

NOTRE ENGAGEMENT EN ACTIONS



Groupe
GALERIES
Lafayette

COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2016

LES 10 PRINCIPES DU GLOBAL COMPACT & NOS ACTIONS

DROITS DE L'HOMME



PRINCIPE 1

Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux Droits de l'Homme.



PRINCIPE 2

Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des Droits de l'Homme.

DÉTAIL DES ACTIONS MENÉES :

Plans Dynamique des Marques, Symétrie des Attentions et Art de Donner

- Adhésion à l'Initiative Clause Sociale (ICS) et à la *Business Social Compliance Initiative* (BSCI)
- Politique d'audits sociaux
- Picking aléatoires
- Mise en place de formations dans les usines de nos fournisseurs (CARE au Bangladesh)
- Codes de Conduite fournisseurs Marques Propres et Marques Nationales
- Elaboration d'un nouveau Code Ethique du Groupe

NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL



PRINCIPE 3

Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.



PRINCIPE 4

Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.



PRINCIPE 5

Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants.



PRINCIPE 6

Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.

DÉTAIL DES ACTIONS MENÉES :

Plan Symétrie des Attentions

- Le Code Ethique du Groupe renouvelle l'engagement concret de respecter les principes de la liberté d'association et de négociation collective
- Réalisation d'une enquête interne ECHOS auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe
- Plan d'actions triennal sur la Qualité de Vie au Travail
- Diffusion du Code de Conduite Fournisseurs
- Signature d'accords collectifs en 2016 sur le contrat de génération et l'égalité professionnelle hommes / femmes
- 10^{ème} édition de la Journée Handi'Engagée

ENVIRONNEMENT



PRINCIPE 7

Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement.



PRINCIPE 8

Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.



PRINCIPE 9

Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

DÉTAIL DES ACTIONS MENÉES :

Plans Valeur de la matière, Performance du bâti et des flux et Dynamique des marques

- Gestion (tri et réduction) des déchets
- Réduction de la consommation d'énergie
- Optimisation des flux de logistique et réduction de leurs impacts
- Mise en place du relamping sur les différents sites
- Elaboration d'une charte « Achats responsables » et « Chantiers responsables »
- Travail de la biodiversité urbaine (soutien à la création de potagers urbains et de ruches)

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION



PRINCIPE 10

Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

DÉTAIL DES ACTIONS MENÉES :

Plans Dynamique des marques et Symétrie des attentions

- Diffusion du Code de Conduite Fournisseurs Marques Propres et Marques Nationales
- Mise en place d'un système d'alerte
- Elaboration d'un Code Ethique inaugurant une politique éthique plus poussée

NOTRE ENGAGEMENT EN 5 PLANS

DYNAMIQUE DES MARQUES

12 • 15



VALEUR DE LA MATIÈRE

16 • 19



PERFORMANCE DU BÂTI & DES FLUX

20 • 23



SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

24 • 27



ART DE DONNER

28 • 31



LE MOT DU PRÉSIDENT

Le groupe Galeries Lafayette, conscient de la responsabilité sociétale liée à son statut et à ses activités, adhère pleinement au Pacte Mondial des Nations Unies, et aux dix principes qu'il promeut. En tant que groupe familial fondé en 1894, il a toujours été inscrit dans son ADN une attention spécifique à ses différents publics, le Groupe ayant été tout particulièrement pionnier en matière d'innovations sociales avec la création de "pouponnières d'entreprise" ou encore d'une "caisse de prévoyance" (1909). Tout naturellement, et du fait de l'évolution des activités économiques, cette responsabilité s'est élargie pour inclure la chaîne de production mais aussi l'environnement.

Adhérant au Global Compact depuis 2003, le Groupe met en œuvre ces principes dans son quotidien depuis déjà de nombreuses années. Son action a toutefois pris une ampleur beaucoup plus importante depuis 2012, avec la création d'une direction Développement Responsable ayant pour ambition de faire du Groupe "la référence mondiale d'un commerce à la française, éthique et responsable". Depuis lors, le travail des 10 principes a été pleinement intégré dans les 5 plans de sa stratégie Développement Responsable que sont La valeur de la matière, La performance du bâti et des flux, La dynamique des marques, La symétrie des attentions et L'art de donner. Les enjeux du Pacte Mondial des Nations Unies que sont les Droits de l'Homme, les normes internationales du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption figurent au cœur de ses préoccupations, c'est pourquoi le Groupe réaffirme son attachement et son engagement envers le Global Compact et ses principes.

Une étape importante a été franchie cette année avec la structuration d'ambitions par plan, assorties d'objectifs à horizon 2030. Ce travail de la stratégie long terme permet d'être encore plus ambitieux dans nos attentes et de s'organiser avec des objectifs clairs à atteindre.

Je vous laisse découvrir par vous-même le travail accompli cette année et juger des résultats à la lecture de notre Communication sur le Progrès.

Philippe Houzé

Président du Directoire
du groupe Galeries Lafayette

LE GROUPE GALERIES LAFAYETTE

Leader du commerce de cœur de ville et spécialiste de la mode, le groupe Galeries Lafayette est un groupe marchand, familial, privé, héritier de 120 ans d'une histoire bâtie dans le commerce et la distribution. Animé par son ambition d'être la référence d'un commerce omnicanal, innovant, éthique et responsable, le Groupe contribue chaque jour au rayonnement de l'art de vivre à la française.

Acteur engagé dans la création et employeur privé de premier plan en France avec 14 000 collaborateurs, le Groupe assoit son identité sur des valeurs solides : la passion du client, l'audace d'innover, l'engagement collectif et le goût de l'excellence.

1894

CRÉATION DES GALERIES LAFAYETTE PAR THÉOPHILE BADER

UN GROUPE **100%** FAMILIAL

3,8MDs
DE VENTES AU DÉTAIL

280
MAGASINS

1 M
DE VISITEURS PAR JOUR

UNE PARTICIPATION SIGNIFICATIVE DANS LE
GROUPE CARREFOUR

*Galeries
Lafayette*

LE BHV/MARAIS

LOUIS PION

RQZ

ROYAL QUARTZ PARIS

GUÉRIN
JOAILLERIE

INSTANTLUXE.com

BAZARCHIC
MODE • DÉCO • VIN • VOYAGES

citynove

NOTRE VISION

LE COMMERCE DE DEMAIN est celui qui apporte une **CONTRIBUTION POSITIVE** à la société, qui repense la **CRÉATION DE VALEUR** en liant innovation, développement et **RESPONSABILITÉ** c'est un commerce **HUMANISTE** par sa considération des personnes, intelligent et sobre dans son utilisation des **RESSOURCES** qui prend en considération les **GÉNÉRATIONS FUTURES** Il est au service d'une meilleure **QUALITÉ DE VIE POUR TOUS** et d'un art de vivre à la française fondé **SUR DES EXPÉRIENCES** plus que sur l'accumulation de biens matériels, pour une société ouverte, **RESPECTUEUSE ET JUSTE.**

NOTRE STRATÉGIE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE

VALEUR DE LA MATIÈRE

100 % des déchets de nos activités valorisés

Don de 100 % des invendus alimentaires et non-alimentaires

Réemploi de 10 % de nos déchets en interne

AMBITION - Tendre vers le zéro déchet. Mettre en place des boucles vertueuses d'économie circulaire pour systématiser la transformation des déchets en ressources.

PERFORMANCE DU BÂTI ET DES FLUX

100 % de l'énergie consommée issue de sources renouvelables dont 20 % via l'auto-production

Zéro émission de CO₂ sur l'ensemble des flux

- 40 % de consommation d'énergie par rapport à 2015

AMBITION - Ambition : Déployer une politique énergétique ambitieuse, visant la neutralité carbone, tant pour les bâtiments que pour l'ensemble des flux et transports.

DYNAMIQUE DES MARQUES

100% des produits marques propres labellisés Fashion Integrity

20 % des produits marques nationales répondent à nos critères de consommation responsable

10 % du CA issus de services favorisant la consommation responsable

AMBITION - Garantir l'exemplarité de l'ensemble de nos produits marques propres et impulser une dynamique éthique et responsable auprès des marques présentes en magasin

SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

NPS clients à 90 %

10 % de nos fournisseurs issus de l'économie sociale & solidaire

80 % des collaborateurs engagés dans la durée

AMBITION - Traduire au quotidien notre identité par la mise en œuvre de nos valeurs. Etre exemplaire dans nos comportements envers nos client(e)s, nos salarié(e)s et nos partenaires.

ART DE DONNER

10 % des salariés engagés dans le mécénat de compétences

20 % des clients engagés dans nos actions de mécénat

+ 20 % de bénéficiaires des dons et du mécénat du Groupe versus 2015

AMBITION - Exprimer notre ambition développement responsable par une politique de dons, mécénat et partenariats au service de notre culture et de nos valeurs.

UNE GOUVERNANCE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE

La gouvernance est au service d'une mise en œuvre optimale de la stratégie Développement Responsable du Groupe. Elle comprend à la fois les instances stratégiques et opérationnelles, mais aussi le réseau de référents dans chaque entité, magasin et direction centrale du siège.



LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE 2016

16 FÉVRIER

Le groupe Galeries Lafayette devient
Grand Mécène de la Chaire RSE
d'Audencia Business School



24 AOÛT

Lancement de la collection
Fashion Integrity en magasin
(ici à Nice Masséna)



23 SEPTEMBRE

Finale du 2^{ème} challenge
interne Lafayette Innov'action

SEPTEMBRE

Un potager sur le toit des Galeries
Lafayette d'Annecy



13 OCTOBRE

Lancement de Lafayette
Entraide, le dispositif d'écoute et
d'accompagnement des salariés

DÉCEMBRE

Noël Extra Polaire en
partenariat avec Wild Touch



22 DÉCEMBRE

Obtention de la certification
ISO 50 001 pour tous les
bâtiments du magasin
d'Hausmann

DYNAMIQUE DES MARQUES

AMBITION

Garantir l'exemplarité de l'ensemble de nos produits marques propres et impulser une dynamique éthique et responsable auprès des marques présentes dans les magasins.

OBJECTIFS 2030

100%

des produits
marques propres
labellisés Fashion
Integrity

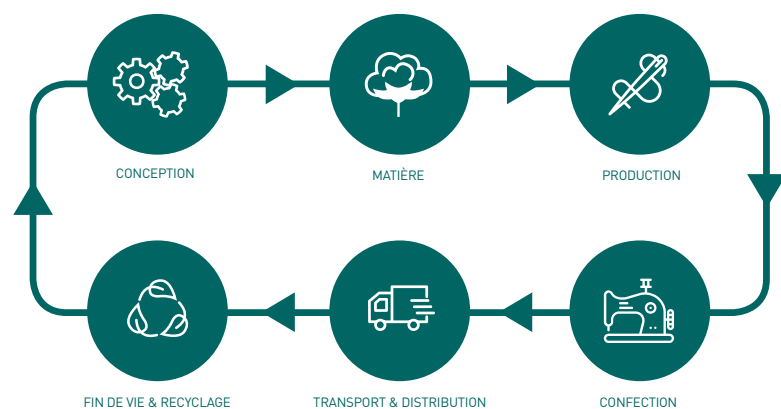
20%

des produits
marques accueillies
répondant à
nos critères de
consommation
responsable

10%

du CA issu de
services favorisant
la consommation
responsable

ENJEUX



NOS ACTIONS

fashion
INTEGRITY
LA TRANSPARENCE,
du champ au magasin

5 modèles basiques de
QUALITÉ

Des prix
accessibles

22-44

€

11 000

pièces
produites
en 2016

livingblue x *Galerie Lafayette*
HANDMADE SHIBORI PRODUCTS

BANGLADESH
240
ARTISANS



Soutenir
un savoir-faire

ANCESTRAL

36 modèles
MODE & MAISON

**UN CODE DE
CONDUITE**
contractuel pour nos
FOURNISSEURS
marques propres

**TEINTE
NATURELLE
INDIGO**
soutenant la production
de **2700** fermiers



175
AUDITS

sociaux ces
deux dernières
années

Consommation
RESPONSABLE
5 MAGASINS
ont testé la
LOCATION avec
L'HABIBLIOTHEQUE

DYNAMIQUE DES MARQUES

Le secteur de la mode a un rôle à jouer dans la proposition de nouvelles formes de consommation à une clientèle dont les attentes et les usages évoluent. Les Grands Magasins ont toujours cherché à proposer la diversité et l'excellence, c'est donc tout naturellement que le Groupe ambitionne de promouvoir la mode de demain, synonyme de durabilité, dans son offre de produits et de services.

FASHION INTEGRITY LA MODE RESPONSABLE 100 % TRAÇABLE

La collection capsule Fashion Integrity by Galeries Lafayette, proposée par des collaborateurs dans le cadre d'un concours d'innovation interne, part d'une idée simple : proposer aux clients une **collection 100 % traçable du champ au magasin**. Elle repose sur **une exigence de transparence**, en expliquant les étapes de production et de fabrication des pièces, et sur **des modes de production plus responsables**. La collection, composée de pièces intemporelles à des prix accessibles a été distribuée dans tous les magasins et en ligne en août 2016. Deux nouvelles collections sont à venir en 2017.



LIVING BLUE #1

La collection capsule mode et maison Living Blue x Galeries Lafayette est le fruit de la volonté conjointe des Galeries Lafayette et de l'ONG CARE de mettre à l'honneur les **techniques naturelles et les savoir-faire traditionnels**. En collaboration avec l'entreprise sociale LIVING BLUE, qui travaille avec **240 artisans et 2 700 fermiers dans des régions reculées du Bangladesh**, les équipes des marques propres ont conçu des modèles tendance et éthiques avec des **techniques de teinture à base d'indigo et de broderie traditionnelles** (le shibori et le kanta par exemple). Cette collection unique de 36 modèles a été présentée fin mars 2016 en **pop-up store** au BHV Marais et aux Galeries Lafayette Haussmann.



Corner Living Blue aux Galeries Lafayette Haussmann



AVANCER AVEC NOS PARTIES PRENANTES

L'engagement du Groupe sur la mode responsable ne peut avancer sans ses parties prenantes, qu'il s'agisse des **fournisseurs** de produits marques propres ou des marques accueillies en magasin. **175 audits sociaux** ont été conduits ces deux dernières années sur demande du Groupe auprès de **ses fournisseurs** de rang 1. Le recours à des fournisseurs déjà audités sur le plan social pour le compte d'autres entreprises vient compléter cette démarche. Les sites dont l'activité présente un impact environnemental significatif font par ailleurs l'objet de contrôles additionnels. **Quatre modules de formation** ont été mis en place en partenariat avec CARE auprès des 3 500 ouvriers des usines d'Intramex Group et Artisan Ceramics Ltd, deux fournisseurs du Groupe au **Bangladesh**. Les marques accueillies en magasin sont, elles, invitées à signer un code de conduite et doivent signer une attestation de conformité avec la réglementation REACH.

ENCOURAGER DES MODES DE CONSOMMATION RESPONSABLE



Corner Instant Luxe au BHV MARAIS

Les **modes de consommation** sont en pleine mutation, et l'usage prime de plus en plus sur la possession, y compris pour les articles de luxe. L'offre du Groupe s'est adaptée pour **encourager ces nouvelles formes de consommation** circulaire, notamment avec l'**acquisition** en 2016 d'InstantLuxe.com,

spécialiste de l'achat et de la vente d'articles de luxe de seconde main certifiés. Dans la même optique, de nouveaux services ont été testés en magasin, comme l'**Habibliothèque** qui, moyennant un abonnement, propose au client de louer 3 pièces de luxe chaque mois.



OBJECTIFS 2017

Costume Homme
Fashion Integrity

Collection
printemps / été femme
Fashion Integrity

Collection capsule
Living Blue #2

Mise en place
de collaborations avec
les marques accueillies
en magasin

VALEUR DE LA MATIÈRE

AMBITION

Tendre vers le zéro déchet. Mettre en place des boucles vertueuses d'économie circulaire pour systématiser la transformation des déchets en ressources.

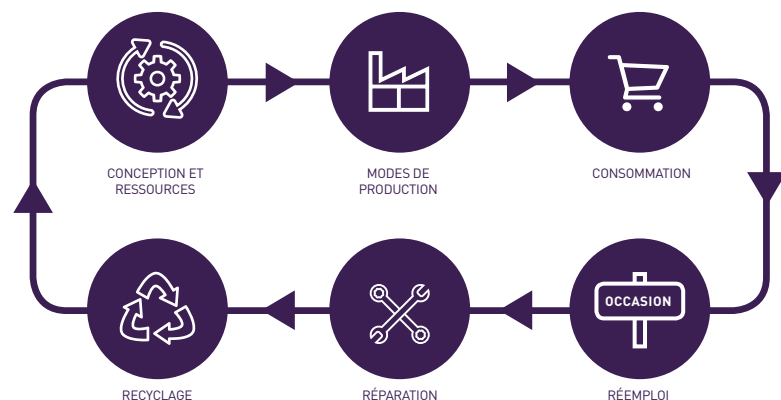
OBJECTIFS 2030

100%
des déchets
de nos activités
valorisés

Don de
100%
des invendus
alimentaires et
non-alimentaires

Réemploi de
10%
de nos déchets en
interne

ENJEUX



NOS ACTIONS

DÉCHETS RECYCLÉS



98%*

des magasins
effectuent

LE DON D'INVENDUS

**84 792
PIÈCES**

données en 2016



Valorisation
**BIODÉCHETS
RESTAURATION**
Haussmann / BHV MARAIS

LE **BHV** / MARAIS



MEILLEUR
point de collecte
AMPOULES
en Ile-de-France en 2016



**122 000 €
DE DON
ALIMENTAIRE**

41% RECYCLAGE
des déchets en magasin

**7 886
KILOS**
2016



**TEXTILE
LINGE,
CHAUSSURES**
X6 quantité
collectée
auprès
des collaborateurs
(vs 2015)

**1 CONVENTION
NATIONALE**



pour le
recyclage
du mobilier



VALEUR DE LA MATIÈRE

Notre capacité à réutiliser, recycler et revaloriser la matière utilisée est primordiale. Plus qu'une responsabilité de l'entreprise, il s'agit d'une condition de sa résilience dans le long terme. Utiliser la matière de manière plus circulaire est un enjeu d'efficacité fondamental du modèle économique et doit à ce titre faire partie des priorités de notre Groupe.



UNE MEILLEURE GESTION DES DÉCHETS

La sensibilisation des collaborateurs a permis de réduire notablement notre production de déchets et **41 % des déchets** du Groupe ont été recyclés. La signature d'une convention nationale avec l'éco-organisme Valdélia en octobre 2016 permet aux magasins Galeries Lafayette et BHV MARAIS de bénéficier d'un enlèvement de leur mobilier usagé, facilitant le recours systématique au recyclage. La **structuration d'un réseau de référents** pour chacun des sites du Groupe devrait permettre d'aller plus loin dans la **mobilisation et la sensibilisation**, sur les déchets mais aussi sur l'ensemble des enjeux en magasin.

UNE AUTRE VIE POUR NOS INVENDUS

Depuis 2014, le Groupe **donne l'intégralité de ses invendus non-alimentaires** à différentes associations au bénéfice des personnes en situation de précarité. Les associations partenaires, **Emmaüs Défi, Dons Solidaires et l'Agence du Don en Nature** récupèrent les invendus pour les redistribuer dans un **réseau d'associations locales aidant les publics fragilisés**. En 2016, **près de 85 000 pièces** ont été données par les magasins et entrepôts. **Le don et la valorisation sont aussi effectués sur l'alimentaire.**

Le **Gourmet Haussmann** a mis en place le don au bénéfice d'épicerie sociale et solidaires en novembre 2016, rejoignant le Gourmet Nice (magasin Cap 3000) qui donne depuis plusieurs

années ses invendus à la Banque Alimentaire. Les **bio-déchets des magasins de Haussmann et du BHV MARAIS**, eux, sont récupérés par la société Moulinot pour être valorisés en compost ou en méthanisation.



RÉDUIRE L'IMPACT DE NOTRE SACHERIE

Avec 1 million de visiteurs par jour dans nos magasins, il est essentiel de mettre en œuvre une **politique globale sur notre sacherie**. Des actions ont été mise en place pour réduire la quantité et améliorer la qualité de notre consommation, notamment le passage à des **sacs en papier recyclé** pour l'ensemble des Galeries Lafayette. Mais il est important d'aller au-delà et de **sensibiliser le client à une consommation plus responsable**.

C'est pourquoi un **plan d'action** spécifique a été lancé en 2016, dont le premier pas a consisté en la diffusion de consignes en caisse pour interroger systématiquement le client avant de lui remettre un sac. D'autres actions sont prévues pour 2017, comme l'augmentation de la part de sacs en papier et la mise en avant de sacs réutilisables.



UN NOËL PLACÉ SOUS LE SIGNE DE L'ÉCOLOGIE

Noël 2016 a été placé sous le signe du grand froid avec le thème **"Noël Extra Polaire"**, l'occasion de sensibiliser les clients aux enjeux du changement climatique. Dans le cadre d'un **partenariat avec l'ONG Wild Touch**, des ateliers pédagogiques ainsi qu'une exposition photographique ont été proposés aux clients. L'esprit de la banquise s'est aussi retrouvé dans les **œuvres en papier** de Lorenzo Papace, dont la pièce maîtresse était incontestablement le **sapin de Noël**, mettant en scène une famille d'ours polaires. A l'occasion de cette opération, les Galeries Lafayette ont aussi mis en vente une **macotte au profit de l'association Wild Touch**, ce qui a permis de récolter **plus de 23 000 €* pour financer ses actions**.



OBJECTIFS 2017

Renforcement du pilotage du tri des déchets

Diminution de la part des sacs plastiques et diffusion de sacs réutilisables éco-conçus

Recours au papier recyclé pour les supports de communication

Mise en place du projet Broc GL, pour une seconde vie des éléments de décor

Collecte permanente des ustensiles de cuisson des clients au BHV MARAIS

Collecte permanente des textiles usagés des clients dans les magasins Galeries Lafayette

Etude et plan d'actions sur l'alimentation responsable avec GoodPlanet

PERFORMANCE DU BÂTI ET DES FLUX

AMBITION

Déployer une politique énergétique ambitieuse, visant la neutralité carbone, tant pour les bâtiments que pour l'ensemble des flux et transports.

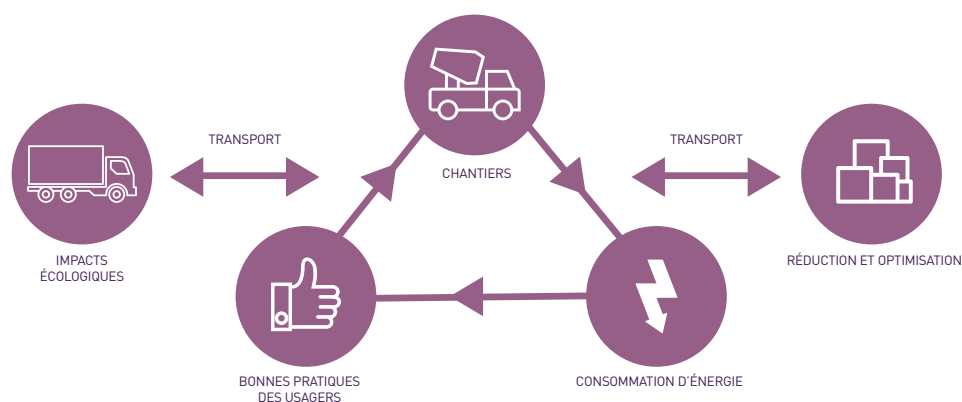
OBJECTIFS 2030

100%
de l'énergie
consommée
issue de sources
renouvelables
dont 20% via
l'auto-production

ZÉRO
émission de
CO₂
sur l'ensemble
des flux

-40%
de consommation
d'énergie
par rapport
à 2015

ENJEUX



NOS ACTIONS

100%
d'électricité d'origine
RENOUVELABLE
pour la branche Grands
MAGASINS

-14%
d'émissions de
GAZ
À EFFET DE
SERRE liés aux **FLUX**
MARCHANDISES

-50%
d'émissions GES du
BÂTI
pour le Groupe



ISO 50 001
CERTIFICATION
ENVIRONNEMENTALE
MAGASIN HAUSSMANN

10 véhicules
roulant au
BIOGAZ
pour les livraisons Galeries Lafayette
sur Paris

Charte chantiers
RESPONSABLES



-3% de
CONSOMMATION
ÉNERGÉTIQUE
pour le Groupe

22 sites équipés de systèmes
de pilotage
POUR SUIVRE &
REDUIRE NOTRE
CONSOMMATION



45% des sites
du Groupe
partiellement
équipés



PERFORMANCE DU BÂTI & DES FLUX

En tant que leader du commerce de coeur de ville présent en France et à l'international avec 280 magasins, l'optimisation de la gestion du bâti et de ses consommations ainsi que la maîtrise de l'impact des flux sont des enjeux de taille. Des actions ambitieuses et de long terme ont été initiées ces dernières années pour y répondre de manière adéquate, comme un plan de certifications environnementales, une charte chantiers responsables ou encore un Plan Vert pour les flux logistiques en Île-de-France.

ÉNERGIE CONSOMMER MOINS ET MIEUX

Depuis janvier 2016, la Branche Grands Magasins (Galeries Lafayette et BHV MARAIS) est fournie à **100% en électricité garantie d'origine renouvelable**. La fourniture en électricité représente un poste d'émissions important puisque ce contrat a permis à lui seul la **réduction de 51 % des émissions de GES liées au bâti sur l'ensemble du Groupe**. Le travail se poursuit parallèlement sur la **réduction des consommations** avec la mise en œuvre de la **charte sur l'éclairage responsable**. L'installation de **LED** s'effectue au fur et à mesure des remodelings, 45 % des sites étant partiellement équipés en LED à fin 2016. Enfin, si **22 sites sont**

équipés de systèmes de gestion technique pour optimiser les consommations, ce sont surtout les résultats de l'**audit énergétique mené sur 20 magasins** qui ont permis de définir un pilotage et un plan d'actions efficace pour les années à venir.



Espace Maison / Galeries Lafayette Nantes

UN BÂTI URBAIN VERTUEUX

Le groupe Galeries Lafayette est spécialisé dans le **commerce de centre-ville**, et possède un **parc immobilier important**, qu'il est important de rendre plus **performant et écologique**. L'impact du bâti est tout d'abord lié à sa construction et/ou sa rénovation : **une charte chantiers responsables**

a été établie pour engager des logiques plus circulaires et écologiques en matière de construction, et un **programme d'investissements** a été formulé pour permettre des rénovations énergétiques du bâti existant. En matière de gestion des infrastructures, un **plan de certifications environnementales** a été mis en place, la première **certification ISO 50 001 ayant été décernée à Haussmann** fin 2016.

Galeries Lafayette Annecy © Manuelle Gautraud



VALORISER LE PATRIMOINE INNOVER POUR LA VILLE

Les enjeux de valorisation du bâti sont doubles : préserver un héritage architectural tout en innovant pour la transformation urbaine. **L'engagement du Groupe pour l'agriculture urbaine** avec **2 potagers en permaculture hors sol** sur les toits de nos magasins (**Haussmann et Annecy**), mais aussi les **ruches sur les toits** de 3 magasins (Haussmann, Nice, Strasbourg) du siège illustrent parfaitement ces enjeux. La création artistique change aussi le regard que nous pouvons porter sur le bâti, que ce soit à travers des commandes artistiques ou des projets performatifs comme **Mutant Stage**, série de performances dans le bâtiment en travaux de la Fondation d'entreprise Galeries Lafayette.



DES FLUX PLUS ÉCOLOGIQUES

Les actions mises en œuvre depuis plusieurs années pour alléger l'impact environnemental des activités logistiques portent leurs fruits puisqu'en 2016 **les émissions de GES liées aux flux ont été réduites de 14 %**. Les **transports de la Branche Grands Magasins** ont été évalués par l'agence TK'Blue Agency qui leur a décerné la **note de A (B- en 2015)**, ce alors même que le périmètre a été élargi pour intégrer les flux d'e-commerce, d'import et de distribution à l'international. Un travail important d'**optimisation du transport aérien et routier** a été engagé, avec une optimisation des planings, des circuits de logistique mais aussi avec la **reverse logistique** (prise en compte des flux de retour). Dans le cadre du **Plan Vert Île-de-France**, les **magasins Galeries Lafayette** dans Paris

intra muros se sont engagés dans une démarche de livraison écologique avec une flotte de **10 véhicules roulant au biogaz**, rejoignant le **BHV MARAIS** qui l'année précédente avait entamé un **renouvellement écologique** de sa flotte.



OBJECTIFS 2017

Lancement des certifications environnementales pour les projets de nouveaux magasins et le siège de la Branche Grands Magasins

Animation de la performance environnementale des magasins avec la mise en place de scorecards

Lancement du programme efficacité énergétique

Déploiement de la charte chantiers responsables

Potager au BHV MARAIS et végétalisation du toit du siège

Déploiement des livraisons au biogaz en Île-de-France

SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

AMBITION

Traduire au quotidien notre identité par la mise en œuvre de nos valeurs.
Etre exemplaire dans nos comportements envers nos client(e)s,
nos salarié(e)s et nos partenaires.

OBJECTIFS 2030

80%
des collaborateurs
engagés dans
la durée

Indice de
satisfaction clients
(NPS) à
90 %

10%
de fournisseurs
issus de
l'ESS

ENJEUX

PARTIES PRENANTES



NOS ACTIONS

**LAFAYETTE
INNOV'ACTION**
191* PROJETS
proposés sur
la plateforme

☒ **CHARTRE
ACHATS
RESPONSABLES**

785*
COLLABORATEURS
ont participé au challenge Innov'action

CODE ÉTHIQUE
9 THÉMATIQUES
TRANSVERSALES
2^{ÈME} ÉDITION
3 LANGUES

**LAFAYETTE
ENTRAIDE**
500+
CONNEXIONS
sur le **SITE WEB** dédié en 3 mois

10 **MAGASINS** mis en
ACCESSIBILITÉ
en 2016

70 **COLLABORATEURS**
ACCOMPAGNÉS

**QUALITÉ DE
VIE AU TRAVAIL**
342 000 €
RÉFECTION DES ÉQUIPEMENTS
LOCAUX SOCIAUX

ECHOS
83% **73%**
taux de participation sur le Groupe des
collaborateurs engagés

**BIEN-ÊTRE
AU TRAVAIL**
Ateliers, Journées ...

**FORMATION
RISQUES
PSYCHO-SOCIAUX**

SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

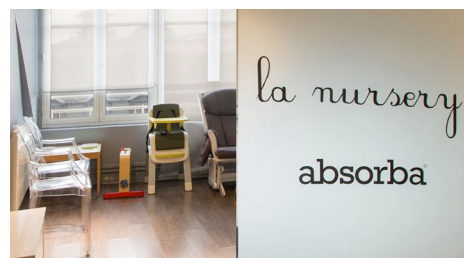
Une stratégie Développement Responsable cohérente s'adresse à l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, pour être la plus globale et transversale possible. Le degré de transversalité est même un facteur essentiel de réussite et de possibilité d'actions ambitieuses. Un des plans de notre stratégie est donc dédié à l'attention que nous portons à l'ensemble de nos publics.

PASSIONNÉMENT CLIENTS

En tant que groupe marchand, tous nos efforts doivent être guidés par la volonté de **répondre toujours mieux aux attentes de nos clients**. Dans cette logique, **les magasins doivent être des espaces de vie, ouverts à tous**. Des infrastructures comme des **zones de repos** ou des **nurseries** sont déjà proposées. L'accent est mis aujourd'hui sur l'accueil des **personnes en situation de handicap**, les travaux d'accessibilité ayant été réalisés sur 10 magasins en 2016. Un e-learning a par ailleurs été conçu pour **former les forces de vente** à l'accueil des clients en situation de handicap. Le magasin devient aussi lieu de vie par sa capacité à **proposer des services**

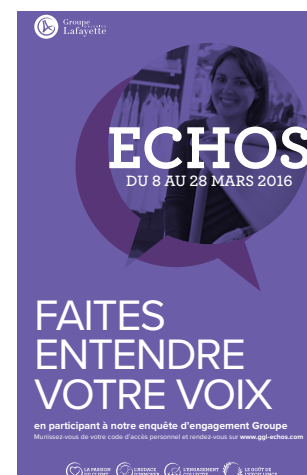
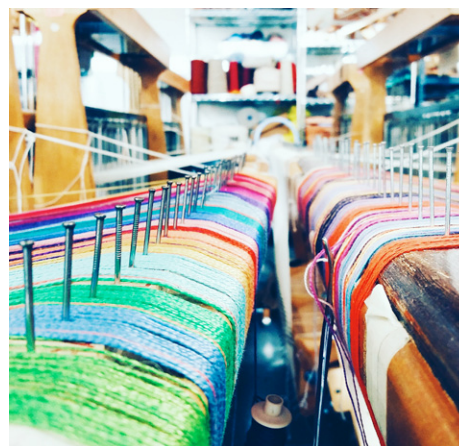


classiques (**pressing, retouches**) mais aussi plus innovants comme **La Ruche du BHV MARAIS** (vente hebdomadaire de produits alimentaires locaux via La Ruche qui dit oui). **L'ouverture des magasins Haussmann et BHV MARAIS le dimanche** constitue une vraie avancée dans la proposition aux clients parisiens, leur permettant de faire leurs achats tout le week-end tout en ouvrant la voie à d'autres offres (brunch, cours de sport...).



FOURNISSEURS UNE RELATION DE QUALITÉ

Le Groupe porte une attention particulière à sa responsabilité envers ses fournisseurs. Une **charte achats responsables** a été établie à cette fin pour les achats indirects (achats hors marchandises). Cette charte a pour objectif d'encourager, à niveau de prestation et prix égaux, des **achats auprès du secteur adapté et protégé**, mais aussi d'**intégrer des critères environnementaux**. Des actions ambitieuses ont été lancées fin 2016 pour appréhender la qualité de notre relation à nos fournisseurs et travailler plus étroitement avec eux, parmi lesquelles la rédaction d'un questionnaire qui leur sera envoyé pour **ouvrir le dialogue**.



ENGAGEMENT & INNOVATION

L'engagement et le bien-être des salariés sont au cœur de toute réussite d'entreprise. Le Groupe s'attache à **s'enquérir du retour des collaborateurs** dans une logique d'amélioration continue : l'**enquête ECHOS** en 2016, **première enquête d'engagement interne** ouverte à l'ensemble des collaborateurs, a rencontré un franc succès avec **83% de participation**. Cette année a aussi vu la **2^{de} édition du Challenge Lafayette Innov'action**, invitant les salariés à être force de proposition dans la transformation de l'entreprise, avec à la clé la **mise en place des projets**. Les lauréats de l'édition 2016 sont : GALAS (projet d'amélioration des inventaires et du suivi des stocks), GL Style (chaîne youtube de conseil mode) et Broc GL (vente des éléments de décor des magasins). Enfin, le **nouveau Code Ethique du Groupe**, facteur de partage et d'engagement de tous sur des valeurs communes, a été finalisé pour une diffusion à l'ensemble des collaborateurs début 2017.

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL



Cours de yoga dans le nouvel espace 13:15 au BHV MARAIS

La Branche Grands Magasins est historiquement engagée sur les questions de sensibilisation au handicap la **"Journée Handi'Engagée"** a d'ailleurs fêté ses dix ans cette année. En 2016, un grand **plan d'actions triennal sur la qualité de vie au travail** a été lancé, comportant trois volets : la prévention des risques professionnels, la promotion du bien-être au travail et le développement des relations de travail de qualité. Cette année, **342 000 €** ont été investis (sur une enveloppe totale de 1,2 million d'euros) pour **l'amélioration des équipements et des**

locaux sociaux. Ont aussi été mises en place **des actions collectives de bien-être au travail** et une **formation de prévention des risques psychosociaux**. Le Groupe a aussi lancé en octobre 2016 **Lafayette Entraide**, un **dispositif d'écoute et d'accompagnement** des salariés pour les sujets d'équilibre vie privée / vie professionnelle. Ce service est géré par une société externe pour garantir la confidentialité des échanges. A fin 2016, **70 salariés** ont fait l'objet d'un accompagnement individualisé.



OBJECTIFS 2017

Développement de nouveaux services en magasin

Diffusion du Code Ethique à l'ensemble des salariés du Groupe

Déploiement de la charte achats responsables

Réalisation de l'enquête fournisseurs

Organisation de trophées de la RSE pour les magasins

ART DE DONNER

AMBITION

Exprimer notre ambition de développement responsable par une politique de dons, mécénat et partenariats au service de notre culture et de nos valeurs.

OBJECTIFS 2030

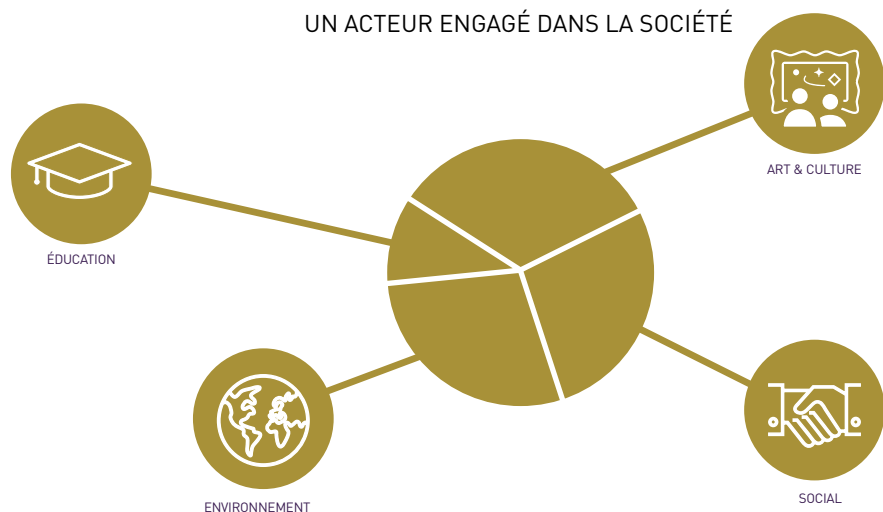
10%
des salariés
engagés dans
le mécénat de
compétences

20%
de clients engagés
dans nos actions de
mécénat

+20%
de bénéficiaires des
dons et du mécénat
du Groupe versus
2015

ENJEUX

UN ACTEUR ENGAGÉ DANS LA SOCIÉTÉ



NOS ACTIONS

4 DOMAINES



ÉDUCATION



ART & CULTURE



ENVIRONNEMENT



SOCIAL

55 INSTITUTIONS
SOUTENUES
EN 2016



1 700
COLLABORATEURS
ont bénéficié cette année de
BILLETTS, VISITES GUIDÉES

15 MAGASINS
mettent en avant des
CRÉATEURS
LOCAUX

920* OUVRIERS
formés au Bangladesh en
partenariat avec l'ONG



+650 000*
BÉNÉFICIAIRES
DU DON de produits
dans l'année

2 700*
JOUETS
COLLECTÉS
pendant l'opération NOËL

DES PARTENARIATS
PÉRENNES
TRANSVERSAUX



FINANCIER



COMPÉTENCES



TECHNIQUE



PROMOTION

ART DE DONNER

Plus que du mécénat, le soutien aux associations et institutions est un véritable engagement du Groupe dans la société civile, articulé autour de 4 domaines d'action : la culture, le social, l'environnement et l'éducation. Les engagements pérennes du Groupe dépassent tous la logique du seul soutien financier pour aller vers des partenariats très cohérents, complets et inscrits dans la durée, travaillant à la fois sur le mécénat financier, produit, de compétences ou même logistique.

SOUTENIR LES ACTIONS D'INTÉRÊT GÉNÉRAL

Acteur engagé de la société, le groupe Galeries Lafayette est investi dans des projets associatifs se donnant des **missions sociétales ou environnementales majeures**. Le mécénat produit, avec le **don d'invendus**, s'effectue majoritairement avec 3 associations : **Emmaüs Défi**, **Dons Solidaires** et l'**Agence du Don en Nature**. D'autres soutiens s'effectuent autour de projets ou thématiques spécifiques : l'**Association Française de Culture Hors Sol** pour les **potagers** sur les toits ou **Emmaüs Défi** autour du **chantier de réinsertion** et de la **Banque Solidaire de l'Équipement**. Certains engagements du Groupe se font simplement du fait de la **conviction en la mission d'intérêt général** effectuée, comme la lutte contre l'**isolement des personnes handicapées** avec **Simon de Cyrène**.



FAIRE AVANCER L'ÉDUCATION ET LA RECHERCHE

Le Groupe apporte son soutien à des établissements comme l'**Institut Français de la Mode** ou la **Fondation INSEAD** mais aussi à des projets spécifiques. Ainsi, en février le groupe Galeries Lafayette est devenu **Grand Mécène de la Chaire RSE d'Audencia Business School**, afin de soutenir la recherche en vue de l'émergence de nouveaux modèles vertueux. Le **soutien à Sciences Po Paris** pour la **création d'un campus multidisciplinaire** à l'**Hôtel de l'Artillerie** s'inscrit dans la même optique, encourageant l'innovation et l'excellence.



Vitrines sur l'art / Galeries Lafayette Nantes

L'ENGAGEMENT POUR LA CRÉATION

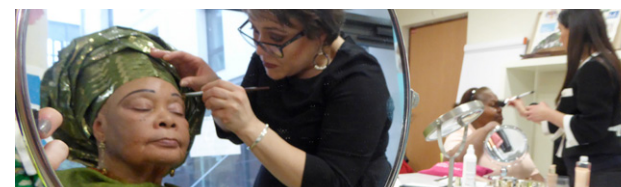
Le Groupe **soutient la création** dans les domaines de l'**art contemporain**, de la **mode** et du **design**, tout à la fois par la promotion de jeunes talents (à travers **les prix de l'ANDAM** et de **la villa Noailles**) mais aussi d'événements ou institutions installés dans le paysage culturel et artistique (**la FIAC**, **le 104** ou encore **le Centre Pompidou**). Cet engagement historique du Groupe se décline localement avec deux événements : **Vitrines sur l'Art** depuis 2008 dans certains magasins du réseau, et **Windows on Talent** depuis 2015. Depuis 2013, cet engagement s'incarne aussi par le partage et le soutien à l'art contemporain et à la création artistique avec **la Fondation d'entreprise Galeries Lafayette**. Institution hybride et pluridisciplinaire, la Fondation se veut être à la fois un vecteur de **partage d'œuvres**, de **création de lien avec le public** et de **soutien technique à la production artistique**. Elle **s'installera en 2017 dans un lieu permanent** au cœur du Marais pensé sur mesure par l'**agence OMA** pour répondre à ses besoins.

PARTAGER L'ART ENSEMBLE



La création est au cœur des valeurs de l'entreprise, tant dans ses métiers que ses actions de mécénat. Toute **création**, œuvre ou exposition est réalisée dans une optique de **partage**. Plus de **1 700 collaborateurs** ont ainsi pu profiter cette année de visites guidées ou d'invitations à des événements soutenus par le Groupe. Le Groupe installe aussi l'art au cœur du lieu de travail avec les **pop-up**, présentant des œuvres du Fonds de dotation Famille Moulin, **au siège** mais aussi avec le **Pop-Up Truck** cette année qui a permis l'**installation éphémère d'œuvres dans les entrepôts**.

ZOOM SUR LE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES



Un **pilote** a été lancé cette année sur cette nouvelle forme de mécénat **impliquant les collaborateurs** dans le travail réalisé par les associations tout **en répondant à un besoin très concret**. Le pilote concerne **4 entités du Groupe** et quelques missions ont été effectuées, ce qui a permis d'affiner le process, la nature des missions et la mise en œuvre concrète du dispositif.



OBJECTIFS 2017

Vente de produits
Emmaüs au BHV
MARAIS

Signature de nouveaux
partenariats avec la
Fondation GoodPlanet et
Bayes Impact

Déploiement
du mécénat de
compétences



Groupe
GALERIES
Lafayette

Galerias
Lafayette

LE BHV/MARAIS

LOUIS PION

RQZ

ROYAL QUARTZ PARIS

GUÉRIN
JOAILLERIE

INSTANTLUXE
com

BAZARCHIC
MODE • DÉCO • VIN • VOYAGES



developpementresponsable@galerieslafayette.com

www.groupegalerieslafayette.fr