

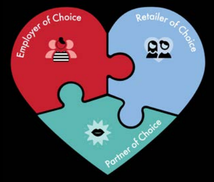
SEPHORA

Rapport de progression
sur la diversité,
l'équité et l'inclusion de

2025



Chez Sephora Canada, notre objectif est de défendre un monde en faveur de l'inspiration et de l'inclusion au sein duquel chaque personne peut célébrer sa beauté. C'est avec fierté que nous publions notre rapport de progression sur la diversité, l'équité et l'inclusion (DÉI) de 2025. Il témoigne de notre engagement permanent dans notre parcours Diversité, équité et inclusion chez Sephora par la promotion d'environnements inclusifs pour le personnel, la clientèle et les collectivités.



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.

EQUITÉ PROFESSIONNELLE DE GENRE + INTERSECTIONNELLE
EDGE
ASSESS
CERTIFIED

Sephora Canada a reçu la prestigieuse certification EDGE Certification®, la plus importante reconnaissance mondiale en matière d'égalité entre les sexes et de diversité en milieu de travail. Cette étape a confirmé notre engagement envers le travail continu et les progrès réalisés au fil des ans, mais ce n'était que le début. Bien qu'elle renforce notre engagement à promouvoir des environnements représentatifs et accueillants pour tout le monde, cet engagement représente un parcours et il reste encore beaucoup à faire. En 2025, nous avons examiné diverses occasions de continuer à combler les lacunes, particulièrement en ce qui concerne les politiques, et nous nous préparons à une évaluation future pour tirer parti de nos progrès et obtenir de nouveau la certification.

MEMBRES DU PERSONNEL

Objectif

80 % Notre sondage 2025 sur l'engagement du personnel a révélé que 80 % de nos employé(e)s considèrent leur travail significatif (augmentation de 1 % par rapport à l'année dernière).

Sentiment d'appartenance

76 % des membres du personnel ont signalé ressentir un sentiment d'appartenance chez Sephora (aucun changement par rapport à l'an dernier).

Représentation

Nous continuons de recueillir des données sur la diversité en encourageant notre personnel à nous faire part de leurs caractéristiques relatives à la diversité de façon volontaire. Nous invitons également tout le personnel, y compris les nouvelles personnes embauchées et les candidat(e)s externes, à nous faire part, en tout temps, de leur appartenance à la diversité par l'entremise de notre système d'information de RH. Cette pratique démontre une confiance que ces données seront utilisées de manière responsable et de façon à permettre à nos équipes de prendre des décisions éclairées en ce qui a trait à notre stratégie de diversité, d'équité et d'inclusion, ainsi qu'à nos programmes liés au personnel.

92 %

des membres du personnel ont choisi de nous faire part de leur appartenance à la diversité (augmentation de 4 % par rapport à l'année dernière).







LES DONNÉES SUIVANTES REFLÈTENT LES DONNÉES SUR L'APPARTENANCE À LA DIVERSITÉ AYANT ÉTÉ FOURNIES EN DATE DE DÉCEMBRE 2025 :

2ELGBTQIA+

16 % des membres de notre personnel ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme faisant partie des collectivités bispirituelles, lesbiennes, gaies, bisexuelles, transgenres, queers, intersexes, asexuelles, et plus (2ELGBTQIA+).

7 % des responsables ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme des membres de la collectivité 2ELGBTQIA+.

PEUPLES AUTOCHTONES

3 % des membres du personnel ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme ayant des origines autochtones (Premières Nations, Inuit, Métis).

0 % des responsables ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme ayant des origines autochtones (Premières Nations, Inuit, Métis).

PERSONNES RACIALISÉES (PERSONNES DE COULEUR)

51 % des membres du personnel ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme une personne racialisée (ou une personne de couleur).

32 % des responsables ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme une personne racialisée (ou une personne de couleur).

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

3 % des membres du personnel ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme ayant un handicap (visible ou non).

4 % des responsables ayant fourni des renseignements relatifs à la diversité s'identifient comme ayant un handicap (visible ou non).

PROGRAMME SEPHORA INCUBATEUR DE TALENT (PSIT)

30 %

des mentor(e)s et des personnes mentorées du programme PSIT s'identifient comme une personne racialisée.

AMBASSADEUR(-DRICE)S ÉTINCELLE

33 %

des ambassadeur(-drice)s ÉTINCELLE (membres du programme de mobilisation du personnel de Sephora) s'identifient comme une personne racialisée (pourcentage basé sur le nombre d'ambassadeur[-drice]s qui ont divulgué leurs données).

ÉTUDIANT(E)S MEMBRES DU PROGRAMME ASPIRATION

92 %

des membres du programme ASPIRATION s'identifient comme une personne racialisée et 100 % des membres s'identifient comme étant une femme.

Programme pour l'embauche de personnes possédant des habilités diversifiées

En 2021, Sephora a établi une collaboration importante avec l'initiative Prêts, disponibles et capables (PDC) d'Inclusion Canada et son équipe de Community living Mississauga (CLM) pour piloter le lancement du programme pour l'embauche de personnes possédant des habilités diversifiées dans nos centres de distribution exploités par DSV.

Durant la mise en œuvre de ce programme, en collaboration avec nos partenaires, nous avons été en mesure de recueillir des données précieuses :

- **Nous avons examiné et amélioré les descriptions de poste,** ce qui nous a permis d'offrir des rôles plus diversifiés et intéressants.
- **Nous avons amélioré le processus d'intégration.** Il comprend dorénavant une visite de l'espace de travail pour que le (la) candidat(e) se familiarise avec son futur environnement de travail avant d'accepter le rôle.
- **L'équipe de PDC a fourni un soutien substantiel** aux nouvelles personnes embauchées afin qu'elles reçoivent ce dont elles ont besoin et pour éliminer tout obstacle qui pourrait conduire à une démission.

PRÊTS
DISPONIBLES
& CAPABLES

RÉALISATIONS CLÉS DU PROGRAMME POUR L'EMBAUCHE DE PERSONNES POSSÉDANT DES HABILITÉS DIVERSIFIÉES :

30 %* **au centre de distribution de Brampton**

5 % **au centre de distribution de l'Alberta**

Personnel actif recruté dans le cadre du programme pour l'embauche de personnes possédant des habilités diversifiées (objectif de 30 % au centre de distribution de Brampton et objectif de 10 % au centre de distribution de l'Alberta).

*L'objectif de la 30 % a étéatteint au centre de distribution de Brampton

125

personnes embauchées dans le cadre du programme entre 2021 et 2025.

28

partenaires communautaires mobilisés au Canada par l'entremise de PDC.



« Le programme pour l'embauche de personnes possédant des habilités diversifiées de Sephora Canada représente un engagement réel et important à créer et à maintenir une main-d'œuvre véritablement diversifiée et inclusive. Le programme Prêts, disponibles et capables (PDC) a eu le privilège de collaborer avec Sephora Canada (et son partenaire du centre de distribution, DSV) depuis 2020. Ce partenariat a facilité l'embauche de plus de 125 personnes atteintes d'une déficience intellectuelle ou d'autisme. Avec son engagement à atteindre un taux d'embauche de 30 %, Sephora Canada s'est imposée comme un chef de file en matière d'embauche inclusive au Canada.

En 2025, le partenariat entre le programme Prêts, disponibles et capables et Sephora Canada a été davantage mis de l'avant grâce à une expansion pour inclure le centre de distribution de Calgary (en plus de celui de Brampton) avec un engagement égal envers une embauche inclusive.

Sephora Canada est un véritable défenseur de la diversité et de l'inclusion, et un exemple pour toutes les entreprises canadiennes. »

— Don Gallant
directeur national, Programme Prêts, disponibles et capablesr

Groupes Collectivité UNIE

Les groupes Collectivité UNIE chez Sephora (groupes de ressources pour le personnel) qui réunissent **525** membres et leurs allié(e)s ont contribué activement à la réussite de l'entreprise par la sensibilisation, l'engagement, la portée sociale, les consultations et les examens de l'entreprise, les améliorations des processus, et plus.

Nous avons continué à soutenir nos **cinq** groupes Collectivité UNIE qui représentent différentes communautés : Trésor (personnes d'Asie du Sud), Lotus (personnes d'Asie de l'Est), Onyx (collectivité noire), Prisme (2ELGBTQIA+), Envol (collectivité autochtone).

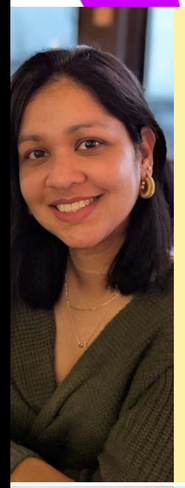
En 2025, nous avons organisé **15** événements pour les membres du personnel de Sephora Canada pour célébrer les moments clés de diversité, équité et l'inclusion, notamment le Nouvel An lunaire, le Mois de l'histoire des Noirs, la Journée internationale des droits des femmes, l'Aïd, le Jour de la Terre et le Mois national de l'action bénévole, le Mois du patrimoine asiatique, le Défilé de la Fierté, le Mois du soutien des collectivités, le Carnaval caraïbéen, le Mois mondial de la santé mentale, la Journée du chandail orange, la Diwali, le Mardi je donne, ainsi que la Journée internationale des personnes handicapées.

Nos groupes Collectivité UNIE tirent parti de la plateforme d'engagement **Mon unicité Sephora**, soit une plateforme interactive complète conçue par Teleskope qui favorise la croissance, la création de liens et le succès au sein des groupes. Comme elle vise à éliminer les obstacles courants liés à l'engagement, la plateforme permet une communication fluide et donne une visibilité aux activités des groupes Collectivité UNIE. Elle comprend des outils de messagerie, de collaboration et de cocréation, ainsi que des sondages, des ressources pour la planification d'événements, des moyens de faire une demande de budget et d'autres ressources.



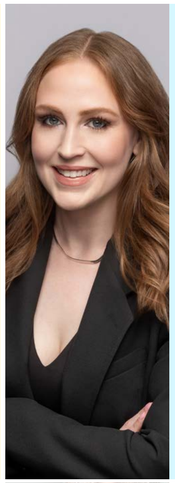
SEPHORA UNI Collectivités
Exprimez votre voix

SEPHORA Trésor · SEPHORA Lotus · SEPHORA Onyx · SEPHORA Prisme · SEPHORA Envol



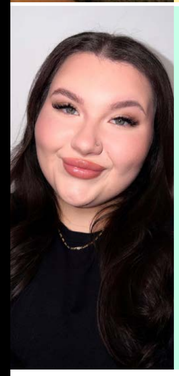
« Créer des programmes significatifs et célébrer les moments qui comptent pour mes collègues nourrit ma raison d'être et favorise mon épanouissement professionnel. L'engagement de Sephora envers l'inclusion, l'appartenance et l'expression de soi offre une plateforme puissante pour favoriser la création de liens sincères. Je suis reconnaissante de contribuer à une culture qui accorde la priorité aux personnes, à la portée et à l'authenticité. Chez Sephora, la collectivité représente la création d'espaces où les personnes se sentent vues, valorisées et habilitées à faire preuve d'authenticité au travail chaque jour. »

Nishita Savalkar
coresponsable du groupe Collectivité UNIE Sephora Trésor



« Être membre du groupe Collectivité UNIE PRISME en tant qu'alliée m'a donné l'occasion de mieux comprendre la collectivité 2ELGBTQIA+ et d'établir des liens avec elle. En participant au défilé de la fierté de Toronto avec Sephora, je me suis sentie incroyablement fière de travailler au sein de l'entreprise. C'était une expérience unifiante et significative qui a donné lieu à un véritable sentiment d'appartenance. »

Jillian Robinson
membre du groupe Collectivité UNIE Sephora PRISME



« Être un chef d'équipe d'un groupe Collectivité UNIE a créé en moi un sentiment plus fort de raison d'être, puisque cela m'a permis d'établir un espace propice au sentiment d'appartenance. Cette expérience a renforcé ma fierté de travailler au sein d'une entreprise qui célèbre vraiment les gens et la culture. »

Victoria Bennett
coresponsable du groupe Collectivité UNIE Sephora ENVOL



« Être une alliée de cette collectivité est un véritable cadeau! J'ai pu rencontrer des gens extraordinaires avec qui j'ai vécu des moments précieux, comme les défilés de la Fierté. C'est agréable de travailler pour une entreprise reconnue pour son sens de l'inclusion. »

Laurence Bergeron
membre du groupe Collectivité UNIE Sephora PRISME

Éducation et développment

Dans le cadre de notre engagement envers la diversité, l'équité et l'inclusion, nous soulignons, célébrons et reconnaissons divers moments tout au long de l'année. Nous avons organisé un bon nombre d'activités, de discussions et d'ateliers pour mieux faire connaître des moments importants, comme les fêtes culturelles et les journées de reconnaissance internationales, ainsi que le contenu éducatif qui met en valeur des voix et des expériences différentes, et avons fourni diverses ressources en parallèle pour favoriser un apprentissage et un perfectionnement continus.

Des efforts comme ceux mentionnés renforcent le sentiment d'appartenance des membres de nos équipes et apprennent à notre personnel à valoriser la diversité que tout le monde apporte à l'entreprise. Ces initiatives aident à améliorer nos compétences culturelles et à renforcer notre culture d'inclusion commune.



Éducation inclusive

Chez Sephora Canada, les membres du personnel suivent nos modules de formation d'Apprentissage fondamental, lesquels sont axés sur la création d'une culture inclusive. Ils comprennent :

Principes fondamentaux de la DÉIA

Vaincre les biais inconscients

Comprendre l'antiracisme

Désescalade

Les membres du personnel des magasins suivent également une série de courtes formations axées sur le service à la clientèle inclusif. Ces formations visent à outiller l'ensemble des membres de notre personnel en leur donnant les outils et les connaissances pour identifier et remettre en question leurs biais inconscients, lutter contre le racisme, gérer efficacement les conflits et offrir un service à la clientèle optimal.



Nous savons que les responsables jouent un rôle essentiel dans la promotion de l'inclusion; c'est pourquoi en 2025, nous avons lancé une série éducative supplémentaire axée sur le leadership inclusif, laquelle tire parti des compétences des responsables pour maximiser leur potentiel en tant que leaders efficaces. Ces modules comprennent :

Cultiver le Leadership inclusif

Leadership inclusif chez Sephora

Mesures d'accommodement

Grâce aux investissements dans ces initiatives éducatives, nous renforçons notre engagement à créer un milieu de travail qui accorde de l'importance à la diversité, promeut l'équité et favorise l'inclusion et un sentiment d'appartenance.

SEPHORA
ÉTINCELLE

Programme d'ambassadeur(-drice)s ÉTINCELLE

Narration, passion, alliance inclusive, respect, connaissance

Le programme d'ambassadeur(-drice)s Sephora ÉTINCELLE est un programme primé de mobilisation du personnel. Les personnes qui en font partie sont des catalyseurs de la culture et sont choisies afin de mettre de l'avant leur expérience comme membre du personnel et leurs témoignages, à l'interne et à l'externe, et d'aider à attirer les personnes de talent.





Nombre d'ambassadeur(-drice)s qui faisaient partie de la cohorte de 2025

16 **(ambassadeur[-drice]s individuel(le)s et chefs d'équipe ÉTINCELLE)**

Pourcentage des ambassadeur(-drice)s ÉTINCELLE ayant obtenu une promotion en 2025

20 %



SEPHORA
ASPIRATION
PROGRAMME DE RECRUTEMENT DE TALENTS

Programme de recrutement de talents ASPIRATION

Le programme Sephora ASPIRATION est une initiative de stages coopératifs de 8 mois conçue pour offrir aux étudiant(e)s une formation enrichissante au sein des services clés de l'entreprise, notamment les services financiers et stratégiques, le marketing, le marchandisage, les ressources humaines, l'exploitation des magasins, et la chaîne logistique. Puisqu'il favorisant le perfectionnement continu des futur(e)s responsables de Sephora et en priorise les occasions d'exploration du leadership du personnel, le programme met de l'avant un bassin diversifié de gens de talents pour soutenir les besoins immédiats de l'entreprise et les futurs rôles à temps plein à pourvoir. Les responsables qui prennent part au programme profitent également de celui-ci puisqu'il permet l'amélioration de leurs compétences en leadership et en mentorat, tout en favorisant le renforcement de la marque Sephora en tant qu'employeur de choix pour la future génération de gens de talents.

Nombre d'étudiant(e)s de la cohorte 2025 du programme ASPIRATION.

13

Pourcentage des étudiant(e)s du programme ASPIRATION ayant fait la transition vers un poste permanent ou contractuel.

25 %



Programme Sephora incubateur de talent (PSIT)

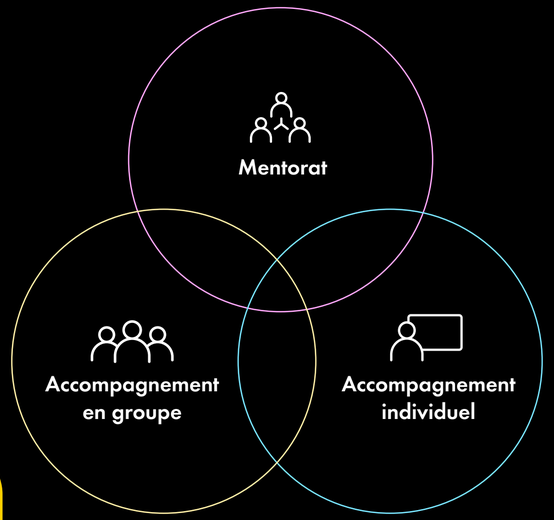
L'année 2025 marquait la troisième année du programme Sephora incubateur de talent (PSIT) chez Sephora Canada. Il s'agit d'une initiative novatrice d'une durée de six mois visant l'accompagnement et le perfectionnement des responsables issu(e)s de la diversité au sein de notre entreprise. Ce programme qui mettait tout particulièrement l'accent sur les gens de talents issus de la diversité offre un cadre de mentorat et d'accompagnement structuré pour favoriser les compétences culturelles et les aptitudes en leadership.

Le PSIT a été créé avec un objectif clair : améliorer la préparation des participant(e)s pour des rôles de responsables d'échelon supérieur et leur offrir des possibilités qui s'harmonisent à leurs aspirations de développement professionnel. En 2025, nous avons jumelé 25 personnes mentorées à des mentor(e)s, nous avons osé le mentorat transfrontalier avec nos collègues aux États-Unis et nous avons veillé à ce que tout le monde termine le programme avec succès.

SEPHORA
PROGRAMME INCUBATEUR DE TALENT

Le PSIT comporte trois grands volets :

1. Le mentorat axé sur le développement des compétences;
2. L'accompagnement en groupe axé sur un thème;
3. L'accompagnement individuel.





Pour les personnes mentorées

Le PSIT représente une occasion précieuse de se préparer à occuper des rôles d'échelon supérieur, de préciser ses objectifs professionnels, de découvrir la façon de surmonter les difficultés, de renforcer sa capacité de résilience et de perfectionner ses compétences en matière de leadership inclusif. Les leçons et les expériences tirées du PSIT visent à habiliter et à inspirer la prochaine génération de responsables afin qu'ils (elles) façonnent activement leur carrière et que leur travail ait une grande portée chez Sephora.

Pour les mentor(e)s

Le programme PSIT est une occasion enrichissante de partager leur propre expérience professionnelle et de fournir des connaissances et idées spécifiques à Sephora, tout en développant leurs compétences en mentorat et en tissant des liens significatifs avec les personnes mentorées provenant d'équipes diversifiées. Cet environnement collaboratif promeut les pratiques d'excellence en mentorat, que ce soit par l'orientation des personnes mentorées vers les occasions qui s'offrent à elles ou l'apprentissage grâce aux expériences, ce qui contribue au succès du programme.



« J'ai vraiment apprécié avoir l'occasion d'échanger avec un(e) responsable principal(e) de Sephora, puisque je n'aurais pas la chance de rencontrer cette personne dans le cadre de mes fonctions quotidiennes. J'ai également trouvé l'évaluation à 360 degrés incroyablement efficace, car elle m'a permis de recevoir de la rétroaction pertinente de la part de collègues et de partenaires auprès de qui je n'aurais probablement pas recueilli de commentaires si ce n'était pas de cette évaluation. L'un des points importants était d'identifier les thèmes qui revenaient de façon constante dans mes forces et mes occasions d'amélioration grâce à la rétroaction à 360 degrés. Travailler avec ma personne accompagnatrice à l'externe m'a aidée à réfléchir intentionnellement à mes forces tout en élaborant des plans d'action clairs pour m'améliorer lorsque je reçois de la rétroaction constructive. Grâce aux conversations avec ma personne mentore chez Sephora, j'ai pu mieux comprendre comment utiliser les ressources internes en place et tirer parti de celles-ci. Ce fut particulièrement le cas en ce qui aux ressources relatives à l'excellence opérationnelle et à la direction du personnel, qui n'ont pas été entièrement présentées lors de mon intégration. Accéder à ces ressources m'a aidée à diriger mon équipe plus efficacement et à travailler au sein de l'entreprise en ayant une meilleure confiance en moi. »

Lucy Brown
responsable, recrutement de gens de talent (magasins), mentorée



« Être mentore au sein du programme PSIT pendant trois années consécutives a été une expérience profondément enrichissante. À l'échelle nationale, j'ai pu partager mon expertise tout en soutenant le développement de gens de talent provenant de divers milieux. Le PSIT est un moteur tangible de leadership inclusif et de croissance durable. »

Klarissa Pino
directrice de magasin (DIX30), mentore du PSIT



« Être mentor dans le cadre du programme PSIT de Sephora a été l'une des expériences de leadership les plus enrichissantes de ma carrière. Le partenariat a créé un espace propice à la communication ouverte et à la confiance, où j'ai rapidement réalisé que j'apprenais autant de la personne que je mentorais, qu'elle-même apprenait de moi. Son point de vue a fait en sorte que j'ai remis en question ma façon de penser, en plus de m'aidé à évoluer en tant que responsable, pour devenir plus intentionnel et plus inclusif. Voir sa confiance et sa lucidité se développer a réaffirmé le véritable pouvoir du mentorat réciproque du programme STIP. »

Dave Ashwoods
directeur, transport et distribution, mentor du PSIT

Programme Évoluer ensemble de Sephora *et* boussole professionnelle LVMH

Le programme Évoluer ensemble intègre la transparence et l'accessibilité en plus de placer la philosophie axée sur les gens de talent au cœur du développement professionnel chez Sephora. Le programme permet de veiller à ce que chaque employé(e), qu'il (elle) provienne de nos équipes dynamiques des magasins ou de notre siège social, puisse imaginer et favoriser activement son développement professionnel au sein de Sephora et de l'ensemble du groupe LVMH. En rendant toutes les possibilités d'emploi visibles, en soutenant une approche de recrutement accordant la priorité aux employé(e)s à l'interne et en fournissant une plateforme unifiée pour la mobilité professionnelle, le programme Évoluer ensemble élimine les obstacles à l'avancement professionnel et ouvre des voies équitables pour que chaque personne s'épanouisse.









Initiatives en lien avec la culture

Notre comité de la culture est constitué d'un groupe d'employé(e)s passionné(e)s et motivé(e)s. Celui-ci soutient le mieux-être du personnel en organisant divers événements tout au long de l'année, notamment :

SEMAINE D'APPRÉCIATION DES EMPLOYÉ(E)S

Une semaine pour célébrer et reconnaître nos équipes exceptionnelles, au cours de laquelle est prévu un dîner préparé par un traiteur ainsi que des gâteries sucrées pour les employé(e)s. Des cartes-cadeaux Uber Eats sont envoyées à pour nos employé(e)s qui travaillent à distance.

LE GRAND GALA D'HALLOWEEN

Un événement d'Halloween organisé avec le comité de la culture pour favoriser les relations sociales.

JOURNÉE EMMENONS NOS ENFANTS AU TRAVAIL

Nous avons organisé des activités amusantes, notamment la décoration de sacs fourre-tout, un bingo Sephora, un événement de marque Sephora Collection et une séance sur le développement professionnel afin d'inspirer les étudiant(e)s et favoriser leur engagement.

CAMPAGNE JOIE ET GRATITUDE

Durant le temps des fêtes, les employé(e)s sont encouragé(e)s à exprimer leur gratitude en envoyant des cartes virtuelles ou des cartes physiques à leurs collègues pour exprimer leur reconnaissance.

*Remarque : certaines initiatives étaient exclusivement offertes au personnel en présentiel.

Bien-être
@ SEPHORA

Bien-être

Chez Sephora, la stratégie en matière de mieux-être vise à entraîner un effet global sur le bien-être physique, mental, financier et social du personnel. Nous nous assurons de toujours accueillir chaleureusement les nouvelles personnes embauchées et leur faire vivre pleinement la culture unique de Sephora tout en leur présentant les nombreux programmes et ressources à leur disposition de même que les nombreux avantages qui leur sont offerts.



Le soutien complet offert au personnel comprend ce qui suit :

Politique de porte ouverte

Notre personnel est notre priorité. Nous favorisons une culture d'ouverture et de collaboration. En invitant tous les membres du personnel à nous faire part de leurs préoccupations ou à poser des questions à leurs responsables et à leur équipe des ressources humaines, nous renforçons notre engagement à faire preuve de transparence et à fournir du soutien.

Dialogue

L'ensemble du personnel dispose d'un accès illimité à Dialogue, qui représente notre plateforme d'aide pour les employé(e)s et leur famille (PAE). Cette plateforme de soins de santé virtuels est conçue pour favoriser le bien-être global des membres du personnel et de leur famille.

Fonds LVMH Heart Fund

Ce programme offre des services gratuits, anonymes et confidentiels à l'ensemble du personnel qui a besoin d'aide sur les plans social, psychologique et financier.

Assurances pour les soins de santé et les soins dentaires

Les employé(e)s à temps plein et à temps partiel profitent d'avantages sociaux complémentaires pour les soins médicaux et dentaires avec Canada Vie, notamment une assurance-vie. Les employé(e)s à temps plein bénéficient également d'une assurance invalidité de courte ou de longue durée.

Autres avantages pour *le personnel de l'entreprise*

Nous offrons différents avantages, comme les « congés Sephora » souples, les journées de bien-être pour prendre soin de soi, l'horaire d'été et plus encore.

En 2025, nous avons grandement fait évoluer notre approche en matière de bien-être en permettant à notre personnel à temps partiel de profiter d'assurances pour les soins de santé et les soins dentaires de même que d'une assurance vie et de congés de bien-être payés. Grâce à cette évolution, plus de 80 % de notre personnel est admissible aux assurances pour les soins de santé et les soins dentaires.

Nos initiatives en matière de bien-être visent à soutenir la santé et le développement de notre personnel grâce à des ressources pratiques et accessibles.

Afin de soutenir le bien-être mental et financier, nous avons conclu un partenariat avec Canada Vie pour offrir des webinaires portant sur des sujets comme le mieux-être en période de stress, en situation de maladie mentale, dans le cadre de la retraite, ainsi que les investissements et la gestion du stress financier.

Nous avons également organisé un dîner-causerie sur la nutrition avec la Dre Stephanie Peltz, qui nous a fait part de ses réflexions sur l'adoption de saines habitudes pour favoriser l'énergie, la concentration et le bien-être à long terme.

Mois mondial de la santé mentale

Pour souligner le Mois mondial de la santé mentale, nous avons proposé plusieurs ressources et activités pour aider le personnel à se détendre, à se reposer et à faire le plein d'énergie, notamment :

PANEL SUR LA SANTÉ MENTALE
une discussion entre la conférencière invitée, la Dre Katy Kamkar (CAMH), la Dre Sandra Primiano (Dialogue) et Sarah Griffiths (Rémunération globale Sephora) sur l'importance de la sensibilisation à la santé mentale, les signes critiques des situations de difficultés, les ressources accessibles et les avantages offerts.

GUIDE D'APPRENTISSAGE DE LA JOURNÉE MONDIALE DE LA SANTÉ MENTALE
Comprend des ressources sur le bien-être du personnel, les façons de reconnaître les signes qu'une personne est en état de crise, les lignes directrices concernant le choix du vocabulaire, etc.

PUBLICATIONS DU LUNDI SUR LA SANTÉ MENTALE
met l'accent sur les ressources, les activités et les occasions d'engagement pour le personnel.

Ces efforts visent à mieux faire connaître la santé mentale et à favoriser un environnement de travail solidaire.







Prix de reconnaissance de l'employeur

Bien que nos équipes s'efforcent toujours de faire en sorte que le milieu de travail soit le plus accueillant et le plus inclusif possible, les éloges d'organisations reconnues et de confiance qui reconnaissent les programmes, les initiatives et les pratiques qui favorisent la satisfaction du personnel continuent de valider nos efforts continus. Cette année, Sephora Canada a reçu les mentions de reconnaissance suivantes.

Forbes

Meilleurs employeurs au Canada en 2025

c'est la septième fois que nous recevons cette distinction.

Meilleurs employeurs au Canada pour la diversité

c'est la troisième année consécutive que nous recevons cette distinction.

Meilleurs employeurs au Canada pour la culture d'entreprise en 2025

c'est la première fois que Sephora reçoit cette distinction.

Forbes
CANADA'S
BEST EMPLOYERS
POWERED BY statista
2025

HRD *(Prix canadiens des ressources humaines)*

Université de Waterloo, Prochaine génération en matière d'innovation dans le mon de l'emploi

Engagement Fifteen Percent *Pledge*

En 2021, Sephora Canada a pris l'engagement Fifteen Percent Pledge canadien, en se fixant comme objectif de consacrer 25 % de son offre de marques à des entreprises de propriété PANDC d'ici 2026.

Nous avons franchi des étapes importantes en vue d'atteindre cet objectif :

2022

18 % Nous avons élargi notre éventail par l'ajout de trois nouvelles marques pour ainsi atteindre 18 % par rapport à notre objectif, ce qui représente 50 marques réparties dans quatre mondes.

2023

21 % Nous avons continué notre lancée en intégrant sept autres marques de propriété PANDC. Par conséquent, 21 % de nos marques étaient de propriété PANDC, c'est-à-dire 51 marques réparties dans quatre mondes.

2024

22 % Nous avons ajouté six nouvelles marques de propriété PANDC, ce qui nous pousse à 22 % de notre objectif et représente 52 marques réparties dans quatre mondes.

2025

24 % Nous avons ajouté cinq nouvelles marques de propriété PANDC, ce qui représente 24 % de notre assortiment, soit 55 marques réparties dans quatre mondes.
Ces nouvelles marques comprennent : Hung Vanngo Beauty, Aestura, Biodance, CosRX, et Hanyul.

2026

25 % L'atteinte de notre objectif de marques de propriété PANDC.



Escouade Sephora Canada

En 2025, nous avons étendu notre engagement envers la célébration et la promotion de la beauté unique des Canadien(ne)s par la présentation de la toute première escouade canadienne. Le programme de créateur(-trice)s locaux(-ales) est conçu pour accélérer la croissance des gens de talent canadiens émergents, faire la promotion de la collectivité et représenter l'extraordinaire diversité qui définit le Canada. Nous avons accueilli 10 membres au total, dont 8 étaient de la collectivité PANDC.



Marketing

Dans le cadre de notre engagement envers la diversité, l'équité et l'inclusion, nous avons stratégiquement intégré du contenu pertinent dans nos campagnes de marketing et nos plateformes de médias sociaux afin d'assurer la représentation, la valorisation, la célébration et la reconnaissance de la riche diversité des personnes, des cultures et des pratiques au Canada.

13 **CAMPAGNES DE MARKETING AXÉES SUR LA DÉI ONT ÉTÉ LANCÉES EN 2025.**

CELLES-CI COMPRENNENT :

10 campagnes faisant la promotion de six moments liés aux PANDC, le Nouvel An lunaire, le Mois de l'histoire des Noirs, le ramadan et l'Aïd el-Fitr, le Mois du patrimoine asiatique, le Mois national de l'histoire autochtone et la journée nationale des peuples autochtones, Diwali, Noël, Kwanza et Channukah;

3 campagnes mondiales soulignant la Journée internationale des droits des femmes, la Fierté (Sephora x Haus Labs) et la Journée mondiale de la santé mentale (Sephora x Rare Beauty).

38 publications axées sur la DÉI préparées pour les médias sociaux de notre marque et de notre entreprise, qui se sont traduites par un total de 85 publications sur Instagram and LinkedIn.

LE CONTENU LIÉ À LA DÉI LE PLUS PERFORMANT SUR @SEPHORACANADA, NOTRE COMPTE INSTAGRAM D'ENTREPRISE :

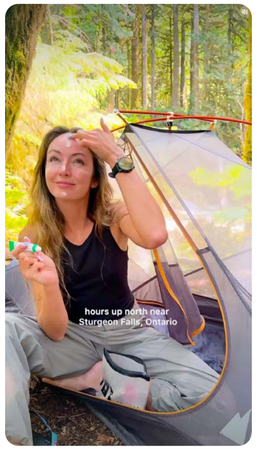


Microvidéo créée par Sephora la plus populaire de 2025 : ramadan avec Mona Kattan

+275 %

Augmentation de 275 % de la portée par rapport à la portée moyenne de Sephora Canada

Hyperlien



Publication la plus influente d'un(e) influenceur(-euse) : mois national de l'histoire autochtone avec @wandering_claud

+50 %

Augmentation de +50 % de la portée par rapport à la portée moyenne de Sephora Canada

Hyperlien

@SEPHORACANADALIFE ET @SEPHORA SUR LINKEDIN

Nos comptes Instagram et LinkedIn pour la culture et le personnel ont également fait la promotion de la diversité, de l'équité et de l'inclusion. Représentant plus de 40 % des impressions organiques par des publications sur @sephoracanadalife et sur @sephora sur LinkedIn en 2025, les publications liées à la DÉI démontrent que ce genre de contenu interpelle les personnes abonnées.

35

publications liées à la DÉI sur le fil d'actualité Instagram de notre personnel, ce qui représente 28 % de nos publications totales.

EN ANGLAIS **23** **ET** **EN FRANÇAIS** **21**

publications liées à la DÉI sur le fil d'actualité LinkedIn de Sephora, ce qui représente 40 % de nos publications totales.

Prix de marketing

Conseil canadien du commerce de détail, prix d'excellence dans le commerce de détail pour 2025

Gagnant – Pop-up Experience and Design (Expérience éphémère et conception [Beauty at the Bentway])

L'initiative Beauty at the Bentway de Sephora, visait à transformer la bordure est sous-développée de Bentway en quelque chose de magnifique. La zone éphémère expérientielle comportait des œuvres d'art époustouflantes de l'artiste local Avril Wu ainsi que de la verdure provenant du marché Toronto Plant Market. Cette initiative est inspirée du programme Pur et sain et écoresponsable de Sephora et a pour mission d'offrir un espace de rassemblement à la collectivité et d'inciter à la prise de décisions consciencieuses; des déplacements aux essentiels beauté.





Engagement envers la réconcili-ACTION

Chez Sephora, nous restons déterminés à veiller à ce que notre distribution de personnes de talent reflète la grande diversité du Canada dans toutes nos occasions de marketing et de promotion.

En mai 2023, nous nous sommes joints à des membres et à des invité(e)s de l'Association des femmes autochtones du Canada (AFAC), à leur Resiliency Lodge, dans le cadre de discussions approfondies sur la beauté, la représentation et les normes de beauté coloniales. Ces conversations ont par ailleurs été filmées (vidéo).

Tout au long de 2024, en collaboration avec des personnes aux voix puissantes et inspirantes, nous avons gardé le cap de notre engagement à rendre hommage à la beauté autochtone (rapport) et à approfondir la façon dont les Canadien(ne)s ainsi que l'industrie perçoivent la beauté autochtone.

En 2025, nous avons continué à promouvoir les apprentissages et les idées en lien avec la façon dont la beauté autochtone est représentée dans les médias, tout en soutenant d'autres initiatives axées sur la nécessité d'agir, notamment par la fabrication de bracelets, de poupées sans visage ainsi que la tenue de veillées des sœurs en esprit.



Fabrication de bracelets

En 2025, en l'honneur du Mois national de l'histoire autochtone, le groupe Collectivités UNIE ENVOL a organisé un atelier exclusif de perlage animé par Naomi Smith, une artiste et éducatrice autochtone locale primée. L'objectif de cette activité était d'éduquer les personnes participantes en ce qui a trait à l'histoire des traités entre les collectivités autochtones et les premiers colons, par l'intermédiaire des ceintures wampum. Les bracelets créés pendant l'atelier symbolisaient ces ceintures pour les traités et rappelaient l'importance de l'établissement de relations de même que la responsabilité que nous avons les un(e)s envers les autres.



Poupées sans visage

Pour la Journée nationale de la vérité et de la réconciliation, Sephora Canada a demandé à son personnel d'offrir son soutien au projet de poupées sans visage lancé par l'Association des femmes autochtones du Canada (NWAC), lancé en 2012 et inspiré par le projet de poupées anges de Gloria Larocque.

Dans nos magasins et au siège social, les équipes ont créé des poupées sans visage. Chaque poupée représentait une vie perdue. L'absence d'un visage symbolisait le fait que les femmes et les filles autochtones sont victimes de crimes graves, mais sont trop souvent ignorées et oubliées. Cette activité a été à la fois un hommage et une petite étape significative dans la réconciliation.

Média Seeing Red
événement Runway of Rezilience

En 2025, nous avons collaboré avec l'entreprise Seeing Red pour commanditer l'événement Runway of Rezilience, lequel était un moment d'amour célébrant la créativité, le talent et la résilience autochtones par l'entremise de la mode, de l'art et de la culture. En tant que partenaire, Sephora Canada a collaboré avec Shayla Stonechild, influenceuse et porte-parole autochtone, pour assister à l'événement à guichet fermé au Casa Loma et agir en tant que ressource officielle en coulisses. Par sa vision, Shayla a mis en valeur la beauté, la mode et le maquillage autochtones tout au long de l'événement, aidant à amplifier les voix et la visibilité autochtones sur une scène nationale tout en établissant un lien authentique entre notre marque et la collectivité.



Veillées des sœurs en esprit

Les veillées des sœurs en esprit sont des rassemblements publics annuels qui soulignent la Journée des Sœurs en esprit, célébrée chaque année le 4 octobre. Celles-ci représentent des espaces sacrés organisés par la collectivité où les familles, les survivant(e)s et les membres de la collectivité se réunissent pour honorer la vie des femmes, des filles et des personnes bispirituelles (FFADA2E) disparues et assassinées, par un moment dédié au souvenir, à la cérémonie et à la guérison. Ces activités sont dirigées par la communauté et sont façonnées par des langages, des cérémonies et des enseignements locaux ainsi que par la voix des personnes directement touchées.

Qu'elle se déroule dans un parc, un centre d'amitié, une promenade ou sur la Colline du Parlement, chaque veillée devient un site de souvenir, de responsabilisation et de résistance. En se réunissant publiquement chaque année, les collectivités veillent à ce que ces histoires demeurent observables et que l'urgence de cette crise ne puisse jamais disparaître. Sephora était fière de favoriser les ressources pour ce projet, permettant aux organismes locaux de sensibiliser les gens, d'amplifier les rassemblements et de modifier les veillées pour répondre aux besoins uniques de leurs collectivités.

9 824 705 $

Sephora a connu une augmentation marquée de ses investissements caritatifs au cours de la dernière année en soutenant diverses causes et initiatives grâce à nos trois piliers de dons (personnel, clientèle et collectivités).

---

benevity

Au cours de l'année, nous avons organisé différentes campagnes pour inviter le personnel à donner à sa collectivité en augmentant les récompenses offertes par l'entremise du programme La beauté de l'entraide et de notre plateforme de dons Benevity. En 2025, nous avons conçu différentes activités pour offrir une expérience plus concrète.



Programme de dons réservé aux membres du personnel

124 939 $

Montant total des dons du personnel par l'entremise du programme La beauté de l'entraide, soit le programme de dons réservé aux membres du personnel.

15 875 $

Dons directs du personnel par l'entremise de la plateforme de dons Benevity.

109 064 $

Somme additionnelle recueillie par l'entremise de différents programmes de récompenses, comme les contributions égalées, les heures de bénévolat et les récompenses en dollars.

25 %

Engagement du personnel dans nos programmes de dons cette année.

Plus de 425

Heures de bénévolat consignées par les employé(e)s.







Aide auprès de la collectivité et de la clientèle

2 711 333 $

Total des dons en bourses, investissements, dons directs et commandites.

SEPHORA

Fonds Impact Fund de Sephora Canada

Sephora Canada a lancé le fonds Impact Fund de Sephora Canada en 2024, un fonds orienté par les donateurs qui permet à Sephora d'investir et de protéger les fonds pour l'avenir. Nous avons le plaisir de continuer à accorder des bourses à nos partenaires de la collectivité afin de soutenir leur travail crucial et leur portée incroyablement importante dans leurs collectivités.

PRINCIPAUX PARTENAIRES DE SEPHORA CANADA POUR 2025

ACCES Employment est un organisme de bienfaisance qui met en relation des personnes qualifiées à la recherche d'un emploi provenant de divers milieux avec des employeurs. Avec des dizaines d'années d'expérience dans le secteur des services à l'emploi, l'organisme offre une vaste gamme de programmes spécialisés, de services et de ressources adaptés aux besoins uniques de sa clientèle.

Brands for Canada est un organisme de bienfaisance enregistré depuis 1992. Brands for Canada collecte les surplus de marchandises et les produits neufs qui n'ont pas été vendus et qui, autrement, seraient détruits, incinérés ou envoyés dans des sites d'enfouissement. L'organisme débarrasse les produits de leurs étiquettes et les redistribue aux familles canadiennes dans le besoin grâce à des partenariats avec 160 organismes de bienfaisance et des centaines d'écoles, de collèges et d'universités. Au cours des 30 dernières années et plus, en collaboration avec les donateur(-trice)s et les partenaires de distribution de services sociaux, l'organisme a aidé plus de 1,2 million de personnes, a gardé près de 4 millions de kilogrammes de biens hors des sites d'enfouissement, a fait don de plus de 600 millions de dollars de biens et a permis l'économie de 31, 7 milliards de litres d'eau.

L'Association des femmes autochtones du Canada (NWAC) est un organisme autochtone national qui représente les voix politiques des femmes, des filles, des personnes bispirituelles, des gens transgenres ou de diverses identités de genre issus des Premières Nations, de la collectivité inuit ou métisse au Canada. Fondé en 1974, l'organisme NWAC travaille à promouvoir les droits et le bien-être des femmes autochtones par la défense des droits, la recherche, l'élaboration de politiques et la mise en place d'initiatives axées sur la collectivité. Guidé par les systèmes de connaissances et le leadership autochtones, l'organisme NWAC aborde des questions telles que l'équité entre les sexes, la sécurité, la santé, la sécurité économique, la gérance de l'environnement, ainsi que la revitalisation culturelle, tout en établissant des relations qui favorisent l'autodétermination et le changement systémique durable.

Le Centre de toxicomanie et de santé mentale (CAMH) est le plus grand hôpital d'enseignement en santé mentale du Canada. Il est la référence en matière de soins, de recherche, d'éducation et de changements sociaux.

Inclusion Canada est le leader qui ouvre la voie à l'établissement d'un Canada inclusif où tout le monde a sa place. L'organisme soutient les personnes ayant une déficience intellectuelle et leurs familles en ce qui a trait au renforcement des familles, à la défense des droits et de la transformation des collectivités, tout en créant un mouvement national d'inclusion qui a une incidence locale et mondiale. Fondée en 1958, Inclusion Canada est une fédération nationale regroupant 13 associations provinciales et territoriales et plus de 300 associations locales, qui vise à faire progresser la pleine inclusion et les droits de la personne des gens ayant une déficience intellectuelle ainsi que de leurs familles.

Rainbow Railroad est un organisme international de défense des droits de la personne qui crée des voies vers la sécurité pour les personnes LGBTQI+ à risque et renforce les politiques et les systèmes qui soutiennent leur protection et leur intégration. Les sièges sociaux de l'organisme se trouvent à Toronto et à New York, et celui-ci est l'un des rares organismes travaillant en tant que fournisseur de services directs, défenseur, leader d'opinion et stratège du mouvement pour s'attaquer aux déplacements forcés de la collectivité queer à l'échelle mondiale. En collaboration avec un réseau mondial d'organismes populaires locaux et de défenseurs des droits de la personne dans des contextes touchés par la crise, Rainbow Railroad a soutenu plus de 40 000 personnes LGBTQI+, notamment en facilitant la relocalisation de plus de 2 300 personnes à l'échelle internationale depuis sa création.

L'organisme Girls E-Mentorship (GEM) offre aux étudiantes du secondaire l'occasion de participer à un programme de mentorat d'une durée de neuf mois auprès de femmes visant à renforcer la confiance en soi, à développer les compétences professionnelles et à créer un réseau de contacts.

La Black Business Professional Association (BBPA) est un organisme qui traite de l'équité et des occasions pour la collectivité noire dans les affaires, l'emploi, l'éducation et le développement économique. Sa mission est de mettre de l'avant les entreprises et les professionnels de la collectivité noire en favorisant leur autonomisation économique, ainsi qu'en leur permettant l'accès au capital et à l'avancement professionnel. Il vise également à restaurer la confiance de la collectivité au moyen d'un leadership transparent, responsable et dirigé par celle-ci.

Pink Pearl Canada est un organisme de bienfaisance axé sur la collectivité qui soutient les personnes qui s'identifient comme des jeunes femmes de partout au Canada qui surmontent courageusement les difficultés sociales et émotionnelles liées au diagnostic de cancer, tout en favorisant les rencontres et en renforçant leur autonomie. Les programmes de soutien de l'organisme comprennent des retraites, les ateliers pour la confiance Beauté courageuse de Sephora, des séances de consultation individuelle et un programme de soutien et de formation auprès de pairs. L'organisme offre également des trousses de soutien aux personnes nouvellement diagnostiquées comme ayant un cancer, et offre des bourses d'études d'enseignement supérieur. Il propose également un programme en lien avec le patrimoine. Il crée un espace sûr et solidaire pour les personnes atteintes du cancer.

Campagnes de bienfaisance et commandites stratégiques

FIERTÉ ET HAUS LABS

Pour célébrer le Mois mondial de la Fierté, Sephora s'est associée à la marque Haus Labs by Lady Gaga pour soutenir la santé mentale des jeunes par le biais d'une campagne de bienfaisance. Pour chaque produit Haus Labs vendu en juin, 1 $ est remis au fonds communautaire Kindness in Community de la Born This Way Foundation, un programme mondial de subventions qui vise les jeunes. Celui-ci soutient la santé mentale et le bien-être des jeunes en leur offrant des espaces communautaires sécuritaires et des ressources qui répondent à leurs besoins. La clientèle ayant acheté des essentiels Haus Labs était invitée à proposer un organisme de bienfaisance 2ELGBTQIA+ au Canada qui devrait être soutenu par le fonds. Cette campagne reflète la vision collective de la beauté comme faisant partie d'une collectivité inclusive, animée et inspirante, où tout le monde peut explorer de manière sûre et s'exprimer en toute sécurité.



FIERTÉ ET ESPACES DE COURAGE

Parallèlement à la campagne caritative de Haus Labs, et tout au long du mois de juin, Sephora a ramené les Espaces de courage dans certains magasins du pays afin d'offrir un environnement accueillant aux membres de la collectivité 2ELGBTQIA+ et aux allié(e)s de la Fierté afin de créer leurs looks pour le défilé de la Fierté et, s'ils (elles) le souhaitent, les démaquiller après les célébrations de la Fierté. Les conseiller(-ère)s beauté talentueux(-euses) et formé(e)s de Sephora ont été au cœur même de ce programme et ont guidé les gens qui visitaient les magasins dans la création de leur look du défilé de la Fierté. Enracinés dans l'idée de soutenir et d'inspirer les gens non seulement pendant le mois de la Fierté, mais aussi tout au long de l'année, les Espaces de courage fournissent un lieu où chaque membre de la collectivité 2ELGBTQIA+ peut exprimer pleinement sa personnalité dans un environnement chaleureux.

Au Canada, cette initiative a eu lieu à Toronto, à Vancouver, à Calgary et à Montréal, dans huit magasins situés le long du parcours du défilé ou à proximité de celui-ci, afin d'offrir aux membres de la collectivité qui participaient aux célébrations des looks amusants qui donnent confiance en soi pour rehausser leur expérience lors du défilé de la Fierté.

63

CONSEILLER(-ÈRE)S BEAUTÉ ONT SOUTENU CETTE ACTIVITÉ.

168

MEMBRES DE LA CLIENTÈLE ONT REÇU UN MAQUILLAGE ÉCLAIR POUR LE DÉFILÉ DE LA FIERTÉ.





Par ailleurs, en commanditant des défilés de la Fierté ou en nous inscrivant à ceux-ci dans certaines villes, nous avons non seulement fait participer nos équipes à nos espaces de courage, mais avons permis à celles-ci de prendre part aux défilés, soutenant ainsi les collectivités que nous aidons avec fierté. Grâce au soutien de membres passionné(e)s du personnel et de la Collectivité UNIE Sephora Prisme, nous avons organisé des séances « Préparez-vous avec moi » à notre bureau du siège social pour inciter le personnel à exprimer sa beauté unique et à rendre incroyable l'expérience du défilé.



Plus de 238

MEMBRES DU PERSONNEL ONT PARTICIPÉ AUX DÉFILÉS POUR LA FIERTÉ.



« L'Espace de courage signifie pour moi que nous sommes fier(-ère)s de qui nous sommes, que nous pouvons exprimer notre véritable personnalité et que le partenariat avec Sephora peut rendre cela possible. Quelque chose de beau qui nous unit tous et toutes. »

Bibiana Melicherova (elle)
responsable de l'expérience de la clientèle

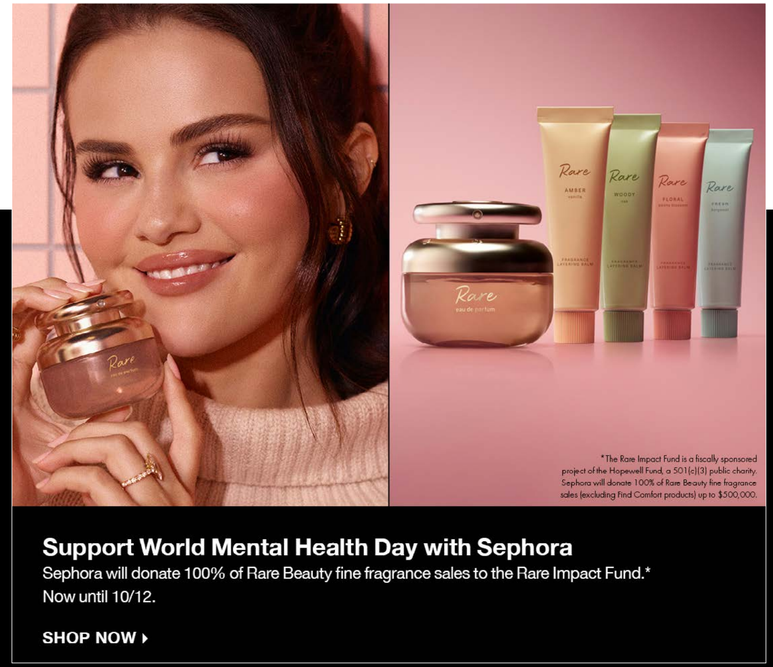
« Être impliqué dans le défilé de la Fierté me donne le sentiment d'être lié non seulement à notre collectivité et à nos allié(e)s, mais me rend aussi fier de travailler au sein d'une entreprise qui incarne sa devise sans excuse : quelque chose de beau nous unit. Participer aux activités de la Fierté (en magasins et en dehors de ceux-ci) favorise un lien solide avec notre collectivité de collègues, de partenaires de marques et de fournisseurs, ainsi qu'avec notre clientèle. Notre partenariat avec les défilés et notre participation aux activités en lien avec ceux-ci sont importants, car ils sont des exemples de notre engagement envers la mise en pratique de l'inclusion. »

Jason Cheung (il)
responsable, exploitation des activités



Journée mondiale de la santé mentale et Rare Beauty

Sephora a fait équipe avec Rare Beauty dans le cadre de la campagne Make a Rare Impact pour souligner la Journée mondiale de la santé mentale. Le 10 octobre, chaque année, l'objectif est d'accroître la sensibilisation aux problèmes de santé mentale dans le monde et de mobiliser les efforts en faveur de la santé mentale. Sephora a organisé des activités partout dans le monde et s'est engagée à verser 100 % des ventes mondiales de parfums Rare Beauty réalisées entre le 10 et le 12 octobre au fonds Rare Impact Fund, dont la mission est de diminuer la stigmatisation associée à la santé mentale et de faciliter l'accès aux ressources et à l'éducation pour les jeunes dans le monde entier.



Look Good Feel Better et gala Mirror Ball

Nous avons également eu l'occasion de soutenir le Mirror Ball, le gala annuel de Look Good Feel Better, qui a eu lieu le 7 novembre 2025. Look Good Feel Better aide les personnes souffrant d'un cancer en leur offrant des ateliers gratuits afin de leur donner des techniques et des outils précieux ainsi que des renseignements pratiques pour gérer les effets du cancer et de son traitement. L'organisme vise à renseigner et à outiller les personnes canadiennes qui souffrent du cancer en faisant preuve d'empathie et d'équité afin de refléter et de respecter les expériences uniques de tout le monde. Le gala Mirror Ball est l'un des événements emblématiques du programme, qui représente une activité de collecte de fonds pour soutenir son travail important. L'événement était soutenu par une commandite incluant notre mur de cartes-cadeaux annuel et a été couronné d'une performance de Suzie McNeil et son groupe. C'est avec beaucoup de fierté que nous avons soutenu à nouveau cet organisme pour qu'il atteigne ses objectifs.







7 004 307 $*

Valeur totale des dons de produits non financiers remis aux différents organismes communautaires.

Ce programme de dons vise à détourner des produits retirés des stocks ou approchant de leur date de péremption des sites d'enfouissement en les donnant à des personnes et à des collectivités dans le besoin. Cette réalisation a été rendue possible avec le soutien de notre partenaire, l'organisme Brands for Canada.

Grâce à ces dons, nous avons détourné 24,96 tonnes de produits des sites d'enfouissement, ce qui équivaut à 23,15 % de produits détournés (une hausse de 14,35 % par rapport à l'année précédente). En établissant des liens avec davantage de partenaires de marques qui soutiennent cette occasion par l'intermédiaire de Sephora (un total de 24 en 2025), nous serons en mesure de continuer à augmenter le taux de détournement au cours des prochaines années.

**Valeur au détail*

BRANDS FOR CANADA
FOR FAMILIES.
FOR THE ENVIRONMENT.

Ateliers pour la confiance

Notre programme signature de portée sociale Ateliers pour la confiance vise à soutenir les collectivités issues de la diversité en les aidant à explorer et à définir leur propre beauté pour ainsi les rendre plus confiantes alors qu'elles font face aux défis et transitions de la vie.



De quelques ateliers virtuels soutenant environ 50 personnes en 2021, nous sommes passés à plus de 29 ateliers en personne et virtuels partout au pays qui ont rejoint plus de 300 participant(e)s.

Ces ateliers tiennent compte des sujets sensibles et de l'inclusion. Par exemple, les ateliers ont lieu pendant les heures de fermeture du magasin pour assurer la confidentialité. De plus, nous offrons aux participant(e)s d'être accompagné(e)s.











NOUS OFFRONS ACTUELLEMENT CINQ SÉRIES D'ATELIERS PERSONNALISÉS POUR LES DIFFÉRENTES COLLECTIVITÉS, LESQUELS ONT ÉTÉ CONÇUS EN COLLABORATION AVEC NOS PRINCIPAUX PARTENAIRES :

Ateliers pour la confiance Beauté diversifiée

In partnership with the Black Business & Professional Association (BBPA), we support individuals with deeper skin tones, giving awareness of BIPOC-owned brands and formulations that cater to their specific needs.

Ateliers pour la confiance Accueil en beauté

De concert avec ACCES Employment, nous aidons les personnes nouvelles sur le marché du travail canadien à gagner en confiance en vue des entrevues d'emploi.

Ateliers pour la confiance Beauté audacieuse

En collaboration avec Rainbow Railroad, nous aidons les membres des collectivités bispirituelles, non-binaires et transgenres dans leurs parcours d'exploration de la beauté et de ce que cela signifie pour eux.

Atelier pour la confiance, Beauté courageuse

En partenariat avec Pink Pearl Canada, nous aidons les femmes qui luttent contre le cancer en leur donnant des conseils et en leur présentant les produits Pur et sain Sephora pour les aider à gérer les effets de leurs traitements.



Ateliers pour la confiance Habilités diversifiées

Nous offrons un espace sécurisant pour que les personnes vivant avec un handicap visible ou non visible puissent explorer le monde de la beauté, plus particulièrement les soins de la peau.

Ateliers pour la confiance en 2025

29

ATELIERS AVEC 273 PERSONNES PARTICIPANTES.

108

NOMBRE DE MEMBRES DU PERSONNEL AYANT PARTICIPÉ À LA CONCEPTION ET À LA PRESTATION DE CES ATELIERS (UNE AUGMENTATION DE 15 % PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE)

LES COMMENTAIRES DES PARTICIPANT(E)S SONT EXTRÊMEMENT POSITIFS :

97 %*
des personnes ont indiqué se sentir en sécurité et épaulées.

97 %*
des personnes ont indiqué que leurs besoins ont été satisfaits.

97 %*
des personnes ont indiqué se sentir informées.

95 %*
des personnes ont mentionné s'être sentie confiantes.

100 %*
des personnes sont susceptibles de recommander un(e) ami(e).

100 %*
des personnes ont l'intention de visiter nos magasins et d'effectuer un achat.

**Ces pourcentages représentent les réponses moyennes des participant(e)s aux sondages effectués en 2025.*





CITATIONS DES PERSONNES FORMATRICES DE NOS ATELIERS POUR LA CONFIANCE :



« Chaque année, j'attends avec impatience de prendre part aux Ateliers pour la confiance avec l'équipe de portée sociale. La série d'Ateliers pour la confiance Beauté diversifiée m'a toujours semblé vraiment importante en tant que femme noire qui ne connaissait rien à la beauté auparavant. J'adore la façon dont nous traitons les différences des gens de même que leurs identités, car nous le faisons de manière à célébrer et à les encourager à faire preuve d'audace et à prendre de l'espace. Entendre comment nous avons réussi à inspirer confiance aux personnes participantes m'a donné plus confiance en mes compétences en tant que responsable! »

Fayo Abdi
responsable de la scène,
West Edmonton Mall (Beauté diversifiée)



« L'ensemble des personnes présentes ont participé à l'atelier, ce qui était incroyable! Toutes ont eu l'impression d'avoir appris beaucoup de choses durant celui-ci. Nous avions suffisamment de personnes accompagnatrices pour être en mesure de passer plus de temps de manière individuelle lorsque les gens ont constaté qu'ils éprouvaient de la difficulté avec certaines techniques. Les personnes participantes ont fourni une rétroaction incroyable à la fin de l'atelier. »

Marinel
chef d'équipe des services, Chinook (Beauté courageuse)



« L'une des personnes participantes nous a dit qu'elle était vraiment heureuse de participer à cette série d'ateliers! Elle nous a expliqué à quel point il était incroyable de savoir que nous créons ces espaces inclusifs sûrs. »

Britney McKenly
chef d'équipe des services, Square One (Beauté audacieuse)



« Animer les Ateliers pour la confiance a été l'une des expériences les plus enrichissantes de ma carrière chez Sephora! Ceux-ci représentent vraiment un moment marquant chaque année. Il y a quelque chose de tellement puissant à voir les gens s'illuminer lorsqu'ils se sentent vus et célébrés. L'année dernière a été particulièrement significative, car nous avons réussi à donner vie à ce programme dans nos magasins Sephora Metrotown et Pacific Centre. Voir ces équipes observer de leurs propres yeux ce que représentent les Ateliers pour la confiance et comprendre pourquoi la DÉIA est au cœur de ce qu'est Sephora a été un moment qui va rester gravé dans ma mémoire. Je suis très fière d'avoir participé à faire profiter de ce programme à tant de personnes au fil des ans, et j'ai hâte de continuer à le promouvoir pendant de nombreuses années. »

Eila Barlan
responsable de l'expérience en scène, Robson Street

DE LA PART DES PARTICIPANT(E)S DES ATELIERS POUR LA CONFIANCE :

« Je voulais simplement vous faire part de mes commentaires et vous remercier pour l'atelier auquel j'ai pris part au Sephora Square One. Aujourd'hui, j'ai créé un rituel de maquillage complet pour la première fois depuis l'événement et les connaissances acquises durant celui-ci se sont révélées inestimables! Les produits, les démonstrations, tout a été une bénédiction. Je tiens à vous remercier, vous et l'équipe de Sephora, pour vos efforts, et à vous faire savoir à quel point votre travail a eu une incidence. J'ai eu de la difficulté à suivre plusieurs étapes de mon parcours de maquillage (surtout avec l'anticernes qui s'accumulait dans mes plis, et je ne savais pas quoi faire avec le pinceau et le produit bronzant), mais grâce à ce que j'ai appris, mon maquillage est impeccable. Je suis reconnaissante d'avoir pu découvrir des marques PANDC dont je n'avais jamais entendu parler, et je suis contente d'avoir pu apprendre en réalisant le look par moi-même! Cela a changé la donne. J'ai hâte de prendre part à d'autres événements! »

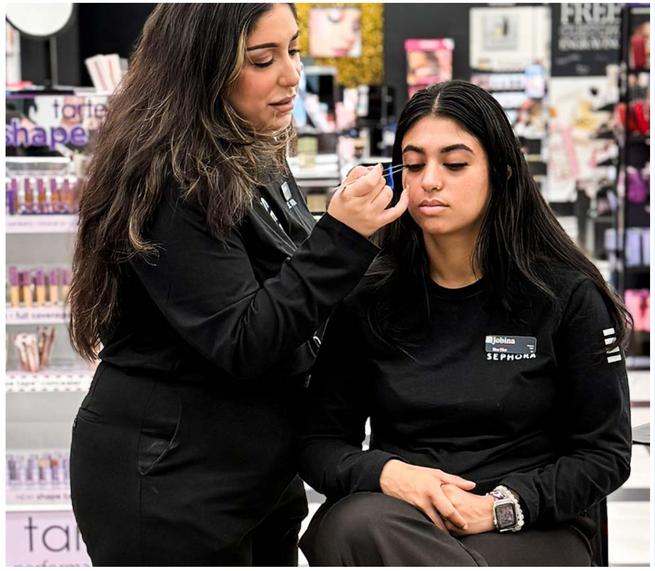
Participante à l'atelier Beauté diversifiée



« En bref, cet atelier a été très utile pour les personnes transgenres qui désirent en apprendre davantage sur les soins de la peau et le maquillage. Bien qu'il existe des ressources en ligne pour ce faire, participer à un événement en personne nous a permis de poser des questions précises qui ne sont pas toujours abordées dans les espaces en ligne ou pour lesquelles les réponses peuvent être difficiles à trouver en ligne. Les directives étaient claires et l'équipe beauté a été extrêmement serviable. J'ai une allergie aux graines de tournesol, et le personnel a veillé à ce que les produits que j'ai utilisés ne contiennent pas d'huile de tournesol. J'ai vraiment apprécié cette attention. J'ai particulièrement aimé les consignes pour adoucir un look plutôt que de réaliser un effet contour pour créer un look défini. La plupart des « dolls » (poupées) peuvent présenter des traits plus prononcés dont elles aimeraient adoucir l'apparence, mais les tendances actuelles axées sur les femmes cis semblent plus pencher vers des looks structurés. Même si j'apprends à appliquer du maquillage et me pratique à le faire depuis 6 ans, j'ai appris beaucoup. J'ai vraiment apprécié les directives sur la façon d'adoucir l'apparence de ma pomme d'Adam. C'est un trait qui m'apporte beaucoup d'insécurité. Je suis vraiment heureuse d'avoir pu assister aux Ateliers pour la confiance de Sephora Canada. Des ressources accessibles comme ces ateliers sont très nécessaires pour la collectivité transgenre. J'espère que Sephora continuera à développer ces types de programmes et à soutenir ma collectivité. »

Personne participante à l'atelier Beauté audacieuse





« Un grand merci à l'équipe de Sephora Canada pour cet incroyable atelier de maître qui renforce la confiance en soi! Il s'agissait de plus qu'une simple leçon de maquillage : j'ai appris beaucoup de choses sur ma peau, j'ai reçu des recommandations personnalisées en matière de soins pour la peau et j'ai découvert comment appliquer du maquillage comme une pro. Je me sens maintenant plus confiante, et honnêtement, c'est incroyable! J'ai hâte d'intégrer le maquillage dans ma vie de tous les jours, car j'ai vu comment il peut rehausser ma beauté naturelle. J'ai particulièrement aimé les produits que nous avons utilisés pendant la séance : le sérum, l'écran solaire, le mascara, le rouge à lèvres, l'illuminateur, et le crayon à sourcils étaient fantastiques. Merci beaucoup à toute l'équipe. Le personnel a été attentif, professionnel et vraiment inspirant. J'ai déjà hâte aux prochains ateliers de maître. »

Personne participante à l'atelier Accueil en beauté





Sephora demeure engagée envers son objectif de même qu'à favoriser le changement, en donnant l'exemple et en apprenant ouvertement tout au long du parcours. Sephora continuera à accroître l'équité et à renforcer le sentiment d'appartenance dans toutes les sphères de l'entreprise.