





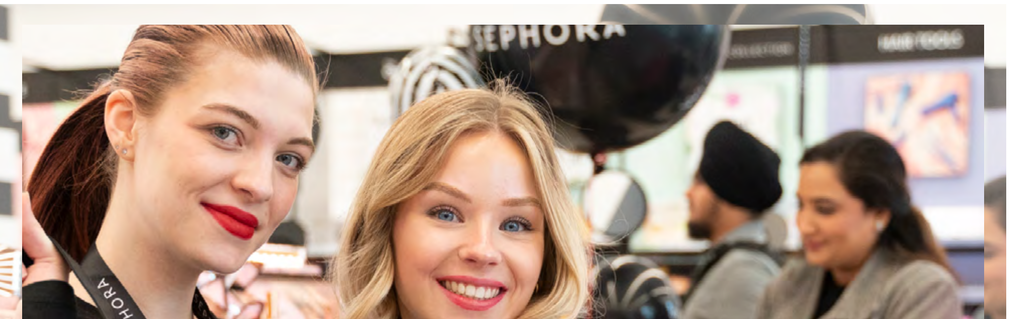
Rapport de progression sur la diversité et l'inclusion

2022

SEPHORA







Chez Sephora, notre mission est simple : promouvoir toute forme de beauté avec audace et créer des environnements inclusifs pour les membres du personnel, la clientèle et les collectivités.

Notre parcours diversité et inclusion est une stratégie interne qui nous permet d'être un employeur, un détaillant et un partenaire de choix.

Employeur de choix

Sephora entend créer et maintenir des milieux de travail justes, équitables et inclusifs en constituant des équipes et une direction diversifiées qui représentent la diversité de notre clientèle et des collectivités à qui nous offrons nos services.

Détaillant de choix

Sephora s'efforce d'offrir une expérience de magasinage impartiale et inclusive à chaque personne et de promouvoir la diversité sur toutes les plateformes médiatiques.

Partenaire de choix

Sephora collabore avec plusieurs organismes de bienfaisance, marques beauté et fournisseurs pour favoriser une représentation inclusive des personnes que nous accompagnons, valorisons et soutenons.

En 2021, nous avons lancé notre rapport de progression inaugural sur la diversité et inclusion servant à mettre en valeur nos réussites et à préciser les occasions d'amélioration. Cette année, nous nous faisons un plaisir de vous dévoiler une nouvelle version qui démontre notre engagement continuel à renforcer nos principes portant sur la diversité, l'équité, l'inclusion et l'appartenance chez Sephora Canada.

RÉSULTATS MESURABLES

Membres de l'équipe

BUT

76 %

Membres du personnel qui croient que Sephora est une entreprise basée sur des valeurs précises (sondage sur l'engagement 2022).





SENTIMENT D'APPARTENANCE

L'appartenance fait référence au sentiment d'appartenance des personnes en tant qu'êtres authentiques dans notre effort de soutien efficace des principes de diversité, d'équité et d'inclusion.

2022

La première année où nous avons effectué un sondage portant sur le sentiment d'appartenance.

79 %

Membres du personnel qui ont exprimé éprouver un sentiment d'appartenance.

REPRÉSENTATION

73 %

Nombre de personnes du personnel qui ont fait part de leur origine (comparativement à 57 % l'année dernière).

Nous offrons maintenant cette possibilité de partage d'informations aux candidats externes et aux nouveaux membres du personnel et nous continuons d'encourager les gens à partager leurs renseignements liés à la diversité (données relatives à la diversité) au moyen de Ma carrière Sephora tout au long de l'année en faisant appel à des moments visant à amplifier le message et stimuler la participation. Ce geste nous aide à identifier les lacunes liées à la représentation ainsi qu'à avoir une meilleure compréhension des besoins de planification visant à soutenir les principes de diversité, d'équité et d'inclusion chez Sephora.

Ces résultats sont représentatifs des personnes qui ont fourni des données liées à la diversité fournies depuis janvier 2023.

2SLGBTQIA+

16 %

Membres du personnel ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifiant comme faisant partie des collectivités bispirituelles, lesbiennes, gaies, bisexuelles, transgenres, queers, intersexes, asexuelles, et plus (2SLGBTQIA+).

8 %

Responsables ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient en tant que membres de la collectivité 2SLGBTQIA+.

AUTOCHTONES

3 %

Membres du personnel ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme étant d'origine autochtone (Premières Nations, Inuit, Métis).

2 %

Responsables ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme étant d'origine autochtone (Premières Nations, Inuit, Métis).

INDIVIDUS RACIALISÉS (PERSONNES DE COULEUR)

35 %

Membres du personnel ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme individu racialisé (ou une personne de couleur).

25 %

Responsables ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme individu racialisé (ou une personne de couleur).

PERSONNES HANDICAPÉES

3 %

Membres du personnel ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme ayant une incapacité (visible ou non).

1 %

Responsables ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme ayant une incapacité (visible ou non).

14 %

Total des personnes travaillant au centre de distribution qui s'identifient comme ayant une incapacité.

GROUPES COLLECTIVITÉ UNIE CHEZ SEPHORA

Lancement de cinq groupes Collectivité UNIE ou groupes de ressources pour le personnel pour les membres et les alliés : Lotus (personnes d'Asie de l'Est), Onyx (collectivité noire), Prisme (2SLGBTQIA+), Envol (collectivité autochtone) et les personnes d'Asie du Sud.

SEPHORA UNI Collectivités — *Exprimez votre voix*

SEPHORA Lotus · SEPHORA Onyx · SEPHORA Prisme · SEPHORA Envol

111 Membres et allié(e)s qui se sont inscrit(e)s comme faisant partie des premiers groupes Collectivité UNIE et ont déjà une incidence positive sur l'entreprise par leur contribution à l'amélioration des processus, des conseils dans le cadre de diverses initiatives et plus.

Moments clés ou événements culturels liés aux principes de diversité, d'équité, d'inclusion et d'appartenance

3 Événements ouverts aux membres du personnel de Sephora Canada.

8 000 $ Représente la partie du budget annuel que les groupes Collectivité UNIE ont choisi d'utiliser pour sélectionner des causes qui leur tiennent à cœur et auxquelles ils peuvent offrir une contribution.

Lancement d'une nouvelle plateforme d'engagement

Mon unicité Sephora est une plateforme interactive tout-en-un qui a été spécialement conçue pour établir des liens entre nos Collectivités UNIES, les appuyer et les encourager. La plateforme retire les barrières habituelles liées à l'engagement, permet aux collègues de communiquer rapidement et d'avoir une visibilité sur tous les événements organisés par les groupes Collectivité UNIE.

IMAGE DE L'EMPLOYEUR

Programme d'ambassadeurs et d'ambassadrices Sephora ÉTINCELLE

Narration, passion, alliance inclusive, respect, connaissance

Le programme d'ambassadeurs et d'ambassadrices Sephora ÉTINCELLE est un programme de développement de talent primé pour le personnel à rendement élevé et les catalyseurs de la culture, dans le cadre duquel un groupe sélectionné de membres du personnel est en mesure de mettre en valeur son expérience afin d'attirer des talents.

13 Ambassadeurs – 46 % S'identifient comme individu racialisé.

38 % Ambassadeurs ÉTINCELLE ayant obtenu une promotion en 2022.

Prix

Prix d'excellence dans le commerce de détail du Conseil canadien du commerce de détail	**Meilleur programme en développement de talent**
Rally Awards	**Meilleure utilisation de contenu généré par les employés**
Prix canadiens des ressources humaines	**Meilleure image de l'employeur**









SENSIBILISATION ET ÉDUCATION

Mettre en valeur les moments de diversité, d'équité et d'inclusion pour soutenir nos compétences culturelles.

54

Moments clés sélectionnés pour mettre en valeur et célébrer les principes de diversité, d'équité, d'inclusion et d'appartenance en 2022.

16

Développement de ressources supplémentaires d'apprentissage et perfectionnement qui comprend des aide-mémoires et guides de formation.

4

Modules de formation fondamentale en ligne offerts à tout le personnel et à nos partenaires de marque :

- Notions de base de la DÉIA
- Lutte contre le racisme
- Biais inconscients
- Désescalade avec la clientèle



Développement d'une liste de contrôle et d'une liste de lecture des modules clés de formation en ligne visant à soutenir l'intégration des personnes qui se joignent à Sephora Canada.

BIEN-ÊTRE

Création du programme Bien-être@Sephora selon quatre piliers : bien-être physique, mental, social et financier.

Bien-être @SEPHORA

En respect à notre valeur de l'équilibre, nous offrons aux membres du personnel de notre siège social de Toronto un espace de travail hybride souple. En 2022, nous avons également investi dans un tout nouveau bureau au centre-ville de Toronto, équipé de chaises ergonomiques et de bureau assis debout. Nous offrons des activités stimulantes et des espaces de travail collaboratifs pour encourager un grand sentiment de collectivité.

4 jours de congé Sephora

Pouvant être utilisés à des moments importants pour eux ainsi que le mois de l'anniversaire.



5

Jours bien-être.

Un mois de travail à l'étranger tout le mois de juillet.

Déroulement de trois ateliers pour les responsables de magasins liés à la préparation en vue des fêtes, le leadership axé sur la compassion et le travail pour atteindre un objectif.

BIEN-ÊTRE

Ateliers du siège social de SEPHORA :

- **Webinaire sur le bien-être :** Retour au bureau
- **Webinaire sur le bien-être :** Diriger avec empathie

Lancement du certificat Être là de Jack.org qui coïncide avec la Journée mondiale de la santé mentale en octobre

jack.org

Cela a été offert à tous les membres du personnel par l'entremise de temps payé, nous assurant ainsi que tous les responsables ont pu terminer cette formation en soutien à la santé mentale.

Revoir nos avantages sociaux avec une perspective de diversité, d'équité et d'inclusion. Afin d'assurer d'être inclusifs et équitables, nous avons organisé des groupes de discussion dans tous les services avec des membres du personnel de différents milieux qui s'identifiaient comme PANDC, 2SLGBTQIA+, personnes avec un handicap, femmes, personnes de plus de 50 ans, personnes de 25 ans et moins, et francophones. Ces commentaires sont maintenant utilisés pour revoir et améliorer les avantages sociaux actuels.



PRIX

Forbes a identifié Sephora Canada comme étant l'un des meilleurs employeurs au pays en 2022. C'est la quatrième fois que nous recevons cet honneur. Forbes a également identifié notre entreprise comme l'un des meilleurs employeurs au pays en matière de diversité.

Forbes 2023 MEILLEURS EMPLOYEURS CANADA POWERED BY STATISTA



2022 CANADIAN HR AWARDS WINNER BEST EMPLOYER BRANDING

Les gestionnaires des Prix canadiens des ressources humaines 2022 ont sélectionné Sephora Canada comme finaliste dans la catégorie de la meilleure image employeur, et comme équipe des ressources humaines canadienne de l'année (vente au détail et hôtellerie), ainsi que pour le prix « The Paywords Award » offert à l'entreprise qui possède la meilleure stratégie en matière de responsabilité sociale. Sephora Canada a remporté le prix de la catégorie de la meilleure image employeur.

Meilleurs lieux de travail dans la vente au détail et hospitalité Great Place To Work. CANADA 2022

Prix du meilleur lieu de travail décerné par **Great Place to Work®** dans la catégorie de la vente au détail et de l'hôtellerie en 2022

2022 INNOVATIVE HR TEAM HRD

Prix de **HRD Canada** pour l'équipe de ressources humaines innovatrice





OCCASIONS DE RECHERCHE

2 Rapports produits cette année, issus de recherches menées en 2021

Pink Attitude

Hyperlien du rapport en Anglais et en Français

La communauté sud-asiatique est le plus important groupe de minorités visibles au Canada, représentant 25 % de la population des minorités visibles. Reconnaissant le besoin critique de données concernant les femmes sud-asiatiques orientées vers la carrière au Canada, Pink Attitude s'est associée à CulturaliQ pour entreprendre une enquête à l'échelle nationale qui fournirait des données empiriques sur lesquelles on pourrait agir.

La réalité est que les femmes sud-asiatiques sont très instruites, très motivées et très compétentes. Elles sont ici et veulent travailler, mais elles sont négligées par les employeurs canadiens à tous les stades de leur emploi, de la recherche et de l'obtention d'un emploi au blocage de leur progression de carrière. C'est vital non seulement pour ces travailleuses hautement qualifiées au Canada, mais aussi pour l'ensemble de la population active.

En tant que partenaire exclusif de cette étude unique en son genre, Sephora Canada est fier d'investir dans la compréhension du potentiel de la main-d'œuvre féminine sud-asiatique en pleine croissance au Canada. En tant que leader de la vente au détail de produits de prestige à l'échelle mondiale, nous avons le sentiment d'avoir une grande responsabilité dans la diffusion des résultats de cette étude et dans la compréhension des barrières qui existent parmi les femmes sud-asiatiques travaillant dans le secteur de la beauté et de la vente au détail.

La valorisation du potentiel d'emploi des femmes sud-asiatiques permettra non seulement à Sephora Canada de prendre une position encore plus forte dans ses efforts d'embauche et d'avancement diversifiés, mais elle contribuera également à revaloriser les femmes sud-asiatiques et à accroître leur représentation sur le marché canadien.

Association des femmes autochtones du Canada (AFAC)

Hyperlien du rapport en anglais et en français (ici)

L'Association des femmes autochtones du Canada, en partenariat avec Sephora Canada, publie un nouveau rapport mettant en lumière les apprentissages de la toute première table ronde en lien avec la beauté autochtone.

Tenue en octobre 2021, cette discussion historique était axée sur la décolonisation des normes de beauté et sur la valorisation de la place des femmes, des filles et des personnes de diverses identités autochtones dans l'industrie de la beauté. Le rapport de 2022 présente les éléments clés qui sont ressortis de cette rencontre, ou plus de 200 aînés, jeunes, Métis, Inuits, personnes des Premières Nations, afroautochtones et membres de la collectivité 2SLGBTQIA+ étaient réunis.

Les constats du rapport sont en lien avec les façons d'être plus inclusifs, équitables, et représentatifs dans l'industrie de la beauté afin que celle-ci reflète la vraie diversité de collectivité autochtone au Canada. Les recommandations sont plus particulièrement importantes pour les femmes, les filles et les personnes 2ELGBTQQIA+ autochtones qui cherchent à guérir des traumas intergénérationnels causés par la colonisation, les pensionnats, et la violence occasionnant un nombre disproportionné de meurtres et de disparitions dans ces collectivités.

La représentation autochtone demeure au cœur des efforts de diversité et d'inclusion de Sephora Canada, en plus de l'engagement de veiller à ce que tous les Canadiens et Canadiennes se voient représentés chez Sephora. Nous travaillerons pour nous assurer que ces recommandations soient au centre de nos efforts pour inspirer et développer une collectivité beauté plus inclusive pour notre clientèle, nos membres du personnel, et pour la collectivité que nous servons.

En soutien à la beauté et à l'identité autochtone, nous avons coordonné la célébration de notre 100e magasin à un don de 100 000 $ à l'AFAC et leur programme « Resiliency Lodge » en soutien à la guérison des femmes, filles et personnes de genre varié autochtones.

RÉSULTATS MESURABLES

Clientèle





LA PROMESSE DE 15 %

En 2021, Sephora Canada a pris l'engagement Fifteen Percent Pledge canadien associé à un objectif quinquennal ambitieux : que **25 %** de notre offre de marques soit consacrée à des entreprises détenues par des PANDC d'ici 2026.

En 2022, nous avons ajouté trois nouvelles marques pour nous aider à nous rapprocher de notre objectif en lien avec les quatre mondes de Sephora.

25 % — 2026 — **OBJECTIF**

2025

2024

2023 — **AUJOURD'HUI**

17 %

2022

14 % — 2021 — **SIGNATURE DE LA PROMESSE**

MARKETING

Nos efforts en matière de marketing sont axés sur l'inclusion tout au long de l'année, dont :

- Représentation parmi les talents et les produits vedettes.
- S'assurer que les talents mis de l'avant et les produits en vedette représentent une grande variété d'identité.
- Mettre en valeur les événements culturels par le biais de campagnes ciblées.

Voici le contenu de campagne qui a généré le plus d'engouement sur Instagram :

- Photo la plus vue : Aïd al-Fitr 2022
- Vidéo la plus regardée : Fête des Mères 2022
- Carrousel le plus visionné : Nouvel An lunaire 2022

Tous ces efforts de marketing ont été reconnus à l'extérieur :

2 Prix remportés lors des prix marketing 2022 :

- Le premier étant l'OR dans la catégorie « META Business Equality » pour notre campagne « We Belong » du Mois de l'histoire nationale autochtone
- Prix de la diversité et de l'inclusion pour la campagne « We Belong »



RÉSULTATS MESURABLES

Collectivités

PROGRAMME DE DONS SOYONS GÉNÉREUX, LA BEAUTÉ DE L'ENTRAIDE

1 420 386 $

Contributions totales pour les dons de charité

Le programme des prix de bienfaisance permet à la clientèle et au personnel d'échanger des points Beauty Insider pour effectuer un don à l'organisme de bienfaisance du mois grâce à la foire aux récompenses Rewards Bazaar®. C'est une merveilleuse occasion de souligner le travail important effectué par les partenaires des collectivités, permettant ainsi à la clientèle et au personnel de s'engager à faire une différence. Sephora égalise les dons reçus dollar pour dollar.

12 partenaires pour les récompenses de bienfaisance

ACCES Employment est un chef de file en matière de liaison entre les employeurs et les travailleurs qualifiés issus de milieux diversifiés. L'organisme de bienfaisance à but non lucratif, ACCES fournit gratuitement des services de recherche d'emploi et met en relation les nouveaux arrivants, les personnes à la recherche d'un emploi, les jeunes, les femmes et les réfugiés avec des employeurs reflétant leurs compétences et leur expérience.

La **Black Business & Professional Association (BBPA)** est un organisme de bienfaisance à but non lucratif qui traite de l'équité et des occasions pour la collectivité noire dans les affaires, l'emploi, l'éducation et le développement économique. Leur mission est d'aider les collectivités noires au Canada en leur offrant des programmes d'aide, que ce soit pour l'excellence professionnelle et entrepreneuriale, pour l'éducation supérieure, ou pour le développement économique.

Girls e-Mentorship (GEM) est un organisme qui estime que chaque fille mérite une chance égale de réussir, en dépit de ses origines ou des obstacles auxquels elle est confrontée. Chaque année, l'organisme met en relation des centaines d'étudiantes du secondaire avec une mentore dans le cadre d'un programme qui s'étale sur neuf mois. Celui-ci vise à renforcer la confiance en soi des jeunes filles, à développer leurs compétences professionnelles et leur permet de créer un réseau de contacts afin de les aider à atteindre leurs objectifs de carrière.

Le Conseil national des Canadiens chinois (CCNC) a été fondé en 1980, après une manifestation nationale réussie contre le reportage infamant Campus Giveaway, diffusé par CTV à l'émission W5, qui dépeignait faussement les étudiants universitaires Sino-Canadiens comme des « étrangers » qui prennent la place des Canadiens. Une organisation réussie au sein de la collectivité sino-canadienne a conduit à des excuses publiques de la part de CTV. Ce fut le début de quarante ans de militantisme communautaire en faveur de l'égalité et des droits de la personne, grâce aux efforts soutenus du CCNC et de sa division de Toronto (CCNCTO).

Le **Centre for Indigenous Environmental Resources (CIER)** est le premier et le seul organisme de bienfaisance à but non lucratif dirigé par des Autochtones au Canada. Depuis plus de 25 ans, le CIER fait appel au meilleur des connaissances occidentales et autochtones pour développer des collectivités autochtones de façon durable tout en protégeant les terres et les eaux et ainsi créer un monde équilibré et accueillant pour tous les êtres vivants.

L'**Association des femmes autochtones du Canada (NWAC)** est un organisme autochtone national qui représente la voix politique des femmes, des filles et des personnes de diverses identités autochtones, y compris les citoyennes des Premières Nations sur et hors réserve, ayant un statut légal et n'en ayant pas, privées de leurs droits, ainsi que les Métisses et les Inuites.

The 519 est le plus grand centre communautaire pour les collectivités LGBTQ2S+ du Canada. Depuis 1975, nous répondons aux besoins les plus urgents des membres de nos collectivités et nous sommes un carrefour essentiel voué à leur santé, leur bonheur et leur pleine participation.

Pink Pearl Canada est un organisme de bienfaisance axé sur la collectivité qui soutient les jeunes s'identifiant comme femmes de partout au Canada et qui surmonte courageusement les difficultés sociales et émotionnelles liées au diagnostic de cancer, quel qu'il soit, tout en favorisant les rencontres et en renforçant leur autonomie.

PROGRAMME DE DONS SOYONS GÉNÉREUX, LA BEAUTÉ DE L'ENTRAIDE

Indspire est un organisme de bienfaisance autochtone national enregistré qui investit dans l'éducation des Premières Nations, des Inuits et des Métis pour leur apporter, ainsi qu'à leur famille, leur collectivité et tout le Canada, des bienfaits à long terme.

Jack.org offre des programmes de formation individuels qui ciblent les problèmes de santé mentale chez les jeunes au Canada. Nous proposons des formations sur la santé mentale, le leadership et la défense des droits ainsi qu'un programme de mentorat continu aux jeunes de tout le Canada. À leur tour, ces derniers s'efforcent d'améliorer les connaissances de centaines de milliers de leurs pairs en matière de santé mentale en dissipant le sentiment de honte et la stigmatisation et en encourageant les comportements sains.

ANNISAA constitue un atout considérable pour la collectivité musulmane en donnant aux femmes et aux filles les moyens de relever efficacement les défis liés à l'intégration et à l'autonomie.

Inclusion Canada joue un rôle de premier plan dans la création d'un Canada inclusif pour les personnes ayant des déficiences intellectuelles et leur famille en renforçant leurs liens, en défendant leurs droits, et en transformant les collectivités en lieux où tout le monde a sa place.

174 394 $

Montant total donné par l'entremise du programme de récompenses de bienfaisance.

87 197 $

Montant amassé en magasin et en ligne pour offrir du soutien à nos 12 partenaires, et pour lequel Sephora a égalisé les dons dollar pour dollar.

DONS DE CHARITÉ ET COMMANDITES

100 000 $

Montant remis à l'Association des femmes autochtones du Canada pour souligner l'ouverture du centième magasin Sephora Canada et pour soutenir le programme Resiliency Lodge de l'Association des femmes autochtones du Canada. Les services des pavillons de résilience sont axés sur la prévention de la violence et l'intervention de guérison habilitante. L'une des réponses de l'ACFA aux appels à la justice de l'Enquête nationale sur les femmes et les filles autochtones disparues et assassinées (FFADA+) consiste à offrir du soutien et de l'autonomisation grâce à des programmes axés sur les aînés et les traumatismes.



316 250 $

Montant remis aux partenaires des collectivités :

- Ability Online
- Access Employment
- Black Business & Professional Association
- Black North Initiative
- Inclusion Canada
- Indspire
- Jack.org
- Look Good Feel Better
- Association des femmes autochtones du Canada
- Pink Attitude
- Pink Pearl

967 488 $

Valeur au détail des dons de tout genre. Les produits sont allés à :

21 Organisations axées sur l'inclusion qui dirigent diverses initiatives.

Remis aux plus de 130 organisations grâce à notre partenaire Kits for a Cause. Les produits en fin de vie sont redirigés de nos centres de distribution vers des trousses pour une cause qui les distribuent à des organismes de bienfaisance et à des partenaires de partout au pays.

DONS DES MEMBRES DU PERSONNEL, PROGRAMME SOYONS GÉNÉREUX, LA BEAUTÉ DE L'ENTRAIDE (BENEVITY)

49 450 $

Montant remis par l'intermédiaire de la plateforme Benevity.

39 960 $

Montant en dons provenant du personnel par l'intermédiaire de Benevity (dons personnels et dons versés dans le compte Benevity).

9 543 $

Dons égalisés par Sephora (Sephora versera une somme équivalente aux dons de son personnel, à raison d'un dollar pour un dollar, jusqu'à concurrence de 5 000 $).

504

Causes ont bénéficié d'un soutien.

120 heures +

D'actions bénévoles recensées en soutien à 12 causes (où 20 $ en récompense à chacune des heures travaillées ont été versés dans le compte Benevity des membres du personnel).

44 880 $

Montant amassé grâce à la campagne Mardi je donne (1 398 personnes ont versé un don en soutien à 488 causes).

24 %

Implication du personnel sur la plateforme de dons Benevity (contre 7,6 % l'année dernière).

FONDS DE SECOURS

Un montant de

25 000 $

a été versé en soutien à la Croix-Rouge canadienne et PANDC et à la collectivité PANDC (Charlottetown).





ATELIERS POUR LA CONFIANCE

Ce programme est conçu pour aider diverses collectivités marginalisées à se sentir belles, informées et bienvenues chez Sephora grâce à des cours de beauté gratuits et adaptés. Sephora se sert de ses forces en matière d'enseignement pour inspirer la confiance et susciter un sentiment d'appartenance pour chaque participant et participante. Le programme incite les membres du personnel à faire une différence dans leurs collectivités.

En 2022, grâce au soutien de cinq partenaires, nous avons été en mesure de présenter cinq séries d'ateliers.

Beauté audacieuse : atelier présenté en partenariat avec le centre communautaire « The 519 » visant à offrir un milieu inclusif permettant d'inspirer la confiance et le courage en soutien aux collectivités bispirituelles, non binaires et transgenres.

Beauté courageuse : atelier présenté en partenariat avec l'organisme « Pink Pearl Canada » pour lutter contre les effets visibles causés par les traitements anticancéreux sur les femmes, qui vise à inspirer la confiance et le courage.

Beauté diversifiée : atelier présenté en partenariat avec l'organisme « Black Business & Professional Association » (BBPA) visant à offrir un milieu sûr permettant aux personnes ayant le teint foncé et les cheveux bouclés d'explorer les produits PANDC proposant des essentiels et des teintes inclusives.

Accueil en beauté : atelier présenté en partenariat avec l'organisme ACCES Employment visant à offrir un milieu inclusif pour les personnes immigrantes qui viennent d'arriver au pays, les personnes réfugiées, ou récemment intégrées à la main-d'œuvre canadienne afin d'accroître leur confiance et de leur permettre de saisir de nouvelles occasions d'emploi.

Habilités diversifiées : atelier présenté en partenariat avec l'organisme « Ability Online » visant à offrir un milieu sûr aux personnes en situation de handicap (visible ou non) pour leur donner l'occasion d'explorer la beauté et de s'investir dans le mieux-être personnel.

Présentation de

15

ateliers comptant 150 participants au pays, en magasin et en ligne.

Contribution de

50

membres du personnel à l'élaboration et à la présentation des ateliers.

96 %*

Personnes qui ont indiqué se sentir en sécurité et épaulés.

89 %*

Personnes qui ont vu leurs besoins satisfaits.

92 %*

Personnes qui se sont senties informées et confiantes.

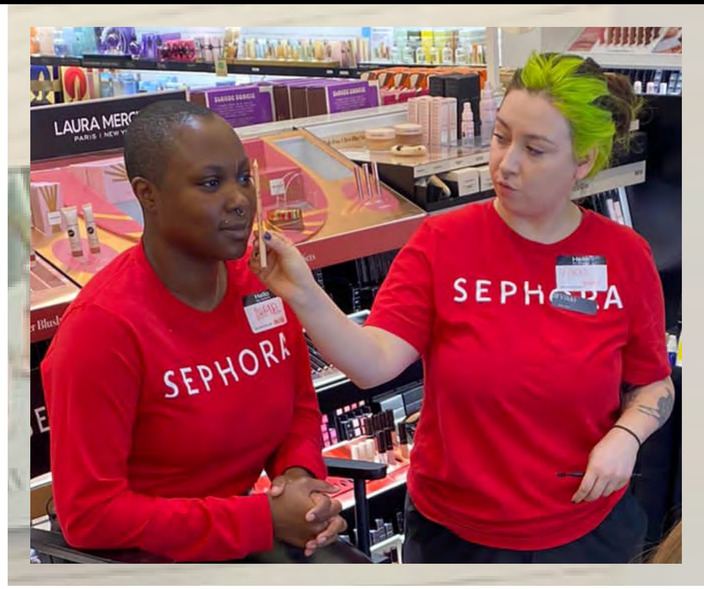
92 %*

Personnes qui sont susceptibles de recommander un ami.

93 %*

Personnes qui ont l'intention de visiter nos magasins et d'effectuer un achat.

**Valeurs moyennes pour toutes les données compilées jusqu'en 2022.*





« J'ai attendu au lundi matin avant de parler à mon fils des ateliers de maquillage – je voulais que ce soit une surprise. J'aurais aimé avoir filmé sa réaction. Il est resté **bouche bée, tressaillant d'émotion** à l'idée de participer à ces ateliers. Toute la journée, il ricanait et souriait en songeant à ce qu'il allait faire de son lundi après-midi. Lorsque je lui ai dit que je l'avais également inscrit à l'atelier portant sur l'apparence féminine et à l'atelier portant sur l'apparence androgyne et non genrée, il s'est mis à pleurer. Une fois l'atelier portant sur l'apparence masculine terminé, i**l a monté les escaliers en courant, maquillé, et affichant une mine superbe.** Je remercie le centre communautaire « The 519 » et Sephora d'avoir organisé les ateliers. **Grâce à vous, je n'ai jamais vu mon fils aussi heureux depuis longtemps.** Je souris à mon tour, car je sais qu'il pourra utiliser cette ressource pour exprimer sa vraie personnalité. J'ai hâte de voir comment il adaptera son maquillage après l'atelier portant sur l'apparence féminine. »

– la mère d'un fils participant à l'atelier Beauté audacieuse

ATELIERS POUR LA CONFIANCE

Ce programme entraîne des retombées significatives. Les personnes issues de groupes marginalisés ont tendance à faire face à des obstacles significatifs liés à l'inclusion qui ébranlent leur confiance. Ces ateliers leur donnent l'occasion aux participants et aux participantes d'explorer la beauté à leur aise et d'accroître leur confiance dans un milieu sûr et propice à la discussion.







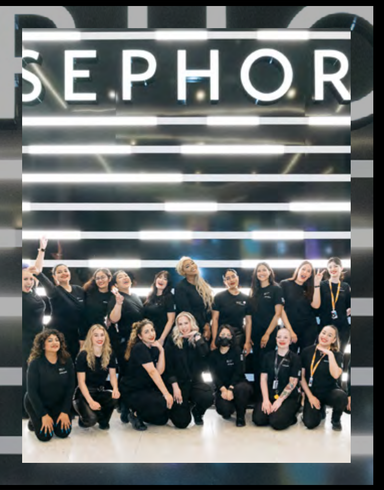




Nous croyons que la beauté prospère dans la diversité et la découverte. Notre but est d'élargir la façon dont le monde voit la beauté en encourageant l'ExtraOrdinaire en chacun de nous.

Pour ce faire, nous nous engageons à favoriser le changement; à diriger et à apprendre ouvertement en cours de route. Nous demeurons engagés à accroître la diversité, l'équité, l'inclusion et l'appartenance dans toutes les sphères de notre entreprise afin de créer un environnement où chaque personne se sent respectée et vue.







SEPHORA