tous. Nous soutenons les carrières des artistes et reconnaissons le rôle que joue l'art dans la santé mentale.



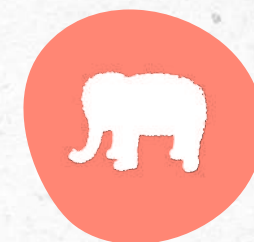
- En 2021, nous avons fait don de nos pinceaux Galeria Acrylic et Winsor & Newton aux écoles d'art numérique en ligne de l'association Hospital Rooms. Nos produits sont distribués à 50 unités de santé mentale pour patients hospitalisés chaque trimestre afin d'être utilisés dans environ 1 800 séances de patients dans certains des environnements de santé mentale les plus contraignants du Royaume-Uni.
- Nos kits d'aquarelle, nos crayons, nos Promarkers et notre papier ont été utilisés par 30 jeunes artistes et artistes émergents qui pratiquaient les beaux-arts et les arts graphiques à la Drawing Factory, à Paris. Les artistes ont utilisé le matériel pour documenter leurs expériences et encourager les autres à faire leurs premiers pas en tant qu'artistes professionnels. Nous parrainons également Queercircle, une association londonienne LGBTQI+ à but non lucratif qui soutient les arts et encourage l'action sociale. Notre don de produits à base d'huile et d'acrylique sert à documenter le travail de l'organisation caritative, renforçant ainsi les liens entre la culture, la santé et le bien-être de la communauté.

Nous continuerons à développer des solutions durables pour tous nos produits et processus, et nous nous efforcerons d'avoir un impact positif sur la santé et le bien-être des artistes de notre communauté.

Actualités de nos marques Elephant



Le lancement de nos propres kits de peinture emballés de manière durable a constitué une avancée majeure en 2021. Le développement durable continue d'être une priorité pour 2022.



• La durabilité et la régénération sont essentielles pour Elephant alors que nous étudions les moyens de définir et de différencier notre jeune marque. Ces sujets revêtent une importance croissante pour les consommateurs et présentent un moyen pour nous d'assurer l'avenir de notre entreprise tout en faisant ce qu'il faut pour les gens et la planète.

• Notre principale réalisation en 2021 a été le lancement d'une gamme de peintures acryliques emballées de manière durable. Ce n'était que la première étape de notre voyage vers la durabilité. Nous avons réalisé quelques premières pour Colart, en réduisant les emballages de plus de 50%, en éliminant presque totalement le plastique à usage unique, en proposant un système de retour gratuit et en veillant à ce que nos emballages soient certifiés FSC, recyclables et, pour le confort du consommateur, adaptés aux boîtes aux lettres. La mise en place d'une nouvelle marque et d'une nouvelle gamme prend du temps, mais nous avons reçu des commentaires fantastiques de la part de nos clients et toute l'équipe soutient activement le projet. Nous sommes convaincus que nous créons des produits adaptés à l'avenir.

• Nous avons l'intention de maintenir le rythme du changement tout au long de 2022. Nos projets comprennent le lancement de sets de peinture personnalisables, permettant aux consommateurs de choisir les couleurs et les volumes ; des sets supplémentaires à l'huile et à l'aquarelle, une collaboration avec nos collègues du CTAM ; être les premiers à commercialiser une toile fabriquée à partir de déchets de décharge recyclés et une gamme de pinces fabriquées par nos collègues de Crown, dans le but de les faire certifier comme étant sans cruauté.

• Nous sommes fiers de notre capacité à apprendre de nos essais et nous avons l'intention de faire preuve de transparence en partageant nos progrès, nos réussites et les domaines à améliorer à l'avenir.



Adieu les enveloppes rembourrées

• Si nos kits de peinture sont un excellent exemple de la manière dont nous fabriquons des fournitures artistiques plus respectueuses de la planète, nous avons poursuivi cette démarche dans tous les domaines de l'activité d'Elephant. Le magazine Elephant est désormais expédié dans une enveloppe en carton recyclable par les distributeurs, tandis que nous continuons à supprimer les emballages extérieurs en plastique de notre service Kiosk. **Au premier trimestre 2022, nous avons également commencé à éliminer progressivement les enveloppes rembourrées. Une fois ce travail achevé, tous nos emballages extérieurs, y compris le ruban adhésif et les étiquettes, seront sans plastique et entièrement recyclables.**

• Kiosk lancera l'impression à la demande des illustrations au deuxième trimestre 2022, ce qui nous permettra de réduire les déchets et de répondre à la demande des consommateurs. Le magazine Elephant est imprimé sur du papier recyclable et bénéficie d'une compensation carbone. Nous traitons les encarts et le matériel promotionnel de la même manière, notamment les cartes de remerciement incluses dans les colis des clients d'Elephant Kiosk. L'Elephant Academy, qui met l'accent sur l'apprentissage de l'art en ligne, offre désormais aux étudiants la possibilité de suivre des cours sans avoir à acheter de produits au préalable. En 2022, nous allons intensifier les messages de durabilité dans ce domaine, avec notre intention d'être authentiques sur la surconsommation et en invitant notre communauté à n'acheter que les produits dont elle a besoin. Cela peut sembler une proposition risquée alors que nous cherchons à augmenter nos revenus, mais nous avons hâte de découvrir ce qu'elle va donner.

Redonner à la communauté

• Avec des valeurs de marque axées sur la durabilité, l'accessibilité et l'art pour tous, un engagement en faveur de la régénération : redonner à la communauté via l'art, constitue un prolongement naturel de l'engagement d'Elephant.

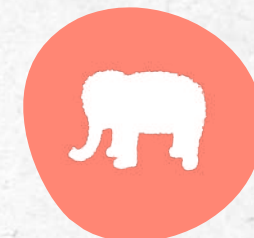
• En 2021, nous avons joué notre rôle en faisant don de plus d'un million de livres sterling de fournitures artistiques à des organisations caritatives, des écoles et des causes vertueuses. Nous avons soutenu nos collègues en organisant des cours d'art en ligne gratuits pour les enfants pendant le confinement et avons organisé une exposition d'art pour les enfants à Elephant Space.

• En 2022, nous mettrons davantage l'accent sur le don. Nous travaillons en étroite collaboration avec les écoles locales pour mettre en place une série d'initiatives. Celles-ci comprendront : l'exposition des travaux d'élèves à l'Elephant Space, un programme de bourses pour les enfants âgés de 11 à 15 ans et un programme de parrainage de diplômés en collaboration avec l'université de Manchester. Ces programmes s'appuient sur Elephant Lab, notre résidence numérique pour les artistes prometteurs. L'objectif des deux initiatives est de soutenir et d'alimenter l'expression créative chez les jeunes, tout en fournissant un soutien pratique à ceux qui entrent dans le monde du travail pour la première fois. **À la fin du deuxième trimestre 2022, Elephant Kiosk aura adhéré au mouvement 1 % pour la planète**, une organisation mondiale dans laquelle les signataires s'engagent à verser au moins ce montant de leurs ventes annuelles à des causes environnementales.

• Chez Elephant, chacun est fier de faire partie d'une marque qui fait le maximum pour les gens et la planète. Même si des défis nous attendent, nous sommes convaincus que nous avons l'énergie, l'innovation et l'esprit de collaboration nécessaires pour réussir.

« J'ai choisi le set de peinture Elephant car j'essaie d'avoir l'empreinte carbone la plus faible, et j'apprécie l'éthique de la marque. Je vais certainement renvoyer l'emballage une fois utilisé et je rachèterai de la peinture chez eux ! »

Eleanor
Cliente Elephant



50%

moins d'emballages
dans nos sets de peinture
Elephant



Plus d'1 million de £

de matériel artistique
donné à des écoles et des
associations caritatives



Marina Abramović

Marketing et typologie des acheteurs

Les artistes adoptent le développement durable

Les artistes attendent des marques qu'elles fassent tout leur possible, comme réduire les emballages ou utiliser des matériaux recyclés, pour minimiser l'impact de leurs achats sur l'environnement. Pourtant, ils ne sont pas prêts à faire de compromis sur la qualité des matériaux.

Les facteurs clés qu'ils associent à la durabilité des peintures sont les suivants :

- des qualités de conservation pour que leurs œuvres d'art durent plus longtemps.
- la réduction des ingrédients toxiques pour minimiser les risques pour leur santé.

Parcours d'achat

Avec plus de la moitié des artistes ayant acheté du matériel d'art sur Internet au cours des 12 derniers mois, la part des dépenses en ligne dans ce domaine est passée de 20 % en 2019 à 35% en 2021. En conséquence, Amazon est devenu le détaillant individuel le plus populaire pour le matériel d'art aux États-Unis et au Royaume-Uni.

Cependant, les expériences d'achat en magasin sont toujours plus attrayantes pour les artistes car ils peuvent essayer avant d'acheter, bénéficier des connaissances du personnel du magasin et chercher de l'inspiration. Ces expériences ne peuvent être égales en ligne.

Le saviez-vous ?

- Les marques Colart sont les leaders du marché des peintures[^] et des médiums.
- Une étude récente menée aux États-Unis, au Royaume-Uni et en France, a révélé que 4 500 artistes ont confirmé leur préférence* pour Winsor & Newton (Royaume-Uni/États-Unis) et Lefranc Bourgeois (France) en matière de peintures et de médiums.

*Préférence = parmi toutes les marques utilisées par les artistes actuellement, quelle est la marque qu'ils préfèrent à toutes les autres.

[^]peintures = peintures acryliques, peintures à l'huile et aquarelles.

Gouvernance

Nous avons renforcé notre engagement en matière de gouvernance avec la mise en place d'un code de conduite des partenaires commerciaux.

Le code a pour but de renforcer le programme d'entreprise responsable de Colart. Il définit les normes et pratiques éthiques attendues de nos partenaires commerciaux, couvrant nos fournisseurs, distributeurs, clients, artistes ainsi que les autres personnes avec lesquelles nous travaillons. Il englobe également leurs propres fournisseurs, sous-traitants et représentants dans la chaîne d'approvisionnement. Le Code couvre des domaines tels que :

- la conformité avec toutes les lois applicables ;
- le fait de s'abstenir de tout agissement de corruption ;
- le fait d'éviter les conflits d'intérêts ;
- le fait de 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.

Pour garantir le respect du code, il a été demandé à un échantillon de partenaires commerciaux de confirmer leur acceptation dans le cadre d'un projet pilote. Suite à une consultation interne et aux commentaires de nos partenaires commerciaux, nous concevons un organigramme interne pour nous aider à nous concentrer sur nos principaux partenaires commerciaux ; en utilisant en partie notre cadre existant de classifications ABC. En outre, les partenaires commerciaux et les collaborateurs de Colart continuent à avoir la possibilité de signaler anonymement les infractions par le biais d'EthicsPoint, notre portail indépendant de signalement en ligne.

Nous enregistrons les interactions avec les concurrents et ajoutons les 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. Nous continuons à suivre les litiges mondiaux et la gouvernance des entités juridiques de manière centralisée par le biais de portails et de registres respectifs, afin de garantir une gestion efficace des risques juridiques et de conformité.

Chaîne D'approvisionnement

Nous continuons à améliorer la durabilité, la transparence et les relations avec notre chaîne d'approvisionnement par le biais d'une série d'initiatives.

Changements d'emballage

Dans le cadre de notre transition vers des opérations sans plastique, nous faisons évoluer nos produits pour supprimer les emballages en plastique.

Les enseignements tirés de ce processus nous aideront à concevoir de nouveaux produits dont la philosophie anti-déchets est intégrée à leur développement dès les premières étapes.

Plastique recyclé et recyclable

Notre objectif est de nous passer de plastique. Même lorsque cela n'est pas possible, nous nous tournerons vers des matériaux plus respectueux de l'environnement, en remplaçant par exemple les emballages plastique non recyclables (vacuforms en particulier) avec des alternatives en plastique recyclé et recyclable.

Ce faisant, nous nous assurerons à l'avenir de la réutilisation et du recyclage du plastique par nos clients.

Empreinte carbone

À la lumière des défis en matière de durabilité auxquels l'ensemble du secteur est confronté, nous avons appliqué les enseignements tirés afin de mieux gérer notre empreinte carbone tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Nous avons testé le transport ferroviaire comme alternative au transport maritime. Cette option est désormais privilégiée en raison des évolutions positives dans ce domaine.

Dans le même ordre d'idées, nous avons

drastiquement réduit les expéditions aériennes de 80% par rapport à 2019. Nous considérons désormais ce mode d'expédition comme un dernier recours.

Analyse de la chaîne d'approvisionnement

Suite aux discussions avec nos fournisseurs, et en s'appuyant sur nos audits internes et externes (SEDEX), nous sommes mieux placés pour que tous nos fournisseurs engagent des principes de durabilité.

d'approvisionnement suivent des principes éthiques et renforcent leurs propres efforts en matière de durabilité.

Au final, cela nous rendra plus forts en tant qu'entreprise et conduira à de meilleures décisions d'approvisionnement en toutes circonstances.



-80%

Les expéditions par avion ont été réduites de l'ordre de - 80% par rapport à 2019

Durabilité numérique

Notre stratégie

Les équipements, applications et services informatiques contribuent de manière significative aux émissions de Colart. L'équipe informatique prend ce problème très au sérieux. Elle met activement en œuvre un programme informatique durable afin de réduire l'impact de nos activités. En 2022, nous procéderons à un audit de l'ensemble de notre parc afin d'établir une base de référence pour l'amélioration. À partir de 2023, nous introduirons la compensation carbone, soutenue

par un programme visant à réduire la quantité de carbone que nous devons compenser d'année en année.

Notre approche pour minimiser notre empreinte carbone est la suivante :

- Minimiser la consommation d'énergie globale tout en maximisant la quantité d'énergie renouvelable que nous utilisons pour faire fonctionner notre technologie.
- Minimiser l'achat de nouveaux équipements et maximiser la durée de vie des équipements existants par une politique de réparation et de réutilisation.
- Établir des partenariats avec d'autres services de l'entreprise pour maximiser le déploiement de technologies qui identifient et mettent en œuvre des changements durables dans l'entreprise.
- Minimiser, et si possible éliminer, l'utilisation de consommables tels que le papier.

Les faits marquants de 2021

Nous avons considérablement réduit la disponibilité des imprimantes dans les bureaux britanniques. Lorsque nous identifions les gros utilisateurs d'imprimantes, nous collaborons avec eux pour concevoir et mettre en œuvre des solutions alternatives.

Nous avons conçu un outil d'évaluation de l'impact des déplacements pour calculer l'effet des voyages d'affaires, et inciter les équipes et les individus à faire des choix judicieux. À partir de 2023, nous espérons

mettre en place des budgets CO2 pour les déplacements afin de garantir que les équipes minimisent leur impact.

Dans le cadre du déploiement de panneaux solaires au Mans, nous avons développé un portail Web pour permettre la visualisation de l'énergie générée, et générer des données à long terme sur la performance des panneaux. Nous pouvons intégrer ces données dans nos tableaux de bord de durabilité.

Nous avons poursuivi un programme d'emploi de personnes débutant leur carrière dans l'informatique. Nous leur fournissons une formation et un soutien pour les aider à s'épanouir.

Au cours de l'année 2022, nous prévoyons d'ouvrir un total de cinq postes d'apprentis, d'augmenter considérablement les effectifs de l'équipe et de parvenir un équilibre entre le personnel junior et senior.

Le programme de 2022

Nous déployons plusieurs initiatives pour accroître l'impact de notre démarche de durabilité :

- L'extension de notre programme de minimisation pour intégrer les téléphones mobiles et les applications logicielles, réduisant ainsi l'impact et les dépenses.
- Le lancement d'une plateforme de flux de travail pour améliorer les processus inefficaces et ad hoc, et pour améliorer notre capacité à mesurer et analyser les performances de l'entreprise.
- La recherche de moyens d'améliorer les prévisions commerciales afin de pouvoir prévoir les produits à fabriquer, à quel moment et où. La compréhension de la demande est susceptible de nous aider à améliorer nos marges commerciales tout en minimisant le gaspillage.
- Nous travaillons sur de nouvelles solutions de gestion d'entrepôt pour nos centres de distribution, afin de réduire les volumes de papier générés par les opérations de prélèvement et d'emballage.
- Le transfert d'une plus grande partie de notre infrastructure numérique vers le cloud.

Service client

Programme de démocratisation numérique

À la fin de l'année 2020, nous avons lancé notre programme de démocratisation numérique. Celui-ci se poursuit, avec l'objectif d'intégrer des capacités numériques dans l'ensemble de Colart afin d'assurer l'avenir des activations marketing et de favoriser la croissance et l'évolutivité de la marque. Durant l'année 2021, nous avons restructuré l'équipe numérique mondiale en **six domaines clés de spécialisation**. Cela nous a permis de mettre l'accent sur l'expertise numérique, la stratégie et le conseil.

Par conséquent, nous avons ajouté des compétences à notre « boîte à outils numérique », notamment la conception Web de l'interface utilisateur et le référencement. Cela nous permet d'avoir un impact direct sur l'amélioration et l'optimisation de l'expérience du consommateur sur les sites Web de nos marques. **Nous avons également intégré le centre d'excellence technique** à l'équipe de service client, afin que les connaissances techniques et les connaissances sur les produits puissent être plus facilement partagées avec les consommateurs. Cela nous offre des opportunités passionnantes pour nous efforcer d'offrir le meilleur service aux consommateurs de notre secteur.

Sites Web des marques et Colart trade

Nous avons apporté de nombreuses améliorations aux sites Web des marques. Celles-ci comprennent des mises à jour de la navigation, offrant un meilleur parcours d'achat, plus fluide, et un meilleur référencement pour garantir que les consommateurs arrivent sur nos sites Web par le biais de la recherche de manière plus efficace et puissent trouver un contenu pertinent.

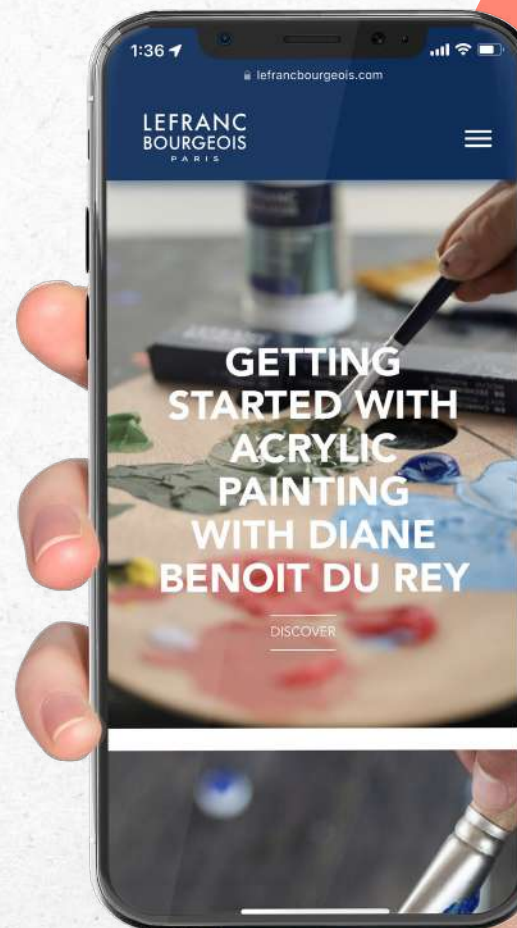
En outre, nos sites Web disposent désormais d'outils supplémentaires pour aider à réduire le trafic sur le réseau. Cela signifie que nous utilisons moins d'électricité et de chaleur. Nous travaillons en étroite collaboration avec l'équipe technologique pour optimiser nos sites Web, en minimisant la taille du contenu afin de réduire l'impact environnemental à long terme. De plus, nous utilisons AWS (Amazon Web Services) qui s'est engagé à utiliser 100% d'énergie renouvelable pour l'hébergement d'ici 2025.

Le site Web de Charbonnel a été relancé en mars 2022 en français et en anglais. Comme pour nos autres marques, il est conçu sous Wordpress, ce qui permet de gagner en efficacité interne et d'offrir aux consommateurs une

meilleure expérience de la marque et en matière de e-commerce. Lefranc Bourgeois sera le dernier site Web de la marque à être relancé, en anglais et en français ; le projet se déroulera tout au long de l'année 2022. Le nouveau site Web intégrera des fonctionnalités de e-commerce, ce qui permettra aux consommateurs d'accéder plus facilement aux produits fantastiques de la marque dans le monde entier.

Notre portail interentreprises, Colart Trade, a fait ses preuves en permettant aux petites entreprises de passer des commandes facilement et efficacement. Cela réduit le temps et les efforts consacrés aux commandes manuelles, sur papier. Colart Trade s'est étendu du Royaume-Uni et de l'Italie à l'Espagne, la France et la Belgique en 2021, et le service devrait être lancé sur d'autres marchés en 2022.

Le nouveau site Web de Lefranc Bourgeois offrira pour la première fois des fonctionnalités de e-commerce



Service client

Accessibilité

Un audit de l'accessibilité du site Web britannique de Winsor & Newton, du site Web de Liquitex NA et du site américain Colart.com a été réalisé à la fin de l'année 2021.

Par la suite, nous avons créé un groupe de travail dédié à l'amélioration de l'accessibilité des sites Web de nos marques. Cela s'étend à tous les canaux numériques, y compris le courrier électronique et les réseaux sociaux.

Nous avons rédigé des déclarations d'accessibilité, que nous sommes en train de mettre en ligne sur chaque site de marque. Ces déclarations traitent du « contenu non accessible » détaillé par les auditeurs.

D'autres éléments de ce projet comprennent une formation interne pour les équipes de marques et les équipes numériques afin d'aider à créer un contenu plus accessible, ainsi que des tâches dédiées aux développeurs pour améliorer l'accessibilité globale de nos sites Web.

Orientation données et approche centrée sur les consommateurs

Le lancement d'une plateforme de données consommateurs en 2020 a permis de consolider plusieurs plateformes de données en une seule. Cela simplifie l'accès aux données tout en fournissant des informations plus poussées et précises sur nos consommateurs. Ainsi, cela rend les communications de marque plus pertinentes, opportunes et personnalisées à l'intention de nos différents publics cibles. Le déploiement s'achèvera en 2022 avec la migration d'Elephant, de TFAC et des comptes internes, ce qui permettra de réaliser des économies et de réduire les coûts en matière de marketing du cycle de vie des consommateurs.

Service client

Le développement durable et la responsabilité sociale ont représenté 1,3% du nombre total de demandes de renseignements reçues en 2021. Le Royaume-Uni reste le marché le plus préoccupé par ces questions. La plupart des questions portent sur les produits vegans, l'utilisation de dérivés d'animaux et les préoccupations environnementales, comme l'utilisation du plastique et le recyclage.

Les consommateurs de Winsor & Newton sont les plus préoccupés par la durabilité et la responsabilité sociale, ces questions représentant deux tiers des demandes de renseignements. Toutes les marques ont pour objectif d'améliorer la communication sur leurs engagements en matière de durabilité, y compris les informations sur le recyclage. Ces informations seront disponibles sur les sites web des marques en 2022.

66%

du total des demandes relatives à la durabilité concernent les produits de Winsor & Newton

1,3%

du nombre total des demandes de renseignements reçues en 2021 étaient liées à la durabilité et à la responsabilité sociale.

Le RU

Reste le marché le plus concerné par la durabilité et la responsabilité sociale

Source : rapport Freshdesk 2021

Nouveaux développements de produits (NPD)

Nous avons mis en place des projets de durabilité à court terme afin de susciter des changements progressifs qui nous aideront à atteindre notre objectif de durabilité pour 2030.

Les projets suivants soulignent notre volonté de continuer à intégrer la durabilité dans nos activités et de remettre en question les matériaux que nous utilisons dans nos produits :



Elephant

Coffrets de peinture : Les premiers produits de la propre marque d'Elephant utilisant des solutions d'emballage durables



Winsor & Newton

Projets de durabilité des arts graphiques :

Remplacer tous les plastiques à usage unique par des alternatives durables dans la mesure du possible au sein des gammes Winsor & Newton : Coffrets Promarker, Promarker Brush, Fineliner et collection studio.

Relancement des OMV : tous les flacons OMV ont été remplacés par du RPET recyclé à partir de PET vierge.

Lancement des couleurs à l'huile (AOC) sans cadmium : alternative aux véritables peintures au cadmium.

snazaroo™

Snazaroo :

Développer la gamme de paillettes Bio Glitters et travailler à la suppression complète de toutes les paillettes en microplastiques PET.

Produits 18 ml et stylos pinceaux de Snazaroo :

Remaniement des packs vers des boîtes en carton et suppression du plastique à usage unique de l'emballage de détail.



Liquitex

Projet EPD mondial en matière de vacuforms :

Remplacer tous les plateaux vacuforms en plastique que nous utilisons dans les kits de peinture par du PET recyclé (RPET).

Nouveaux coffrets de couleurs pour les tubes « Heavy Body » : Dans la mesure du possible, nous développons de nouveaux coffrets et modifions les existants pour supprimer les vacuforms, réduisant ainsi l'utilisation du plastique et l'empreinte du coffret.

Nouveaux développements commerciaux

L'objectif du développement commercial chez Colart est d'explorer les partenariats au sein de l'industrie créative, dans le but de fournir des opportunités de croissance stratégique et de défendre notre éthique commerciale.

Pour que ces facettes de notre activité aillent de pair, nous avons défini un ensemble d'indicateurs clés de performance non négociables. Toutes les nouvelles opportunités commerciales sont mesurées par rapport à ces critères, des nombreuses étapes de l'exploration jusqu'à la mise en œuvre de nouvelles initiatives :

- Tout nouveau produit/service doit présenter une alternative plus durable à un produit existant, ou définir sa propre proposition commerciale unique et durable.
- Nous nous engageons à ne pas utiliser de plastiques à usage unique et à maximiser le cycle de vie des matières premières utilisées. Nous pouvons refuser des opportunités commerciales si elles ne répondent pas à ces exigences.
- L'approvisionnement et la fabrication sont effectués aussi localement que possible, afin d'optimiser notre impact social et environnemental.
- Les produits et les emballages sont aussi inclusifs que possible, dans le cadre de nos directives sur l'emballage durable.
- Il existe un plan clairement défini pour la fin de vie des produits, de sorte qu'ils sont soit recyclables, soit que nous nous engageons à en compenser l'impact.

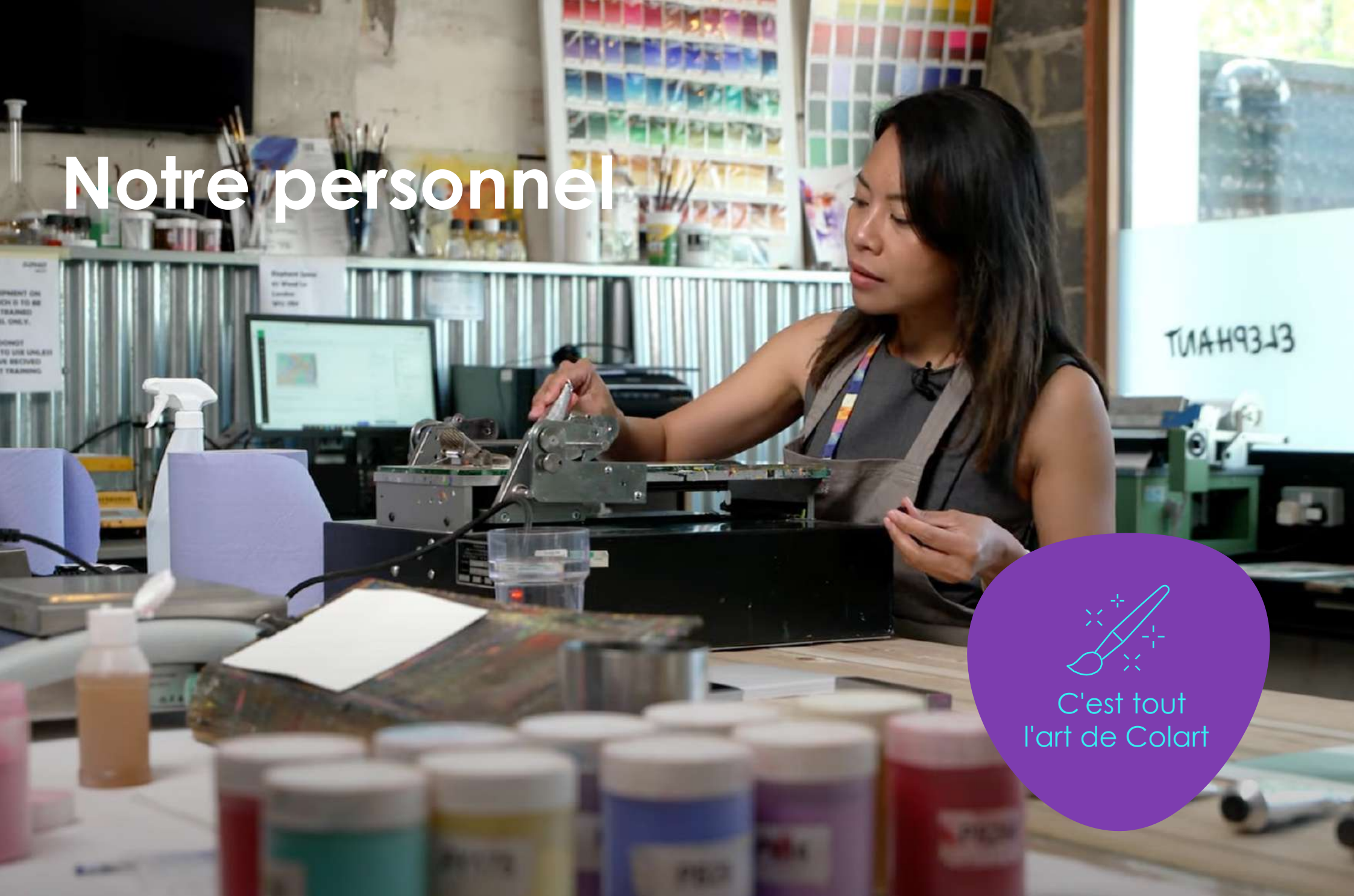
En fixant ces normes pour nous-mêmes et nos partenaires, nos objectifs et notre programme de durabilité font partie intégrante de toute discussion collaborative.

De cette façon, nous influençons nos partenaires et vice versa. Nous apprenons de leurs initiatives, de leurs ambitions et de leurs exemples pour améliorer nos propres opérations.

La durabilité fait donc partie intégrante de toute opportunité et de tout engagement commercial.



Notre personnel



C'est tout
l'art de Colart

Notre personnel... fait toute la différence

En 2021, nous avons poursuivi l'intégration de notre principe « People First » (les personnes d'abord) à l'échelle du groupe. Nous reconnaissons que nos collaborateurs sont essentiels à la réussite de l'entreprise, aujourd'hui plus que jamais.

Notre engagement à développer les capacités de nos équipes et à bâtir un engagement avec la durabilité chez Colart et au-delà, est inébranlable.

Leadership

Encadré par notre éthique et notre culture, comme expliqué dans notre vision « c'est tout l'art de Colart », notre programme de développement du leadership a continué à intégrer les trois « C » en 2021 : Communication, Collaboration et Connectivité. Il s'agit de notre fil conducteur pour toutes les sessions et les interactions en matière de leadership.

Pour garantir des sessions engageantes, dynamiques et stimulantes, nous avons continué à guider les participants à travers un processus d'apprentissage itératif. Il s'agissait de courtes sessions leur donnant la possibilité d'améliorer et de mettre rapidement en pratique ce qu'ils avaient appris.

Après avoir passé en revue l'ensemble de la chaîne de leadership, nous avons discuté et réfléchi à des retours d'informations. Cette démarche s'inscrit dans le cadre de notre principe fondamental qui consiste à favoriser la prise de conscience et l'apprentissage personnel.

LeadersPlus

LeadersPlus

Nous sommes fiers de notre adhésion et de notre soutien continu au programme LeadersPlus.

Il s'agit d'un programme boursier primé, conçu pour aider les dirigeants de niveau intermédiaire et supérieur avec des enfants en bas âge à poursuivre la croissance et le développement de leurs capacités de leadership, tout en étant présents pour leurs enfants. Le programme soutient leur développement de carrière par le biais du mentorat et de la mise en réseau intersectorielle avec leurs pairs.

Colart a toujours soutenu les parents sur le lieu de travail et nous sommes fiers d'avoir ouvert le programme au cours de l'année 2021 aux hommes en congé de paternité.



Communication, collaboration et connectivité forment les trois « C » de notre appel à l'action.

« Le programme et le réseau professionnel qui l'accompagne vous aident vraiment à équilibrer les défis inhérents à la parentalité. Cela témoigne de la culture inclusive que nous avons chez Colart, ce qui rend la transition tellement plus facile en tant que nouveau parent. »

Jatin Kuckreja

Directeur Global Insight (Londres)

Mentorat

Au cours de l'année 2021, nous avons été heureux de maintenir notre activité de mentorat malgré les restrictions continues sur les activités en face à face. Avec les trois « C » au cœur de notre méthode de travail, nous avons constaté une augmentation de 50% des relations de mentorat. Le lancement de partenariats transfrontaliers nous a permis de tirer parti du travail à distance et hybride.

La plateforme de mentorat améliorée via notre Intranet a permis d'améliorer l'accessibilité et la compréhension du programme.



Notre personnel... Colart Academy

Nous avons relancé l'Académie : la passerelle Intranet où les gens peuvent poursuivre leur développement chez Colart.

Refonte graphique de la plateforme d'apprentissage

Colart Academy est le cœur de notre plateforme de croissance et de développement, s'appuyant sur l'importance de nos collaborateurs pour atteindre nos objectifs commerciaux et stratégiques.

L'Académie couvre quatre voies de développement : compétence, service, leadership et communauté. Pour mettre l'accent sur le développement personnel, nous avons établi un partenariat avec Inrehearsal, un fournisseur de contenu d'apprentissage numérique, pour organiser des cours dirigés par des coaches.

La mise à disposition de contenus courts sur un éventail de sujets intéressants et stimulants est essentielle pour obtenir des résultats pour nos collaborateurs.

Le contenu engageant des cours s'aligne sur la culture familiale et de haute performance de Colart.

Tout au long de l'année 2021, nous avons ajouté des cours internes : élaborés par du personnel de Colart pour leurs propres collaborateurs, afin de soutenir l'apprentissage de nos processus et systèmes.

Des podcasts ont également été lancés comme moyen d'apprentissage supplémentaire.

Splash

2021 a été une autre année réussie pour le développement agile de Splash, notre système mondial de gestion du personnel.

Après le déploiement de Splash Perform, fonctionnalité automatisée de performance et de développement, nous avons pris des mesures supplémentaires pour garantir que l'activité de bilan semestriel soit aussi interactive et apporte autant de valeur ajoutée que possible.

Nous avons automatisé le processus d'intégration des personnes qui rejoignent la famille Colart. Cela nous a donné plus de temps pour assurer une transition en douceur pour les nouveaux employés, améliorant leur engagement après leur prise de poste.

L'automatisation des demandes de modification des conditions constitue une nouvelle fonctionnalité offrant de la valeur aux responsables hiérarchiques et améliorant la gouvernance de nos processus liés aux personnes.

Ce nouvel outil supprime le besoin de communications manuelles tout en intégrant un processus d'autorisation transparent et suivi.

Des vidéos en ligne pour soutenir l'apprentissage de ces nouvelles fonctionnalités ont été mises à disposition via la Colart Academy.



80%

Le sourcing direct des personnes recrutées s'est poursuivi en 2021, représentant plus de 80% des nouveaux venus au sein de la famille Colart.



Notre personnel... Notre culture...



Le sentiment d'appartenance à une famille est le fondement de notre culture. La réussite ne viendra que par l'inclusion.

Afin d'incarner activement le concept de « famille Colart », nous sommes tenus d'honorer les promesses que nous faisons à notre personnel. Cela signifie disposer d'un environnement de travail sain basé sur le respect, la dignité et la collaboration.

L'inclusion est au cœur de cette promesse. Il a été agréable de constater, au cours de notre troisième analyse des écarts de salaires entre les femmes et les hommes, que nous progressons en la matière. Des améliorations ont été constatées dans l'écart salarial moyen et médian dans toutes les régions ; par exemple, nous avons atteint un écart salarial médian en faveur des femmes en Amérique du Nord.

Nos efforts continus pour créer et maintenir une culture inclusive ont été renforcés par la création de conseils régionaux sur la diversité, l'équité et l'inclusion (DEI). Ces conseils collaborent pour promouvoir et soutenir l'action DEI dans la communauté de chaque région, ce qui ouvre la porte à de belles initiatives telles que la Journée internationale des droits des femmes.

Nous sommes convaincus qu'en donnant à notre personnel les moyens de changer les choses, nous pouvons faire en sorte que Colart devienne une grande entreprise, où il fait bon travailler.



44%

Les femmes représentent 44% de notre cohorte de dirigeants, ce qui représente une augmentation de 4% par rapport à 2020.



**10 pays
31 nationalités**

Nous sommes fiers de notre mixité internationale, car nous cherchons à accroître l'inclusivité au sein de Colart.

Notre personnel... notre bien-être



Nous continuons à inspirer nos collaborateurs en respectant nos promesses de bien-être.

Nous accordons la priorité aux personnes dans toutes nos actions et décisions. Nous comprenons combien il est important pour nos collaborateurs de conserver leur énergie mentale et physique afin de pouvoir faire face au rythme du travail et du changement.

À cette fin, nous avons continué à reconnaître notre responsabilité dans la création d'un environnement de travail adéquat.

Alors que le travail à distance s'est poursuivi pour ceux qui en avaient la possibilité au cours du premier semestre, nous avons lancé notre modèle de travail hybride au cours du second semestre. Il a été co-conçu avec nos équipes, en tenant compte de leurs expériences de l'année précédente.

Travailler au minimum deux jours par semaine au bureau est au cœur de ce modèle.

Notre mantra est « Venez travailler, mais pas seulement pour travailler », reconnaissant l'importance de la communication, de la collaboration et de la connexion, que ce soit à titre individuel ou en équipe.

Le bien-être est essentiel à notre façon de travailler

Nous avons mis l'accent sur notre calendrier de bien-être pour les collègues qui ne peuvent pas travailler à distance de par la nature de leurs fonctions. Nos initiatives :

- soutiennent le bien-être de bout en bout dans et hors de l'environnement de travail.
- incitent chacun à se sentir impliqué et fier de faire partie de la famille Colart : tant personnellement que professionnellement.
- renforcent l'esprit d'équipe par le biais d'engagements sociaux et environnementaux collectifs.

À travers le groupe, nos ambassadeurs du bien-être ont organisé des événements pour fêter des dates spéciales telles que la [Journée internationale des droits des femmes](#) et la [Journée des enfants en Chine](#). Nous avons organisé des masterclasses de peinture pour que les gens puissent développer leur côté créatif et nous avons réuni les gens dans un cadre plus décontracté pour qu'ils puissent créer du lien avec leurs collègues.

Tout au long de l'année 2021, nous avons ajouté de la couleur à nos vies. Nous voulons continuer à le faire en 2022 et au-delà.

En 2021, nous avons ajouté de la couleur à nos vies. Notre stratégie de bien-être veillera à ce que nous continuions à le faire en 2022 et au-delà.



Notre personnel... Partenariat et actions caritatives

Nous sommes ravis de soutenir les initiatives communautaires qui s'inscrivent dans notre vision : « Inspirer chaque artiste ».

Entre juin 2021 et mars 2022, nous avons fait don de stocks abandonnés à 36 organisations et organismes caritatifs dans six pays européens : le Royaume-Uni, la France, la Suède, la Belgique, l'Italie et l'Allemagne. Les bénéficiaires comprenaient des organismes de santé mentale, des écoles locales, des organisations artistiques pour enfants, des causes de handicap et des centres communautaires. Les stocks donnés ont une valeur de plus de 195 000 £.

Nous avons poursuivi notre partenariat de longue date avec Hospital Rooms, une association caritative pour la santé mentale basée à Londres. Son objectif est de transformer les espaces cliniques par le biais d'œuvres d'art, créant ainsi une atmosphère plus calme et plus sûre pour les personnes confrontées à des difficultés et à des problèmes de santé mentale. Nous avons fait don de près de 50 000 £ d'articles pour aider l'organisation dans ses projets à venir.

L'impact positif de l'art

1

Nous savons que l'art a un impact social positif. L'art est devenu un exutoire créatif pour les émotions positives et négatives pendant la pandémie, par exemple. D'ici

En faisant don de notre stock de produits invendus, nous n'évitons pas seulement d'ajouter des déchets en décharges : nous ajoutons de la valeur à la société.

Nous pensons que l'art a une place dans la société et peut s'intégrer naturellement avec les thématiques STIM. Par exemple, Winsor & Newton a été fondée par un artiste et un scientifique.

L'art est souvent utilisé comme une forme de thérapie, en particulier pour les jeunes ; un moyen de s'exprimer sans avoir à parler de sujets difficiles. Nous souhaitons continuer à faciliter ce processus grâce à notre programme de dons caritatifs

En savoir plus

2

La recherche montre que le public considère souvent l'art comme utile et soutient son financement dans les écoles.

Cependant, l'art peut souvent être le premier sujet à voir son financement réduit

ou supprimé complètement. Nous sommes heureux de soutenir les écoles en faisant don de nos stocks.

En savoir plus

Notre personnel... Dons caritatifs



Nous avons réalisé notre deuxième don important de matériel artistique Colart au camp de réfugiés de Kakuma, au Kenya.

Cela a permis aux ateliers artistiques Hands On d'étendre leur champ d'action et de toucher davantage d'élèves par le biais de clubs d'art dans six de leurs écoles.

Le programme qui s'en est suivi a inclus des ateliers d'art le samedi matin sous la direction d'une coach de Hands-On.

Golda Aruten, diplômée de l'école secondaire Morneau Shepell de Kakuma, a été nommée première coach en 2019. L'artiste Joseph Yona Deng a pris le relais en 2022. Le salaire annuel du coach est financé par la bourse Gateway des ateliers d'art Hands On.

Par l'entremise de Hands On, Golda Aruten a été invitée à exposer ses œuvres dans le cadre de l'exposition d'été de la Royal Academy en 2021. Hands On a produit une édition d'impressions numériques basée sur l'une des peintures de Golda, qui s'est vendue et qui contribue désormais à la poursuite des études de Golda.

Des bourses d'études sont également disponibles pour les étudiants. Cette bourse reconnaît le mérite académique du bénéficiaire et ses réalisations artistiques dans le cadre du programme Hands-On, sous la direction et en consultation avec le UNHCR (Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés).

L'année dernière, le soutien des donateurs a permis de financer des bourses d'études pour l'enseignement secondaire complet de deux élèves de l'école primaire du camp de réfugiés de Kakuma. Teda Padang, diplômée de l'école primaire Angelina Jolie, a reçu la bourse d'études 2021 des ateliers artistiques Hands-On Art et Jamila Nakito Chiramura, qui a fréquenté la même école, est la bénéficiaire de la bourse pour 2022.

Notre programme Hands-On bénéficie d'un soutien plus large. *Stone Soup*, un magazine à but non lucratif basé aux États-Unis, et le *Refugee Project* en ligne ont apporté une contribution importante. Une édition présentait des œuvres d'art d'étudiants de Kakuma participant au programme des ateliers artistiques Hands On.

En outre, un fabuleux ensemble de peintures réalisées par les élèves du camp : présentées pour la première fois lors de l'exposition Hands On à Elephant West en 2020, sont exposées dans les bureaux de l'UNHCR à Londres et à Copenhague, au siège de Colart et au bureau de la Fondation Vodafone à Paddington, Londres.

Il s'agit d'une initiative enthousiasmante : nous sommes passionnés par ce programme et impatientes de le voir se développer cette année.

Santé et sécurité

L'optimisation de la formation, des rapports et des investissements nous a permis d'améliorer notre situation en matière de santé et de sécurité, mais nous pouvons encore faire davantage pour protéger nos collègues.

Le comité de santé et de sécurité a le plaisir d'annoncer une réduction de tous les types d'accidents avec arrêt de travail, graves, majeurs et modérés, par rapport à 2020.

Plusieurs raisons ont été identifiées pour cette réduction, notamment :

- une augmentation du signalement des quasi-accidents et des accidents mineurs, dont il est prouvé qu'ils réduisent les incidents entraînant des blessures graves
- des relations plus étroites avec, et une meilleure formation via, les agences d'intérim par rapport à 2020, ce qui a entraîné une diminution des accidents au sein de cette cohorte

Une analyse des tendances des accidents sur cette période a révélé que la manutention manuelle était le principal facteur de blessure. Il s'agit désormais d'un domaine clé d'amélioration.

Dans le rapport de durabilité de l'année dernière, nous avons présenté une nouvelle matrice de santé et de sécurité. Le comité, qui a tenu deux fois des réunions virtuelles en 2021, continue à mettre en œuvre la matrice pour développer et suivre une feuille de route vers l'objectif zéro accident.

Nous avons l'intention d'évaluer la maturité de toutes les divisions de Colart et de partager les bonnes pratiques pour atteindre l'objectif zéro accident. Notre stratégie comprend l'investissement dans l'identification précoce des dangers à l'aide de l'application mobile Avertinone, notifiant instantanément l'équipe de sécurité pour améliorer la prévention et la réponse aux incidents. Ces alertes portent déjà leurs fruits sur site.

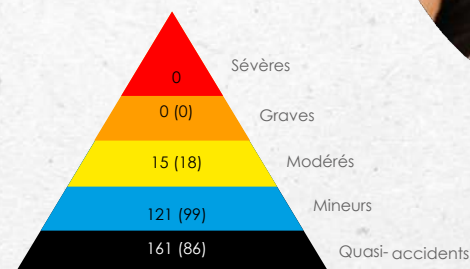
D'autres investissements ont été réalisés :

- le versement de près d'un million d'euros pour améliorer les pratiques en matière de santé et de sécurité en France, notamment pour la rénovation des laboratoires, le remplacement des machines, l'ergonomie des postes de travail et la réduction des risques de collision entre les piétons et les chariots élévateurs
- l'amélioration de la protection des machines au CTAM, par la suppression des risques de coincement et l'installation de meilleurs garde-corps autour des passerelles situées en hauteur
- l'achat d'équipements de sécurité pour réduire les risques liés à la manutention

Nous avons investi près de

1 millions d'euros

dans des pratiques de santé et de sécurité plus vertueuses



Planète



Engagement
sérieux

Empreinte écologique

La réduction des émissions reste une priorité pour Colart.

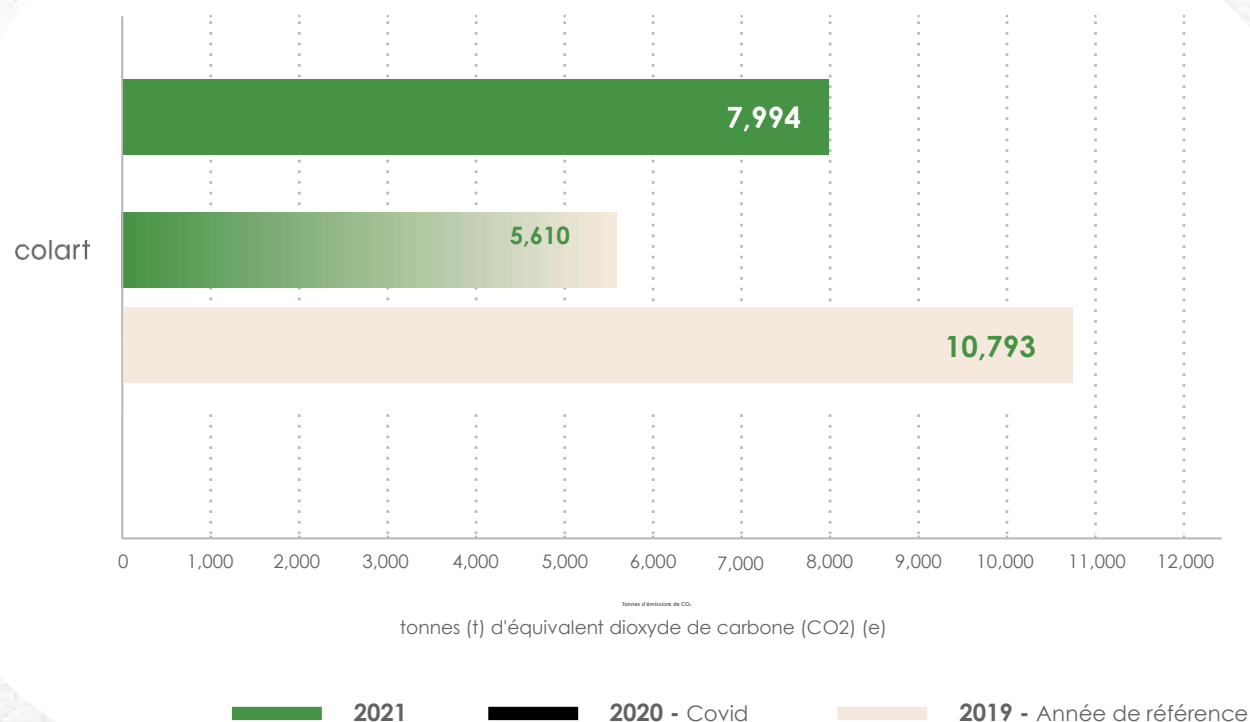


Augmentation de 42%

Des émissions sur 2020, en grande partie en raison de la COVID-19. Cependant, nous avons constaté une baisse de 27% par rapport à 2019.

La pandémie a peut-être joué un rôle en 2021, mais nous sommes presque revenus aux niveaux précédents.

Émissions

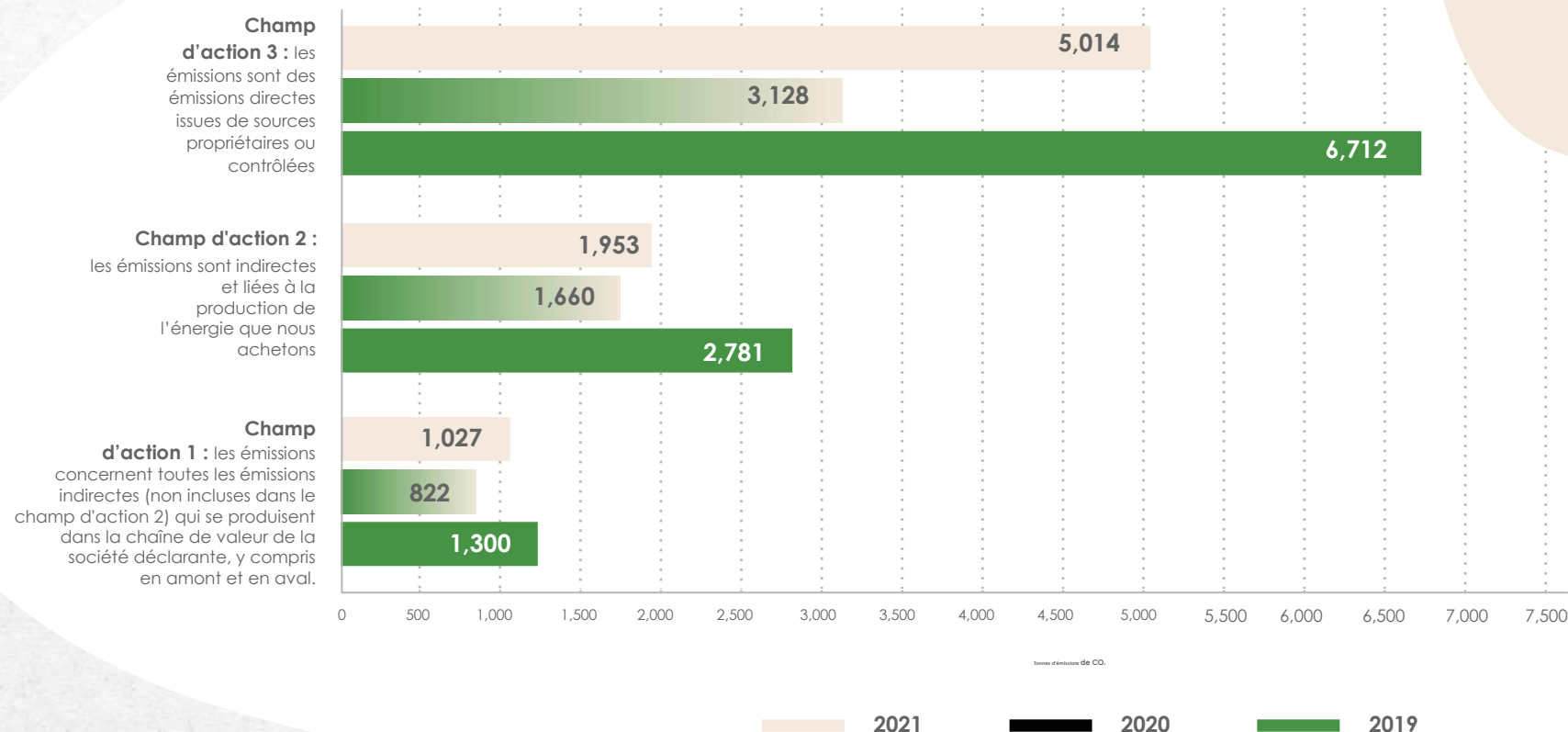


Empreinte écologique - émissions par champ d'action

Émissions

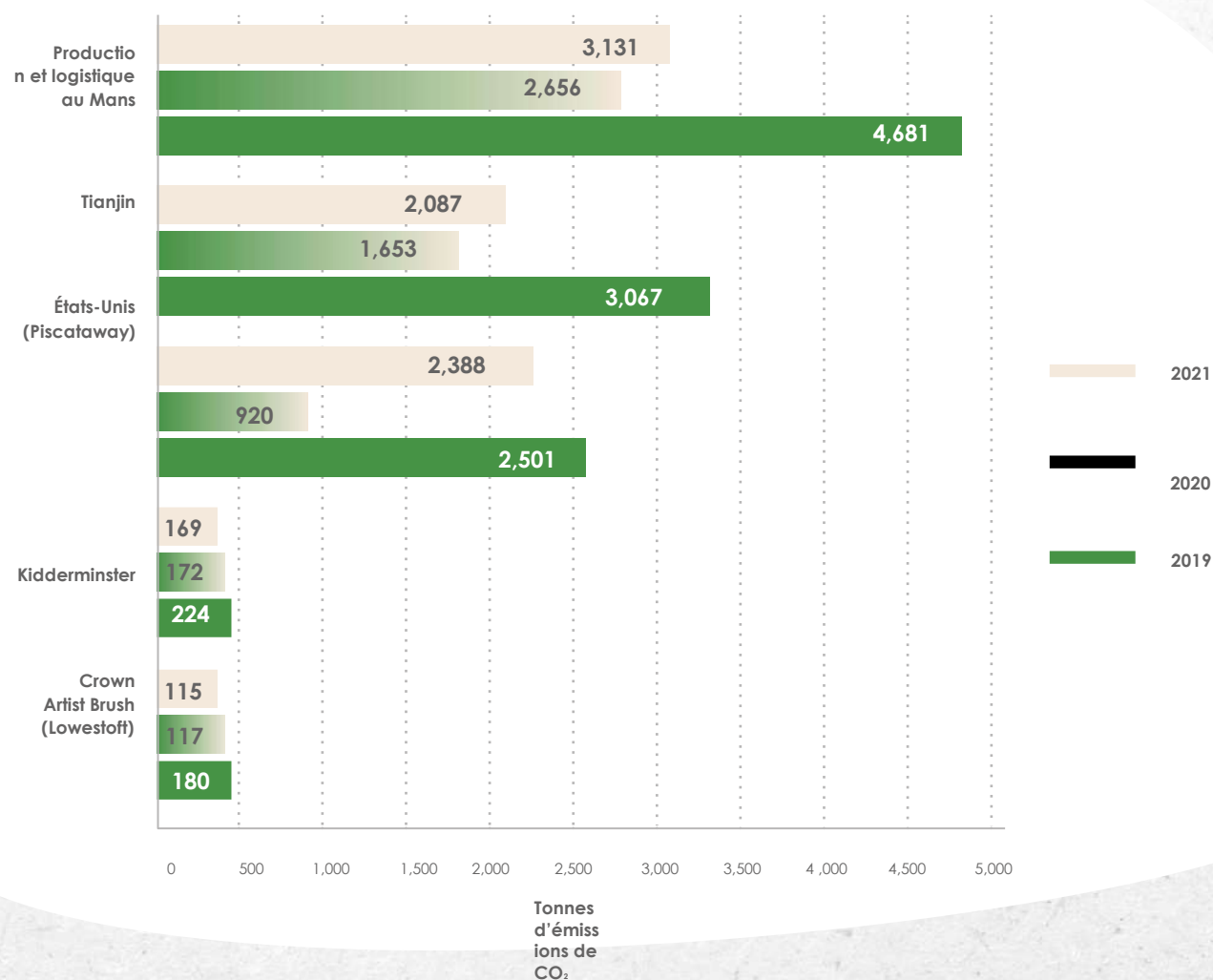
25%

de diminution du
champ d'action 3 par
rapport à 2019



Empreinte écologique - émissions par site

Émissions



Empreinte écologique - émissions par site



Par rapport à 2019/2020

Nous constatons un mouvement dans la bonne direction.

- Le Mans - 33%
- Tianjin - 31,95%
- États-Unis - 4,52%
- Kidderminster - 24,5%
- Lowestoft - 36,11%



Répartition du Mans par rapport à 2019/2020

- Réduction des déchets de 68% sur la base des émissions.
- Augmentation des livraisons tierces sortantes, mais diminution significative des livraisons tierces entrantes.
- Augmentation des émissions dans les locaux de 6,64%.



Répartition de Tianjin par rapport à 2019/2020

- Réduction des déchets de 76,71% sur la base des émissions.
- Diminution de 91% des livraisons sortantes à des tiers.
- Forte augmentation sur les matériaux d'emballage +249%
- Augmentation des émissions dans les locaux +12%

Global

Le fret aérien a augmenté de 15% par rapport à 2020, mais il y a une diminution de 91% par rapport à 2019.

Champs d'action 1 et 2 : **réduction par rapport à 2019**

Quatre sites sur six sont passés à des contrats d'énergie renouvelable. Notre site du Mans génère désormais environ 9% de son énergie grâce aux panneaux solaires du parking.

À l'heure actuelle, nous mesurons les champs d'action 1 et 2 et une partie du champ d'action 3. Pour 2022, l'accent est mis sur l'expansion du champ d'action 3. Nous étudierons nos 40 principales matières premières et emballages pour comprendre leur impact, avant d'élargir le champ d'action. Notre objectif est de comprendre où nous en sommes aujourd'hui, afin de planifier la neutralité carbone à l'avenir.

64% de nos émissions globales relèvent du champ d'action 3 ; nous nous attendons à ce que cela augmente à mesure que nous continuons à mieux comprendre cette classification.

SVHC



Suppression des SVHC

(Substances très préoccupantes) est un indicateur clé de performance clé pour Colart depuis 2017. Nous avons volontairement retiré les produits chimiques préoccupants avant les délais légaux.



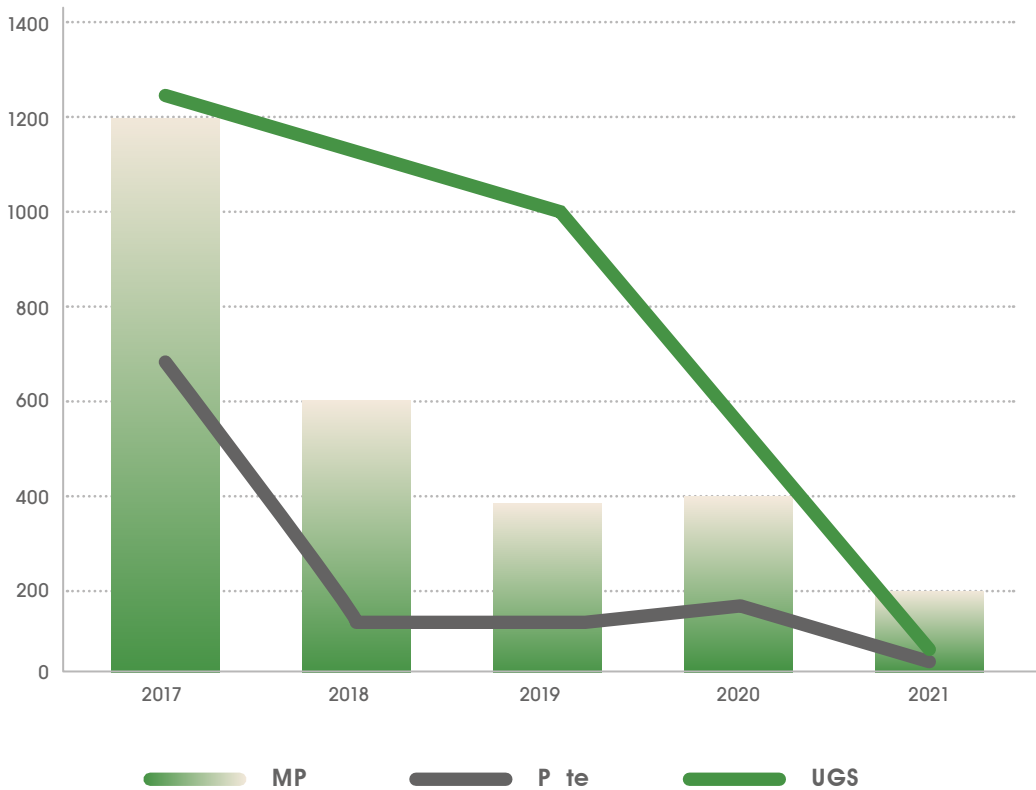
Le pacte vert

Nous nous trouvons aujourd'hui au début d'une stratégie européenne ambitieuse, le pacte vert. Elle vise à faire de la région une zone sans produits toxiques. | Au cours des deux ou trois prochaines années, nous nous attendons à ce que des informations soient générées pour identifier de nouveaux produits chimiques préoccupants. Nous visons à élargir nos indicateurs clés de performance et à suivre ces développements, en nous assurant que nous restons en avance sur les changements législatifs.



SVHC

Réduction des substances très préoccupantes

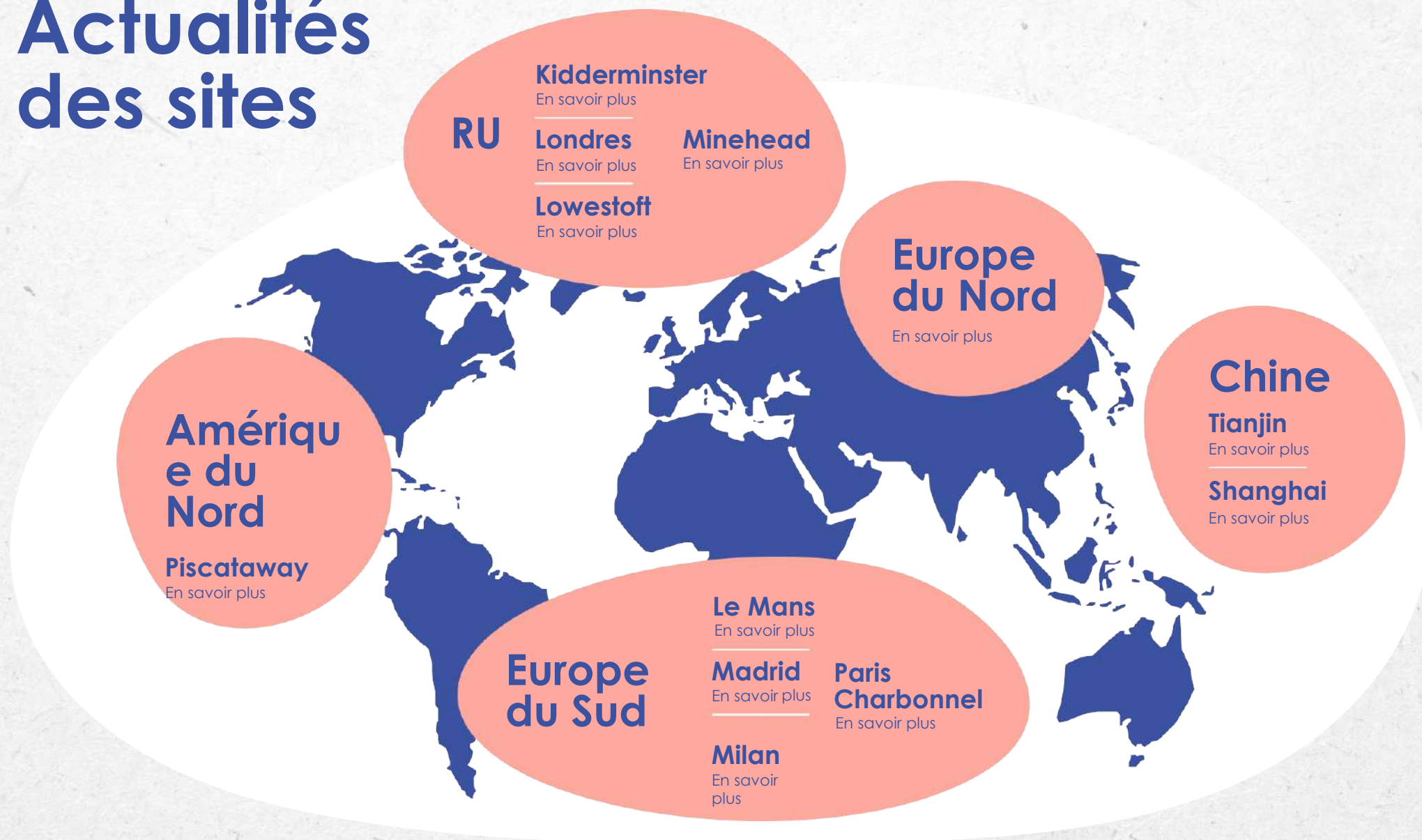


	Matières premières (MP)	Pâte (Peinture)	UGS (Article individuel)
2017	12	639	1231
2018	6	70	1108
2019	4	62	997
2020	4	106	525
2021	2	15	29

Actualités des sites

A close-up photograph of a hand holding a green glass dropper with a black cap, dispensing a dark liquid onto a green, textured surface. The background is blurred, showing various bottles and containers, suggesting a laboratory or workshop setting.

Actualités des sites



Actualités des sites : Londres

Depuis le début du travail hybride, l'équipe de bien-être de Londres a organisé des événements et des campagnes pour encourager une meilleure santé physique et mentale.

Avec beaucoup de nouveaux employés, cela a été un excellent moyen d'encourager les gens à s'intégrer à la famille Colart. Voici un résumé des aspects de l'initiative :

- Fêtes et événements saisonniers : Barbecues en été, et fêtes hivernales de pizza et de maquillage sur visage organisées à l'Elephant Space près de notre pôle de Londres.
- Des occasions telles que le Nouvel An chinois, la Saint-Valentin, mardi gras et la Saint-Patrick ont été célébrées avec des activités comprenant une station « cuisez votre propre pancake », des bonbons et chocolats distribués, et un concours de peinture sur roche à l'aide de produits Colart.
- Brilliant Breakfast : une invitée a parlé des femmes sur le lieu de travail et de la manière de briser le plafond de verre.
- Événements des partenaires caritatifs : notre équipe de bien-être et notre partenaire caritatif Hospital Rooms ont organisé un appel à boîtes à chaussures, fournissant des cadeaux pour les unités de santé mentale de Londres, allant des vêtements et des jouets au matériel d'art Colart.



Actualités des sites : Londres

En collaboration avec l'Université des arts de Londres (UAL), nous avons mis en place un programme de sensibilisation sociale pour les artistes afin de contextualiser nos produits et de tisser des liens.

Cette initiative a permis de fidéliser les étudiants en art et les enseignants à la marque. Nous avons discuté de la qualité et de l'intégrité de nos matériaux dans des contextes contemporains, ce qui nous a rendu pertinents pour les détaillants.

Cette relation a permis de comprendre comment nous communiquons avec nos publics et nous a donné l'occasion de mettre en valeur nos marques. L'aval d'artistes et d'institutions a permis à nos marques de figurer dans les universités et sur les programmes d'études.

Cette année a débuté avec la proposition gagnante de Manyi Takor, *Hidden Identities*. Elle y examine la formation de l'identité à travers des expériences qui sont liées aux attentes des autres. Cette proposition souligne le potentiel de Liquitex dans un contexte professionnel, en démontrant sa pertinence matérielle, de la peinture à l'art public à grande échelle et spécifique à un site.

Parallèlement à cela, nous avons été le seul partenaire externe à être invité à participer à la semaine des compétences de l'UAL. Des designers, des illustrateurs et des graveurs ont partagé leur activité avec les étudiants. Nous avons profité de l'occasion pour démystifier les médiums et expliquer comment les utiliser pour développer des idées pour tous les aspects du design et de l'illustration.

Chaque année, nous sommes invités à participer à un symposium, mettant en vedette toutes nos marques. Cet événement a inclus :

- Une démonstration de médiums Liquitex
- Des mélanges de couleurs avec Winsor & Newton
- Une conférence sur George Field et l'héritage de Winsor & Newton.



Colart UK soutient les artistes émergents, en sponsorisant le prix de peinture John Moores.

- Nous sommes ravis d'annoncer que Kiki Xuebing Wang est la lauréate inaugurale du Prix de peinture pour artiste émergent John Moores.
- Ce prix soutenu par Colart UK, sous la bannière de Winsor & Newton, aide les peintres au début de leur carrière, en leur offrant un prix de 2 500 £, du matériel artistique de première qualité de la même valeur ainsi qu'une belle opportunité de résidence.
- L'œuvre primée, *Untitled (Loafer)*, dépeint un objet de désir : une chaussure, à une distance si proche que son apparence est déformée. Par conséquent, l'objet, et sa valeur, ne sont pas clairs.
- Charlotte Caton, de Winsor & Newton, a déclaré : « Nous sommes ravis que ce prix ait été décerné à Kiki Xuebing Wang. Nous sommes réellement intéressés par la façon dont elle explore ses idées à travers des objets qui se concentrent sur la lumière pour créer des pièces magnifiques et évocatrices. »

- Sandra Penketh, directrice exécutive des galeries des National Museums Liverpool, a commenté : « Avec une sélection d'œuvres aussi passionnante, nous sommes ravis de décerner le prix de l'artiste émergent à une personne dont le travail est si prometteur.
- « Les juges ont été attirés par la qualité transformatrice de la peinture de Kiki Xuebing Wang. Nous sommes très impatients de voir où elle mènera sa pratique à l'avenir. »
- Kiki, née en Chine en 1993, a fréquenté le Royal College of Art de Londres et l'Université de Californie à Los Angeles.
- Son œuvre fait partie des 67 peintures sélectionnées pour le prix de peinture John Moores, exposé à la Walker Art Gallery de Liverpool.

Actualités des sites : Crown Lowestoft

Personnes

- Crown Artist Brush Ltd a participé au Brilliant Breakfast (voir les actualités du site de Londres) avec une participation de plus de 80% des employés.
- Transformation d'une zone du site auparavant mal aimée en un jardin de fleurs sauvages et d'insectes.
- Parrainage du club sportif local de jeunes, les Corton Mambas.
- L'opération "Pinceaux" a été la première catégorie sélectionnée pour produire le court métrage pilote "People Film", utilisé comme un outil pour éduquer, connecter, collaborer et impliquer les employés de Colart.
- Le développement d'équipe est essentiel, et la formation se concentre sur les compétences, notamment le leadership, la gestion des personnes, les projets, le secourisme, la conduite de chariots élévateurs et l'apprentissage des adultes
- Deux postes clés ouverts en gestion des systèmes de qualité et en ingénierie
- Mise en place de toilettes unisexes sur l'ensemble du site de Lowestoft
- Régénération de notre salle d'expérience, créant un espace de conférence de plus de 20 places exposant les archives et les pièces de musée de Colart pour que les collaborateurs et les visiteurs puissent en profiter.
- En 2021, Crown a fêté l'anniversaire des 75 ans de fabrication des pinceaux à Lowestoft. Cette occasion a été marquée par la création de pinceaux et de sets de voyage sur mesure, personnalisés et en édition limitée.

75

années de
fabrication de
pinceaux à
Lowestoft, fêtées
en 2021



Actualités des sites : Crown Lowestoft

Planète

Réduction de la consommation

- Nous favorisons la durabilité sur le site : utilisation de lampes d'inspection LED à faible puissance ; remplacement des vieilles fenêtres par du double vitrage économe en énergie ; remplacement et rescelllement des unités/des lanterneaux ; installation d'un compresseur à vitesse variable ; approvisionnement en énergie 100% verte.

Performance thermique

- Nous améliorons nos bâtiments : systèmes de chauffage efficaces, isolation sur mesure, contrôles améliorés, éclairage des pièces par LED à faible consommation d'énergie, construction de compartiments de pièces pour permettre la mise hors service d'une unité de chauffage consommant beaucoup d'énergie.

Profit

Affiner les performances financières

- Poursuite de la collaboration avec FSC et audit ISO9001 réussi ; réduction de l'utilisation du papier et de la consommation d'énergie sur l'ensemble du site ; nouveau système MRP ; deux nouvelles imprimantes à tampon remplaçant les anciens systèmes opérationnels.

Processus de fabrication de pinceaux

- Production de cartes à teinter et de cartes à points faites à la main.

Les performances

thermiques continuent de s'améliorer grâce à des systèmes de chauffage optimisés



Actualités des sites : Kidderminster

Initiatives clés pour réduire le plastique à usage unique en DC7 à travers la préparation des colis Amazon et sur la ligne de prélèvement carrousel

Initiatives de réduction du plastique		2020 (réelle)			2021 (Utilisation de plastique usage unique sans changement de processus)			2021 (Utilisation réelle de plastique usage unique)		
		Unités vendues	Sacs utilisés	Poids des matières plastiques (kg)	Unités vendues	Sacs utilisés	Poids des matières plastiques (kg)	Unités vendues	Sacs utilisés	Poids des matières plastiques (kg)
Li (e) Amazon	Enveloppes bulles	14,530	14,530	73	19,995	19,995	100	19,995	0	0
Li (e) Amazon	Sac en poly 12 mm x 18 mm	3,702	3,702	22	1,984	1,984	12	1,984	0	0
Li (e) Amazon	Sac en poly 6 mm x 8 mm	17,386	17,386	17	93,315	93,315	93	93,315	0	0
Coussins d'air li s	la ligne de prélèvement carrousel	49,564	297,384	595	59,005	354,030	708	59,005	0	0
Total		85,182	333,002	707	174,299	469,324	913	174,299	0	0

Chez Kidderminster, notre éthique consiste à remettre continuellement en question les idées reçues. Au cours de la période 2021/2022, nous avons introduit un certain nombre de pratiques durables. Nous continuons activement à encourager nos collègues à penser de manière durable, avec une signalisation et des rappels visibles rappelant l'engagement de Colart en matière de durabilité pour les personnes et la planète.

Les initiatives clés en 2021 comprenaient la suppression de près d'une tonne d'emballages en plastique (voir au verso).

Actualités des sites : Kidderminster

Chariots élévateurs électriques

- Remplacement des anciens équipements par des chariots élévateurs électriques : un choix de carburant plus durable. Cela supprime également la nécessité pour les opérateurs de soulever des bouteilles de gaz de 18 kg.

Recyclage sur site

- Recyclage actif, soutenu par une politique consistant à choisir l'emballage le plus adapté au lieu de ceux qui sont les plus proches. Cela permet de réduire l'empreinte de nos opérations logistiques.

Se rendre au travail à pied ou à vélo

- Nous encourageons nos collègues à faire du covoiturage, à marcher ou à prendre le vélo quand c'est possible et nous continuons à promouvoir le programme travail à vélo de Colart.



Inspirer chaque artiste

- Nous avons organisé quatre sessions dans notre entrepôt, au cours desquelles un artiste local a montré aux collaborateurs comment créer des effets à l'aide de peintures acryliques. Chaque personne avait terminé son tableau à la fin de la session. Nous avons également fait don de stocks par l'intermédiaire de TFAC UK à des artistes et des établissements d'enseignement afin de faciliter l'accès aux matériaux.

Dons caritatifs

Nous avons collecté plus de 1 000 livres sterling pour des causes locales, dont 532 livres sterling provenant de tombolas et de la vente d'anciens stocks.



Actualités des sites : Minehead

Nouveau système de gestion d'entrepôt

En 2021, nous avons mis en place un nouveau système de gestion d'entrepôt. Il est beaucoup plus respectueux de l'environnement et a permis de réduire de vastes quantités de paperasse sur l'ensemble du site, tout en offrant de nombreux autres avantages.

Le papier support des étiquettes que nous utilisons est désormais recyclable.



Outils imprimés en 3D

Efficacité de l'usine améliorée par des outils imprimés en 3D en interne

- Flux de marchandises optimisé
- Processus de fabrication optimisé

Nous avons également supprimé les boîtes de type double coque de nos emballages de maquillage pour le visage et le corps.



Actualités des sites : Le Mans & Paris Charbonnel

Le Mans

Fabrication

Les volumes de production ont été généralement élevés et l'accent a été clairement mis sur la durabilité. Cela a été rendu possible grâce au changement des processus et des composants ; une évolution vers moins de plastique ; et la production de moins de déchets.

Nous avons lancé un programme d'amélioration continue avec PROACTION. Après un démarrage au Mans en 2022, ce programme sera étendu à tous nos sites, nous poussant à nous améliorer chaque jour, en utilisant moins pour produire plus.

Nous nous lançons le défi d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2030. La planification commence en 2022, y compris la budgétisation et un examen stratégique des technologies. Cela révèle notre ambition pour un monde plus durable.

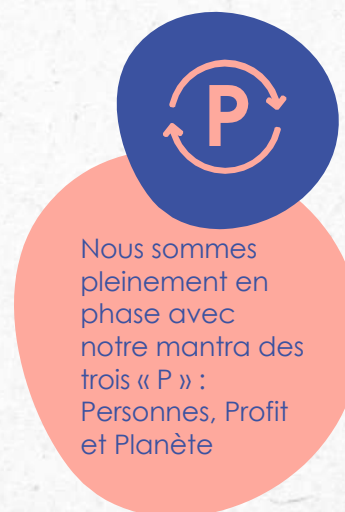
Se mettre au vert

Le Mans a continué à protéger ses collègues de la COVID-19 autant que possible, ce qui a conduit à un très faible impact sur la fabrication, les volumes et le niveau de service.

En termes de changements dans les opérations pour une approche plus durable, nous sommes passés à un contrat de fourniture d'électricité entièrement vert ; nous avons commencé à utiliser des installations photovoltaïques pour générer notre propre électricité, et avons également investi dans des mélangeurs de 7 500 litres et dans une nouvelle ligne de remplissage entièrement automatique. Cela permettra de réduire la consommation d'électricité et d'eau. Nous réduisons autant que possible le plastique dans les emballages des clients.

Sécurité des collaborateurs

Nous améliorons la sécurité, en nous concentrant sur l'analyse et la prévention des accidents, à l'aide d'une application numérique : AVERTINONE, qui permet aux collaborateurs de signaler les risques. Cela permet de réduire le nombre total d'accidents par rapport à 2020, mais il reste encore beaucoup à faire.



Paris Charbonnel

La maison des trois marques patrimoniales de Colart est un lieu unique pour servir, inspirer, connecter et célébrer tous les artistes.

- Conté à Paris, 1795 : esquisse et dessin
- Lefranc Bourgeois, 1720 : huile, gouache, vinylique, acrylique et aquarelle
- Charbonnel, 1862 : gravure et dorure

En 2022, ces marques dévoileront « L'Art et la Manière » : le savoir-faire créatif de Paris au monde entier via un nouveau showroom virtuel mondial et numérique.

Nous partagerons les actualités, les activités et l'expertise dans ce lieu expérientiel avec des ateliers, des formations, des rencontres et des démonstrations.

Actualités des sites : Paris Charbonnel

Visitons Charbonnel

Emplacement fabuleux face à Notre Dame, au cœur de Paris, « capitale mondiale des arts »



Le siège idéal pour nos trois marques emblématiques de beaux-arts, engagées dans l'histoire et la transmission

- Conté à Paris 1795 : esquisse, dessin, pastel
- Lefranc Bourgeois Paris : 1720 : peinture
- Charbonnel Paris 1862 : gravure et dorure



Modularité de l'espace

- Espace d'affichage central, salle de réunion idéale pour les réceptions et les présentations
- Adaptabilité de la scénographie en fonction des événements et des produits
- Un événement par trimestre; scénographie alignée sur le thème/conférencier invité/artiste

Actualités des sites : Paris Charbonnel

Construire l'expérience des marques

la mission de Charbonnel

Le siège parisien des trois marques patrimoniales de Colart est un lieu unique face à Notre Dame pour servir, inspirer, connecter et célébrer tous les artistes. C'est le sanctuaire de trois marques françaises pionnières engagées dans l'accessibilité, l'éducation et l'innovation durable :

- **Conté à Paris 1795 :** esquisse et dessin
- **Lefranc Bourgeois 1720 :** huile, gouache, vinylique, acrylique, et peinture aquarelle
- **Charbonnel 1862 :** gravure, et dorure

Ces marques françaises vous feront découvrir « l'Art et la Manière » c'est-à-dire la créativité et le savoir-faire au monde depuis Paris via le nouveau showroom virtuel mondial numérique prévu pour 2022.

Elles partageront leurs actualités, leurs activités et leurs expertises dans ce nouveau lieu expérientiel à travers des ateliers, des formations, des rencontres publiques et des démonstrations.



Une occasion de promouvoir la créativité et la durabilité

Événements zéro déchet, upcycling, design des matériaux, patrimoine décoratif, savoir-faire et modernité...

La mission de Charbonnel

- Atelier de gravure de renommée mondiale
- Maison des marques françaises de Colart
- Un lieu authentique soutenant et inspirant tous les artistes à l'échelle mondiale

Un lieu "phygital"...

... pour connecter les marques à la culture et à la société

- Réseaux sociaux et gamification : faits amusants, démos, photos
- Promotions et bons de réduction instantanés
- Adapter la musique et l'éclairage du magasin aux occasions et aux événements

Un lieu pour inspirer, connecter et célébrer

Actualités des sites : Madrid



Liquitex

Liquitex x Art Madrid

Nous avons participé à une foire d'art contemporain réunissant des talents espagnols et internationaux dans les domaines de la peinture, de la sculpture, de l'art graphique, de la photographie, et autres, pour une exposition inédite de la scène artistique mondiale.

Nous avons soutenu la créativité locale, notamment en remettant un prix d'une valeur de 1 000 dollars de produits Liquitex à un artiste utilisant l'acrylique. Nous avons également offert de nouvelles couleurs « Heavy Body » à tous les artistes acryliques présents à la foire. Le catalogue de l'événement a mentionné la marque et a fait figurer le logo sur son site web, sa lettre d'information, son communiqué de presse et ses canaux sociaux.



Winsor & Newton x Museo Carmen Thyssen (Málaga)

Une série d'ateliers Winsor & Newton a été organisée en collaboration avec le Museo Carmen Thyssen. Dirigés par l'un de nos artistes, les participants ont été mis au défi de reproduire des pièces exposées de leurs collections avec des techniques d'huile et d'aquarelle en utilisant nos produits.

L'ambiance était excellente à l'intérieur du musée et dans les rues environnantes. De nombreuses personnes ont apprécié les séances, permettant à nos marques de nouer des relations avec elles.

La gagnante de l'opération Liquitex Art Madrid, recevant 1 000 euros de produits Liquitex



Un atelier parmi une série d'ateliers Winsor & Newton en collaboration avec le Museo Carmen Thyssen



Actualités des sites : Milan

La résidence d'artiste Liquitex "Just Imagine" a été lancée en Italie.

Elle a inspiré du contenu et des communications de storytelling de marque en utilisant des éditions *Insideart* ; des canaux numériques ; un appel ouvert aux artistes ; une résidence rémunérée de deux semaines à Rome pour deux artistes émergents ; et une exposition finale en Galerie.

Les artistes ont été invités à expérimenter avec la peinture acrylique pour bénéficier d'un potentiel expressif maximal, et deux lauréats ont été sélectionnés parmi plus de 100 participants.

Damiano Colombi

Peintre, chercheur et enquêteur créatif, Damiano est diplômé de l'Académie des Beaux-Arts de Venise, où son intérêt pour l'abstraction, la synthèse des formes et l'expérimentation technique est apparu.

Pendant sa résidence Liquitex, il a approfondi l'expérimentation de l'acrylique à travers une série de techniques exécutées sur des toiles de grand format.

Ses œuvres démontrent la polyvalence des peintures acryliques, en testant différentes viscosités et en démontrant la gamme d'opacités, de transparences et la variété d'effets rendus possibles avec les couleurs et les médiums acryliques.

"J'utilise l'acrylique sous toutes ses formes : liquide dans les travaux horizontaux au sol, sous forme de pâte pour les interventions structurelles et de glacis transparents pour les travaux muraux. Je privilégie cette technique en raison de sa polyvalence et de la rapidité avec laquelle elle me permet de travailler. Ma recherche est un dialogue pressant avec les propriétés des peintures acryliques."



Actualités des sites : Milan

La résidence d'artiste Liquitex "Just Imagine" a été lancée en Italie pour la toute première fois. .

Eva Chiara Trevisan

Peintre, alchimiste des couleurs et créatrice, le parcours artistique d'Eva a commencé par le dessin lorsqu'elle était enfant. Elle a ensuite fréquenté une école d'art où elle a découvert le poids, la dimension et le caractère de la couleur. Elle est diplômée de l'Académie des beaux-arts de Venise.

Pendant sa résidence Liquitex, Eva a exploré l'indépendance de la couleur acrylique, en explorant son potentiel.

« Dans le cadre de ma recherche artistique, j'essaie de supprimer le support de la peinture : le cadre, la toile, le papier.
Tout ce sur quoi elle peut se couler et ne plus jamais se détacher. »

« Dans le cadre de ma recherche artistique, j'essaie de supprimer le support de la peinture : le cadre, la toile, le papier.
Tout ce sur quoi elle peut se couler et ne plus jamais se détacher. »



Actualités des sites : Europe du Nord

Joyeux anniversaire ! Aux Pays-Bas, des milliers d'enfants n'ont pas les moyens de fêter leur anniversaire. Stichting Jarige Job les aide en leur offrant un cadeau ; cette année, nous avons fait don de plus de 500 kits Lefranc Bourgeois Enfant.

Superficie des bureaux

Nous avons fermé notre bureau suédois et réduit la superficie des bureaux aux Pays-Bas de 60%, ce qui a entraîné des économies d'énergie de plus de 70% et d'autres avantages inhérents aux services partagés. Nous avons également recyclé plus de 200kg de matériel informatique lors de la réduction de l'espace. Les fonds ont été reversés au WWF.

Voitures

Nous avons réduit notre parc automobile d'entreprise de 7%, en optant pour des options plus durables: véhicules électriques, hybrides et Ad-Blue. Le kilométrage total de l'entreprise a diminué de 13% en 2021 par rapport à 2019.

Bureau à domicile

Nous avons lancé un nouveau modèle de travail hybride: 40% au bureau, 60% à domicile, ce qui a réduit les déplacements tout en améliorant le bien-être des employés.

Déplacements

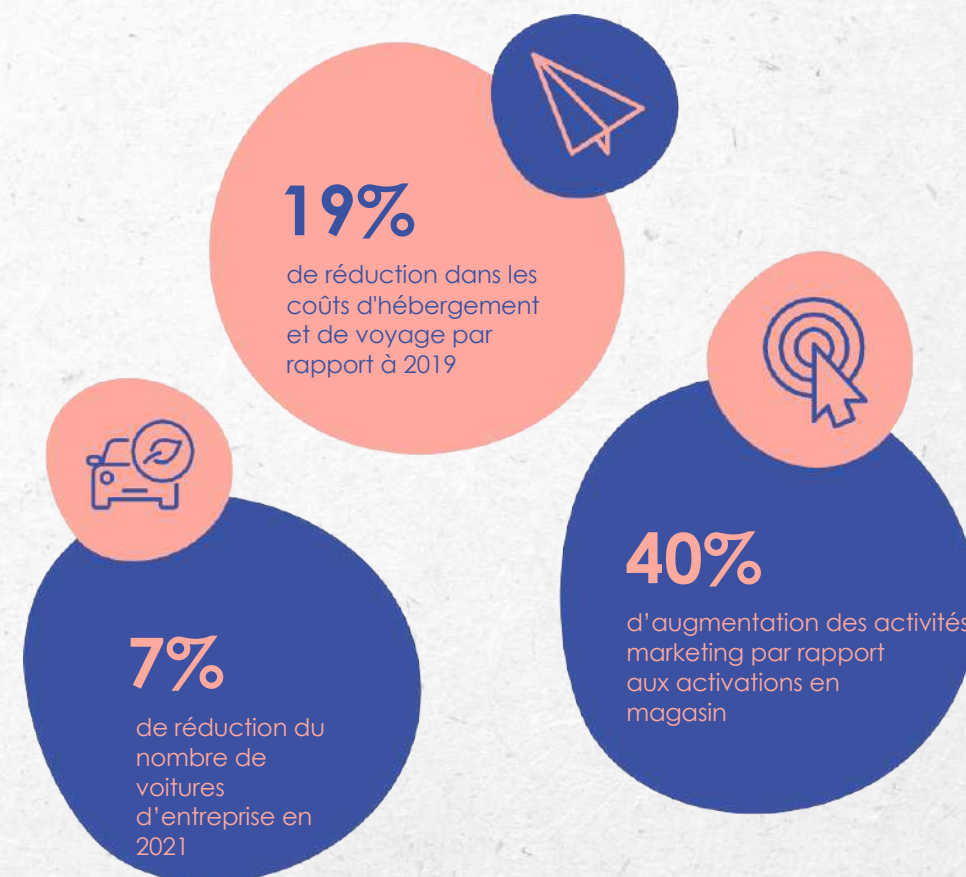
En 2021, les frais d'hébergement et de déplacement ont été réduits de 19% par rapport à 2019.

Marketing en ligne

Il y a eu une augmentation de 40% des activités de marketing en ligne par rapport à l'activation en magasin, y compris les partenariats avec des influenceurs et l'offre de sets dédiés. La portée a doublé.

Bonnes œuvres

En Allemagne, nous avons soutenu un camp alimentaire pour les personnes forcées de quitter leur domicile à cause des inondations et pour les travailleurs nettoyant la région. Cela incluait des congés pour les collaborateurs souhaitant proposer leur aide.



Actualités des sites : Piscataway

7%

Les frais de distribution DC4 en pourcentage du chiffre d'affaires = 7% (en baisse par rapport aux plus de 10% précédents)

La première campagne GivHero voit les employés marcher 14 millions de pas et collecter

2,000 \$

pour la banque alimentaire de NJ.

**80%**

de réduction des heures perdues

97%

La précision de l'inventaire de fin d'année a atteint plus de 97% (pas d'inventaire permanent)



Arrêt de l'utilisation des coussins d'air en plastique en DC4.

400 000 \$

de marqueurs W&N donnés aux écoles de NYC au lieu d'aller à la décharge.

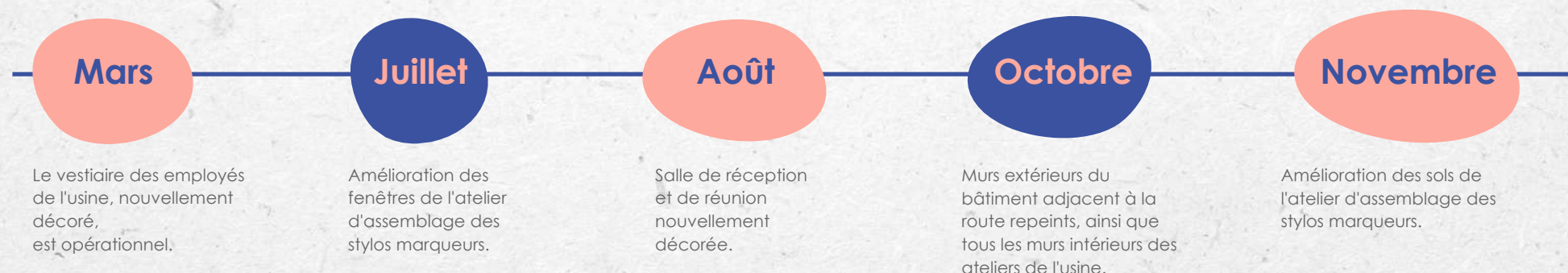
Actualités des sites : Tianjin

Colart China fait d'immenses progrès en matière de transformation numérique, réduisant considérablement l'utilisation du papier.



Bien-être 2021 @ CTAM

Mise à niveau des installations sur le lieu de travail



Actualités des sites : Tianjin

Les activités du calendrier du bien-être se sont déroulées tout au long de l'année, notamment :

- Conférence sur le mode de vie écologique
- Bricolage de produits en cuir
- Journée des jeux
- Curling sur parquet
- D'autres initiatives ont eu lieu :
- EAP Chine : notre service Daxin a été mis en service, y compris l'assistance téléphonique 24 heures sur 24 et la consultation en ligne
- Assurance médicale

pour tous les collaborateurs

Les renouvellements d'audits en 2021 incluent SMETA ; ISO 9001, ISO 14001 et ISO 45001 ; Titre de l'unité civilisée.

Reformulation de l'emballage des produits contenant des matières biocides : pour se conformer aux nouvelles réglementations en matière de biocides les classifications des emballages dans l'UE et à assurer le développement durable des produits, nous avons travaillé avec le département des affaires réglementaires

du Royaume-Uni pour remplacer et ajuster les matières biocides utilisées dans les produits existants de CTAM, notamment :

- l'aquarelle Cotman
- l'aquarelle et l'acrylique Winsor & Newton
- l'aquarelle T-Keya
- les acryliques Liquitex Acrylics Valspar
- les acryliques Studio
- les acryliques Louvre

Des améliorations continues ont été menées par le projet de groupe de réflexion CTAM

Depuis la mise à niveau du projet en 2021, le nombre total de propositions en 2021 est de 84 ; 2,5 fois plus que l'année précédente. Plus de 100 collaborateurs ont participé à la mise en œuvre des propositions, ce qui révèle que les employés de tous les postes contribuent aux améliorations opérationnelles.

Nos cinq principales propositions sont :

- Optimiser l'emballage pour améliorer l'efficacité et les économies de coût
- Réutiliser efficacement les stocks de déchets pour récupérer les pertes
- Améliorer les équipements et les installations pour renforcer la sécurité, l'efficacité et la précision.
- Passage au vacuform RPET - 38

vacuforms seront sourcés de cette manière pour se conformer aux réglementations de l'UE.

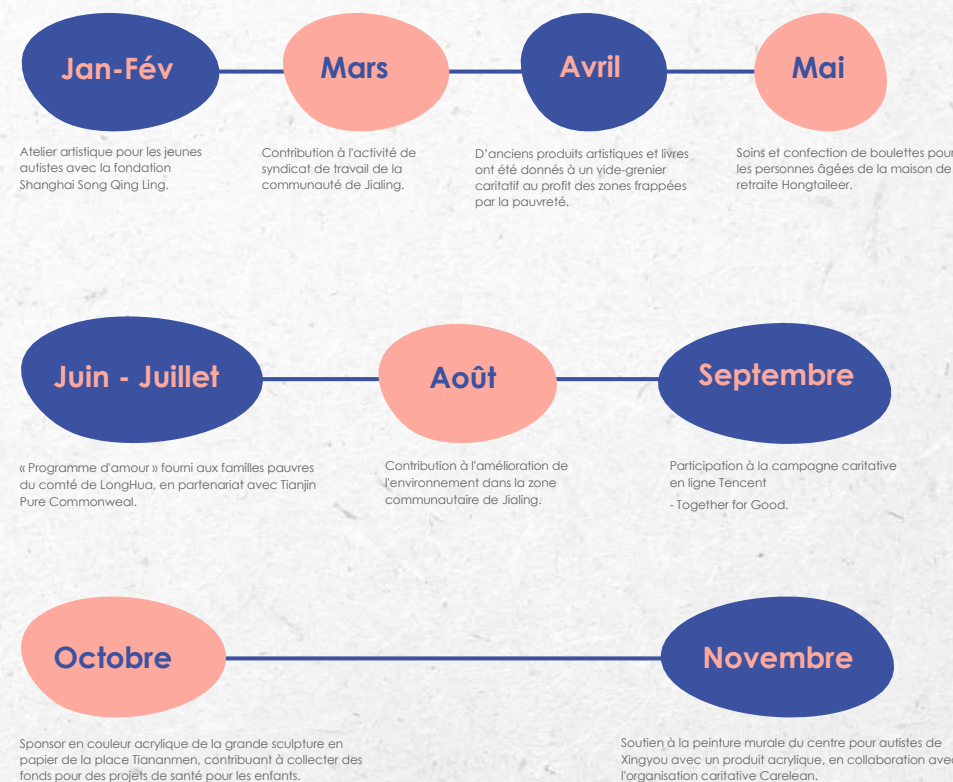
- Dans le cadre du projet d'étiquetage visant à mettre à jour

avec des informations concernant les biocides et le TiO₂, conformes et plus durables. Environ 530 articles CTAM seront modifiés tout au long de l'année 2021/2022.

Les installations sont repensées d'un point de vue écologique

- Installation de deux nouveaux ventilateurs d'extraction, activant l'absorption de carbone pour la colle à pinceau afin de réduire les rejets de COV et de rendre les ateliers plus sûrs.

- Mise en place de transpalettes électriques dans l'atelier de fabrication de couleurs, en remplacement du transfert manuel.
- Notre nouveau projet de compresseur d'air avec mode de commande par conversion de fréquence peut économiser environ 30 % d'énergie et réduire les émissions de CO₂ par rapport à l'ancienne unité.



Actualités des sites : Shanghai

Sur notre site de Shanghai, les collaborateurs ont travaillé sur les initiatives de durabilité suivantes :



Produits

- Remplacement du vacuform par du RPET dans des sets de produits (149 000 pièces).
- Fin des projets de transition vers le code-barres, concernant 958 UGS.



Le Fine Art Collective

- Organisation régulière de cours de formation en ligne pour soutenir les clients (plus de 160 personnes).
- Conférences réussies dans les meilleures académies.
- Conférences de TFAC sur l'huile et les médiums Winsor & Newton dans une grande académie d'art, attirant un large public d'étudiants et d'enseignants.



Numérisation et e-commerce

- Augmentation du nombre total d'abonnés sur les réseaux sociaux de la marque, avec plus de 359 000 abonnés.
- Campagne d'activation de l'eau pour inspirer les consommateurs et créer une atmosphère de WC.
- La campagne du livre dérivant sur l'eau a invité 21 artistes dans tout le pays qui, à leur tour, ont ajouté 2 000 abonnés, avec une portée de 120 millions et 170 000 engagements.
- Les activités de décembre ont également encouragé les professionnels de la création à personnaliser un calendrier 2022 avec leurs propres œuvres.

Plans et objectifs

En 2021, nous avons entamé notre parcours de durabilité en matière d'emballage, du déploiement des directives d'emballage aux projets ciblant les emballages inutiles.

L'évaluation matérielle menée en 2021 a permis de conclure que l'emballage était un problème matériel clé, mais aussi une opportunité.

En utilisant une approche traditionnelle des « 4 R », nous avons été en mesure d'éliminer le superflu : RETIRER, RÉDUIRE, RÉUTILISER, RECYCLER.

Sur cette base, nous avons amélioré nos matériaux d'expédition, par exemple en passant au ruban adhésif en papier et en remplaçant les étiquettes d'adresse en plastique par du papier.

Nous avons pu utiliser Sedex, notre outil de transparence de la chaîne d'approvisionnement, pour connaître la valeur totale de la chaîne d'approvisionnement et les domaines dans lesquels nous pouvions nous améliorer.

Le champ d'action 3 est une priorité pour 2022, car nous voulons comprendre ces émissions avant de mettre en œuvre une stratégie pour les réduire. Une partie de ces efforts comprendra le « projet Top 40 » et la collecte des résultats des voyages d'affaires.

Nous conservons l'accréditation FSC avec 80% de nos produits en bois et en papier certifiés FSC, nous travaillons pour garantir que tous nos produits en bois et en papier proviennent d'une source responsable.

Les plans de nos marques intègrent désormais la durabilité tout au long du NPD, avec une évaluation de la durabilité à chaque étape. Les marques de Colart continueront à réfléchir à ce que la durabilité signifie pour elles, en s'alignant sur les objectifs et les ambitions de l'entreprise au sens large.

Certains de nos produits ont été formulés il y a plus d'un siècle. Il est difficile de trouver une solution alternative et durable. Mais notre programme d'innovation nous permettra de rester à la pointe de l'évolution pour améliorer la durabilité de notre portefeuille de produits.

La fin de vie reste un défi. Cependant, nous continuons à rechercher des solutions pour nous améliorer dans ce domaine. Nous étudions les causes profondes pour comprendre si l'emballage principal de nos produits peut être modifié, et l'impact d'une telle modification.

Plans et objectifs

Impact social

(Cible: 5000 ppm)

2022: 3500 ppm

2023: 4000 ppm

2024: 4500 ppm

2025: 5000 ppm



Accidents

(Objectif d'accidents industriels: 0)

2022: 0 accidents

2023: 0 accidents

2024: 0 accidents

2025: 0 accidents



Réduire les émissions de CO2

(Objectif -5 % par an)

2022: -5%

2023: -5%

2024: -5%

2025: -5%



Maladie

(< 3%)

2022: 3%

2023: 3%

2024: 3%

2025: 3%



Énergie renouvelable

Pourcentage de toute l'électricité achetée provenant de sources renouvelables

2022: 30%

2023: 35%

2024: 40%

2025: 45%



Plans et objectifs

Réduire les déchets dangereux

(Objectif -50 % par an)

2022 : 10%

2023 : 20%

2024 : 40%

2025 : 50%



Réduction de l'eau utilisée

Objectif : -1 %

2022 : 1%

2023 : 2%

2024 : 2%

2025 : 2%



Emballage durable : Retirer, Réduire, Réutiliser et Recycler

(Objectif : 5 projets)

2022 : 5 projets

2023 : 5 projets

2024 : 3 projets

2025 : 5 projets



Rapport de durabilité 2021-2022

Colart International Ltd
Huckletree West, The MediaWorks Building,
191 Wood Lane, Londres, W12 7FP

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

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



colart