



SEPHORA

Localisation : France

Industries : Parfumerie et de produits de beauté

## RISQUE ÉLEVÉ

### Évaluation globale :

Sephora, filiale de LVMH, est une société de commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé dont le siège se trouve à Neuilly-Sur-Seine, en France.

L'entreprise interdit toute forme de discrimination à l'encontre de ses employés, mais ne mentionne pas explicitement la discrimination liée aux opinions. Cependant, elle met en place des dispositions discriminantes en faveur de ses employés LGBT et se positionne publiquement en faveur du voile islamique.

Pour ces raisons, nous estimons élevé le niveau de risque de Sephora.

## Gouvernance interne et image de l'entreprise

### Politiques portant atteinte à la liberté de conscience et/ou à la liberté d'expression ou éléments de propagande interne

Le code de conduite de LVMH vise à « lutter contre toute les formes de discrimination » en veillant à garantir les droits de leurs employés « sans distinction d'origine ethnique, nationale, sociale ou culturelle, de genre, d'orientation sexuelle, de handicap, d'âge, de situation familiale, de religion, de convictions politiques ou d'affiliation syndicale » (1)

Sephora est signataire de la *Charte d'engagement LGBT+* de l'Autre Cercle prévoyant de « Créer un environnement de travail respectueux et bienveillant pour les personnes LGBT+ en évitant les stéréotypes, les blagues ou les propos discriminatoires » (2).



### Politiques d'embauche en faveur des minorités ou abondement discriminatoires d'une catégorie d'employés sur critères idéologiques

Sephora a doublé son offre de produits créés par des Afro-américains dès 2021 (1) en vertu du code de conduite de la société mère LVMH prévoyant d'« encourager une culture inclusive » par « le soutien actif au développement des talents féminins et des groupes sous-représentés en fonction des contextes locaux. ».

Sephora a été le premier distributeur à rejoindre l'initiative "15% Pledge" qui consiste à consacrer 15 % de ses rayons à des marques appartenant à des Afro-Américains (2).

En 2023, Sephora a remporté un prix spécial de l'*Inclusion Index ceremony* décerné par LVMH pour récompenser les entreprises aux meilleurs indicateurs de performance DEI. (3).



### Proposition de services de propagande idéologique

Sephora a reçu la note maximale de 100 sur l'indice d'égalité des entreprises (CEI) 2023 de la Human Rights Campaign (HRC), ce qui implique notamment que Sephora offre une couverture santé prenant en charge les soins médicaux spécifiques des personnes transgenres et que l'entreprise intègre l'intersectionnalité dans les formations de développement professionnel par compétences (1).



## Politique extérieure

### Politique de dons caritatifs discriminatoires à l'égard des organisations caritatives en raison de leurs opinions ou de leurs croyances religieuses

Depuis 2021, Sephora est en partenariat avec l'association MAG Jeune LGBT qui reçoit 1€ pour chaque palette « My revival », de l'influenceur trans Richaard, vendue (1). Sephora n'a aucune règle écrite interdisant les dons aux organisations religieuses. Sephora est donateur de l'association Force Femmes qui accompagne gratuitement les femmes de plus de 45 ans au chômage (2).



### Utilisation de la renommée de l'entreprise pour soutenir des causes idéologiques et/ou des organisations hostiles à la liberté d'expression

Sephora s'est joint au collectif "hijabeuses" dans un spot publicitaire percutant publié un 11 septembre, montrant des femmes voilées jouant au football, seulement quelques semaines après la décision du Conseil d'État maintenant l'interdiction du voile dans les compétitions de la FFF(1).



### Utilisation des fonds de l'entreprise en faveur des minorités ou pour promouvoir des causes idéologiques ou des organisations ou des politiques hostiles à la liberté d'expression

Sephora est très engagé dans les luttes LGBT au travers de campagnes avec des personnes QUEER, mais aussi dans la lutte contre le racisme en commandant une étude intitulée « the racial bias in retail study » sur les effets des préjugés raciaux dans le domaine du retail (1). Sephora propose un service de maquillage gratuit aux personnes QUEER chaque année à l'occasion de la marche des fiertés dans les villes de Paris et Rouen (2).

