



# Herbalife<sup>®</sup> Vis ta meilleure vie

Sommaire de la direction

Notre vision, celle d'être la principale entreprise et communauté de santé et de mieux-être, peut être soutenue par des pratiques et des produits d'affaires durables.

Cela exige un engagement envers un objectif plus grand que celui de s'occuper de nous-mêmes : assurer l'accès à des produits de qualité, favoriser la santé et le bien-être des gens et de nos collectivités, et soutenir une planète prospère. Notre zèle à nous développer et à croître continuellement en innovant constamment dans nos activités, grâce à de nouveaux produits et à un plan de marketing en évolution, nous rend imparables — et cet esprit d'entreprise se reflète dans tout ce que nous faisons.

[Clique ici](#) pour consulter l'intégralité du Rapport de durabilité mondiale rédigé en anglais à l'intention des investisseurs américains sur le site Web de l'entreprise aux États-Unis.



## Lettre du PDG



**Michael O. Johnson**  
Chairman and CEO

### Chère communauté Herbalife,

En 43 ans, Herbalife a aidé des millions de personnes à adopter un mode de vie plus sain, offert une occasion d'affaires, et outillé nos distributeurs indépendants à améliorer leurs communautés. Des changements audacieux et novateurs ont défini notre histoire, et aujourd'hui, notre objectif d'aider les gens à obtenir leurs meilleurs résultats est plus pertinent que jamais auparavant.

En tournant notre regard vers l'avenir, nous modernisons notre entreprise pour répondre aux besoins changeants de nos distributeurs indépendants, de nos clients, de nos employés, de nos investisseurs et de nos communautés. Notre stratégie de développement durable fait partie de notre transformation et est décrite en détail dans notre deuxième Rapport sur la durabilité mondiale. Ce rapport exhaustif met en lumière la façon dont nous intégrons la durabilité dans la fibre d'Herbalife, non seulement pour nous conformer au paysage juridique en évolution, mais aussi pour stimuler la croissance et créer de la valeur pour nos parties prenantes — de l'accès à des produits de haute qualité, à la santé et au mieux-être communautaires, et à une planète prospère.

La nutrition est essentielle à la santé et au bien-être. Avec la hausse des taux d'obésité à l'échelle mondiale et la demande croissante de solutions pour appuyer les objectifs de santé et de mieux-être, nos produits répondent aux besoins nutritionnels des consommateurs du monde entier. Au cours des deux dernières années, nous avons lancé plus de 700 produits dans 95 marchés et nous avons maintenu notre renommée à titre de fouetté santé n° 1 au monde.<sup>1</sup> Nous continuons d'innover dans notre portefeuille de produits en fonction de la demande et des préférences des consommateurs à l'échelle mondiale et locale.

Notre engagement envers les gens est inébranlable. Nous croyons que toutes les communautés ont droit à la sûreté, à la sécurité, à la santé et au bien-être. En partenariat avec des organisations comme le *World Food Program USA* et le *Global FoodBanking Network*, nous nous attaquons à des problèmes de santé et de mieux-être à grande échelle pour les collectivités mal desservies. Et nous sommes fiers de soutenir la Herbalife Nutrition Foundation<sup>2</sup>, qui a accordé 5,12 millions \$ à 178 organisations locales en 2022 et qui a profité à 229 000 enfants.

Nous apprécions les perspectives, les origines et la diversité uniques de nos intervenants partout dans le monde. Notre valeur fondamentale, « toujours faire ce qui est juste », guide nos efforts.

Notre valeur fondamentale, « nous faisons toujours ce qui est juste », guide nos efforts et comprend la protection des droits du travail et de la personne, la protection des données des distributeurs indépendants et des clients, la formation en matière de lutte contre la corruption et le partage de pratiques commerciales éthiques pour nos employés et notre chaîne d'approvisionnement.

Une planète prospère est essentielle pour que notre entreprise puisse s'approvisionner en ingrédients pour nos produits. Nous avons priorisé les domaines où nous pouvons avoir le plus grand impact : la réduction des émissions de carbone, l'emballage circulaire et l'approvisionnement éthique et responsable. En 2021 et 2022, des améliorations à l'efficacité qui aident à réduire l'impact environnemental ont été réalisées à plusieurs de nos installations. Pour lutter contre les déchets de plastique et d'emballage, nos contenants de produits les plus vendus comprennent des matériaux recyclés post consommation dans des marchés clés, dont les États-Unis et le Mexique. Nous intégrons également l'emballage durable à notre processus de développement de produits. Il est prioritaire pour nous de continuer d'éduquer et d'évaluer nos partenaires sur nos pratiques de durabilité alors que nous collaborons pour stimuler la croissance et l'efficacité.

Nous demeurons déterminés à faire preuve de transparence alors que nous partageons nos progrès dans notre cheminement durable. Nos efforts à l'échelle mondiale pour faire progresser la durabilité se poursuivent avec ferveur, notamment en intégrant des cibles parmi les objectifs de développement durable des Nations Unies et en étant membre du Pacte mondial des Nations Unies.

Grâce au leadership de nos distributeurs indépendants, à la fidélité de leurs clients et au travail inlassable de nos employés, nous créons un monde meilleur pour les décennies à venir. Notre travail est loin d'être terminé, mais je suis plus que jamais convaincu que nous serons à la hauteur du défi. Allons-y Herbalife !

**Michael O. Johnson**  
Président-directeur général

<sup>1</sup>Source : *Euromonitor International Limited*, d'après *Consumer Health* édition 2023, Fouetté Santé selon protéines en poudre sport, boissons protéinées prêtes-à-boire sport, substituts de repas, boissons nutritionnelles avec suppléments, et suppléments protéiques, % part des ventes au détail cumulatives du propriétaire de la marque mondiale, données 2022.

<sup>2</sup>La Herbalife Nutrition Foundation (HNF) est un organisme de bienfaisance public et non une filiale ou une société affiliée à Herbalife. La HNF choisit de se joindre à Herbalife dans **Rapport de durabilité mondiale 2021-2022** cadre de certaines initiatives caritatives.

# Faits saillants sur la durabilité mondiale 2021 et 2022

## Assurer l'accès à des produits de qualité



### La qualité des produits

- » Plus de 40 prix et reconnaissances reçus pour la qualité et l'excellence des produits
- » Classée marque n° 1 au monde en matière de fouettés santé<sup>3</sup> en 2022

### Nutrition accessible

- » 79 % des Clubs de nutrition aux États-Unis se trouvaient dans un rayon de 8,04 km d'un désert alimentaire en 2022, offrant ainsi un accès abordable aux produits Herbalife<sup>®</sup>-MD riches en nutriments.

### Innovation de produit

- » Nous avons lancé 700 produits sur 95 marchés, y compris de tout nouveaux produits et des extensions de saveurs, ainsi que des expansions de produits existants sur de nouveaux marchés
- » Ouverture des installations du *Global Business Service Center* en 2021 pour la technologie, l'innovation, la qualité des produits, ainsi que la recherche et développement.



## Favoriser la santé et le bien-être des individus et des communautés, et la bonne santé des employés



- » Classé parmi les 10 meilleurs employeurs et l'un des meilleurs employeurs américains en matière de diversité par Forbes en 2022
- » 79 % des employés interrogés ont cité une perception globalement positive de l'entreprise et de leur satisfaction au travail lors de sondages sur l'engagement des employés.
- » Nous avons lancé un programme de mentorat pour le développement du leadership des employés, comprenant 600 participants dans le monde

### Distributeurs indépendants en santé

- » Plus de 860 formations dispensées par le Bureau de santé et nutrition, atteignant 5 millions de vues auprès de distributeurs indépendants
- » A reçu 10 prix pour les meilleures offres de l'application mobile HN Grow, un canal clé pour dispenser des formations aux distributeurs indépendants

### Communautés en santé

- » Plus de 20 programmes et partenariats avec des organisations à but non lucratif axés sur la santé, le bien-être et la nutrition dans le monde entier, notamment le *World Food Program USA*, le *Global FoodBanking Network* et l'organisation *Feed the Children*, entre autres.
- » Partenariat avec la *Food Safety and Standards Authority* en Inde, touchant plus de 10 millions de personnes et modernisant 40 sites importants pour offrir des repas sains et l'éducation nutritionnelle.
- » 178 organisations à but non lucratif dans 59 pays ont reçu des subventions décernées par la Herbalife Nutrition Foundation<sup>4</sup> en 2022

## Soutenir une planète prospère



### Climat et bilan carbone

- » Amélioration de l'efficacité des installations *Herbalife Innovation and Manufacturing (HIM)* aux États-Unis et en Chine et des bureaux aux États-Unis et au Mexique, et ouverture d'espaces de bureaux alimentés à l'énergie solaire au Costa Rica qui soutiennent la réduction des émissions
- » Obtention de la certification éco-efficace pour certains laboratoires

### Emballage et plastique

- » 322 tonnes de plastique vierge (représentant 2,5 % de l'utilisation totale de plastique) ont été retirées de l'emballage de nos produits en incluant 25 % de matériaux recyclés post-consommation dans nos emballages de Formule 1 sur certains marchés
- » Retrait de 8 millions de cuillères-mesures par an des produits sur les marchés d'Europe et d'Afrique, éliminant ainsi environ 45,6 tonnes de plastique vierge par an en 2023.
- » Nous avons recyclé 5 475 tonnes de plastique et d'autres matériaux provenant de nos centres de vente et de distribution dans plus de 30 marchés à travers le monde.

### Approvisionnement responsable

- » 61 % des fournisseurs d'ingrédients de produits évalués pour leurs pratiques de durabilité
- » Nous avons fixé des objectifs pour évaluer 80 % de nos fournisseurs d'ingrédients de produits pour leurs pratiques durables d'ici 2025 et 100 % de nos fournisseurs de soja et de cacao d'ici 2025.

<sup>3</sup> Source : *Euromonitor International Limited*, d'après *Consumer Health* édition 2023, Fouetté Santé selon protéines en poudre sport, boissons protéinées prêtes-à-boire sport, substituts de repas, boissons nutritionnelles avec suppléments, et suppléments protéiques, % part des ventes au détail cumulatives du propriétaire de la marque mondiale, données 2022.

<sup>4</sup>La Fondation Herbalife Nutrition (HNF) est un organisme de bienfaisance public et non une filiale ou une société affiliée d'Herbalife. La HNF choisit de se joindre à Herbalife dans le cadre de certaines initiatives caritatives.

# Notre parcours vers la durabilité

Alors qu'Herbalife connaît une croissance dans un monde en constante évolution, notre stratégie, nos priorités et nos objectifs en matière de développement durable continuent d'évoluer pour s'aligner sur les besoins de nos parties prenantes et s'intégrer dans notre stratégie de croissance à long terme. Notre approche robuste concernant l'évaluation de matérialité nous aide à identifier quels sujets prioritaires en matière de développement durable sont les plus pertinents pour notre entreprise et nos parties prenantes. Grâce à notre stratégie mondiale de développement durable, axée sur les activités environnementales, sociales et de gouvernance connexe (ESG), nous espérons répondre aux principaux problèmes auxquels la société est confrontée, y compris l'environnement, tout en créant de la valeur pour notre entreprise.

En 2021, nous avons créé notre comité directeur mondial sur le développement durable ainsi que des groupes de travail axés sur un large éventail de sujets ESG dans diverses fonctions et régions du monde afin d'évaluer notre état actuel par rapport aux principaux sujets de développement durable, tout en évaluant également les engagements futurs en matière d'amélioration des performances. En 2022, nous avons affiné notre stratégie en réalisant une évaluation mondiale complète de la matérialité et en lançant une base de données mondiale pour centraliser la collecte de données sur le développement durable avec des processus de contrôle des données standardisés.



**United Nations**  
Global Compact

Fier membre  
depuis 2020

# Notre cadre stratégique en matière de durabilité à l'échelle mondiale

**Objectif : Aider les gens à vivre leur meilleure vie**

**Approche de durabilité globale :** Nous sommes engagés maintenir des pratiques commerciales et des produits durables et intégrés qui améliorent la santé et le bien-être des personnes, des communautés et de la planète.

## Produits

**Assurer l'accès à des produits de qualité**



Nous concevons et fournissons des produits de haute qualité basés sur la science pour aider des millions de personnes dans le monde à atteindre leurs objectifs en matière de nutrition, de santé et de mieux-être, et à l'aide de nos pratiques marketing responsables et à notre transparence, nous aidons les consommateurs à prendre des décisions éclairées.

**Sujets prioritaires :**

- » La qualité et la sécurité des produits
- » Marketing et étiquetage responsables

## Personnes et communautés

**Favoriser la santé et le mieux-être des personnes et des communautés**



Nous créons des opportunités justes et équitables où les individus et les communautés avec lesquelles nous travaillons se sentent habilités à exceller, à réussir et à atteindre leur plein potentiel. Nous nous engageons à protéger les droits des personnes dans notre chaîne de valeur en ligne et hors ligne. Nous ouvrons des voies pour soutenir le mieux-être des communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons afin de pouvoir contribuer à bâtir une société plus saine.

**Sujets prioritaires :**

- » Impact communautaire
- » Santé, sécurité et bien-être des employés
- » Protection des consommateurs
- » Éthique et conformité
- » Cybersécurité, sécurité des données et confidentialité
- » Droits de l'homme et travail
- » Diversité, équité et inclusion
- » Attraction, développement et rétention des talents

## Planète

**Soutenir une planète prospère**



Nous renforçons la gestion de l'environnement tout au long de notre chaîne de valeur afin de protéger et de régénérer les environnements pour nous et nos générations futures en réduisant l'empreinte de carbone, en améliorant les emballages à l'aide de l'économie circulaire et en nous approvisionnant de façon responsable.

**Sujets prioritaires :**

- » Climat et empreinte de carbone
- » Plastiques et emballages
- » Approvisionnement responsable

## Alignement avec les Objectifs de développement durable de l'ONU :





Herbalife<sup>®</sup>