

ELLE POUR DIRE
RESPONSABLE. POUR U
RESPONSABLE. PO
E PLUS RESPONSAB
NE MODE PLUS RESP
POUR UNE MODE PL
ABLE. POUR UNE MO
PONSABLE. POUR U
S RESPONSABLE. PO
E PLUS RESPONSAB
NE MODE PLUS RESP
POUR UNE MODE PL
ABLE. POUR UNE MO
PONSABLE. POUR U
S RESPONSABLE. PO
E PLUS RESPONSAB
NE MODE PLUS RESP
POUR UNE MODE PL



Groupe
Lafayette

RAPPORT DÉVELOPPEMENT
DURABLE 2019

NOS ENGAGEMENTS EN TROIS AXES

EMPLOYEUR
RESPONSABLE ET SOLIDAIRE

p. 10 à 13

ACTEUR
DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

p. 14 à 17

VITRINE
DE LA MODE RESPONSABLE

p. 18 à 21

ÉDITORIAL

Un an après le lancement de notre label Go for Good pour une mode plus responsable, force est de constater que le mouvement est en marche. Notre label réunit plus de 600 marques au sein de nos magasins et en ligne, proposant plus de 12000 produits ayant un bénéfice environnemental, social ou local substantiel. 700 000 clients ont acheté des produits Go for Good en 2019, démontrant l'intérêt pour la voie dans laquelle les Galeries Lafayette se sont engagées.

Cette année a été consacrée à la consolidation de la démarche, car après le succès de son lancement il était important de prouver qu'il s'agissait là d'un mouvement de fond et non d'une opération ponctuelle. Le défi a été relevé puisqu'à l'heure de son premier anniversaire, Go for Good enregistrait une hausse de 20% du nombre de marques et du nombre de références. Plusieurs marques sœurs des Galeries Lafayette ont également rejoint le mouvement, parmi lesquelles La Redoute et Louis Pion, autant pour les produits de leurs marques propres, que pour les marques qu'ils accueillent sur leurs plateformes marchandes.

Une étape importante a été franchie avec l'adoption d'objectifs à horizon 2024 qui donnent une ambition concrète et mesurable pour faire évoluer l'offre de produits et de services proposée à nos clients. Go for Good a fait la démonstration qu'une autre mode était possible, avec la formulation de ces objectifs, c'est un changement de paradigme qu'amorcent les Galeries Lafayette pour changer la mode.

Au-delà de Go for Good, notre engagement pour un commerce responsable infuse aussi l'ensemble de nos actions comme en atteste ce rapport à travers, entre autres, notre engagement en faveur de l'égalité femmes-hommes, le don des invendus aux associations, la réduction de notre consommation d'énergie ou le soutien à l'agriculture urbaine. Un ensemble d'actions concrètes qui contribuent à changer positivement notre activité et que je vous invite à découvrir dans ces pages.

Philippe Houzé
Président du Directoire
Groupe Galeries Lafayette

LE GROUPE GALERIES LAFAYETTE

LOUIS PION



BAZARCHIC

LE BHV/MARAIS



La Redoute



Spécialiste de la mode implanté au cœur des villes, le groupe Galeries Lafayette se développe, en France et dans le monde, comme une référence du commerce omnicanal et contribue à faire rayonner un certain Art de Vivre à la française à travers ses marques : Galeries Lafayette, BHV MARAIS, Eataly, La Redoute*, Galeries Lafayette-Royal Quartz Paris, Louis Pion, BazarChic et Mauboussin*. Fort de son patrimoine architectural et d'une solide culture de l'innovation, le groupe Galeries Lafayette accueille chaque jour plus de 60 millions de visiteurs dans ses 290 magasins

et sites e-commerce. Le Groupe entretient un lien historique et affectif avec ses clients qui continue à vivre sur tous ses points de rencontre, physiques ou digitaux, pour offrir le meilleur du commerce et de la création. Employeur privé de premier plan en France avec 14000 collaborateurs, le groupe Galeries Lafayette assoit son identité sur des valeurs fondatrices : la passion du client, l'audace d'innover, l'engagement collectif et le goût de l'excellence.

* La Redoute et Mauboussin ne sont pas comprises dans le périmètre des actions et des données présentées dans ce rapport.

1894
Création des Galeries Lafayette par Théophile Bader

Un groupe **100%** familial

4,5 Md€
de ventes au détail

Une participation significative dans le **GROUPE CARREFOUR**

290
magasins

95%
d'emplois en France

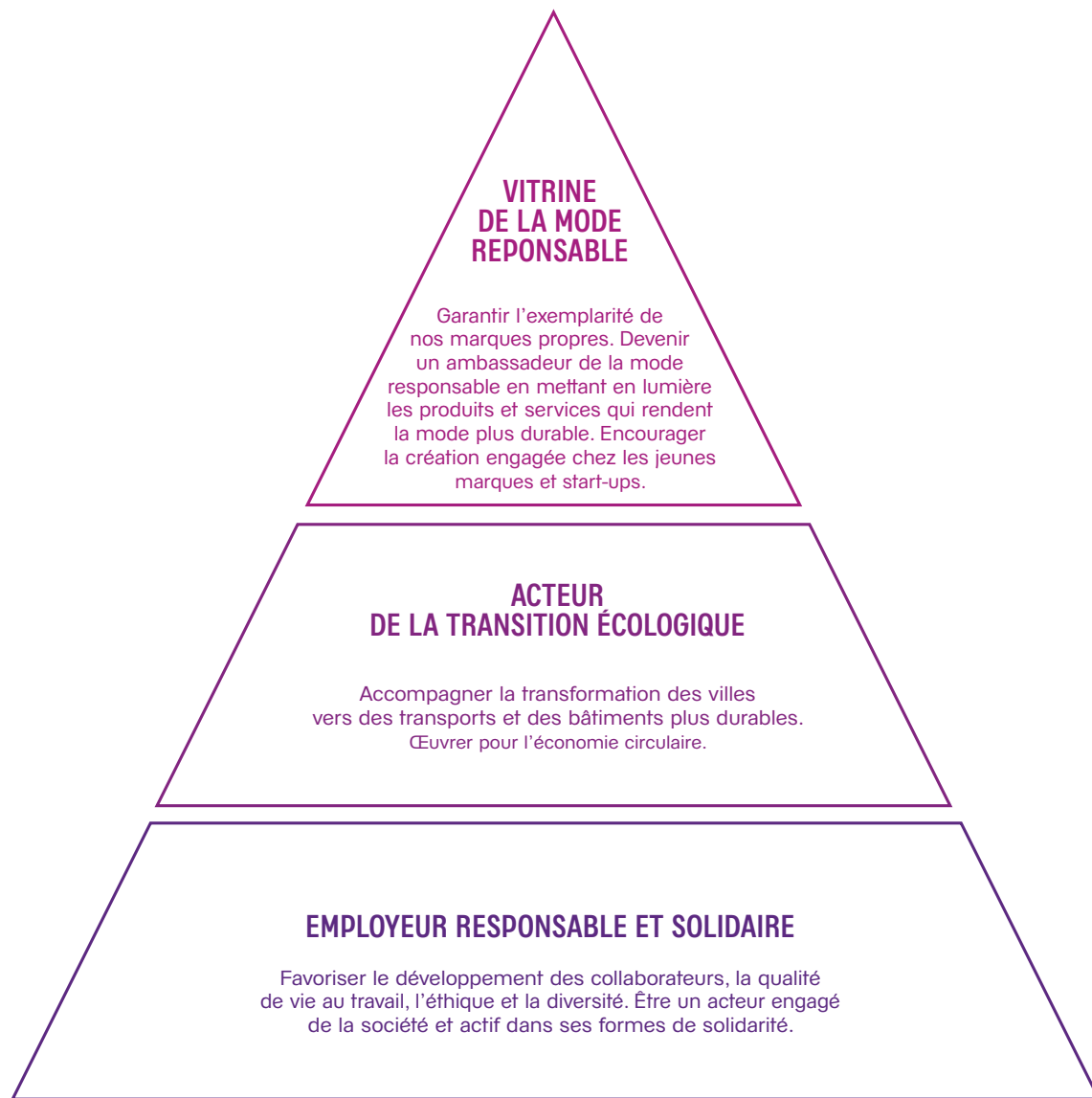
CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le Groupe soutient pleinement les Objectifs du Développement Durable (ODD) des Nations Unies et s'attache à lire son action à l'aune de cette feuille de route. Les 17 Objectifs du Développement Durable (ODD) sont un appel des Nations Unies à agir pour relever les défis mondiaux à l'horizon 2030 pour construire un avenir meilleur et plus durable pour tous. La stratégie Développement Durable du groupe Galeries Lafayette contribue dans son ensemble à 12 de ces 17 objectifs.

Chaque pilier de la stratégie Développement Durable participe de manière directe ou indirecte à des objectifs différents, comme le montre le schéma ci-dessous :

EMPLOYEUR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE	3 Bonne santé et bien-être	5 Égalité entre les sexes	8 Travail décent et croissance économique	10 Inégalités réduites	
ACTEUR DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE	7 Énergie propre et d'un coût abordable	9 Industries innovations et infrastructures	11 Villes et communautés durables	13 Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques	
VITRINE DE LA MODE RESPONSABLE	1 Pas de pauvreté	8 Travail décent et croissance économique	12 Consommation et production responsables	14 Vie aquatique	15 Vie terrestre

NOTRE STRATÉGIE DÉVELOPPEMENT DURABLE



NOS OBJECTIFS 2024 POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE

+25%

de l'offre proposée labellisée
Go for Good

100%

des nouvelles marques référencées
à partir de 2024 disposeront
d'une offre Go for Good

+200

jeunes marques de mode engagées
soutenues et distribuées en magasin
et en ligne

100%

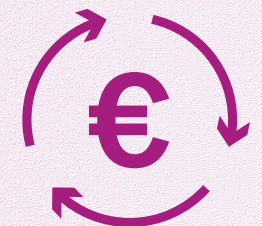
de la marque propre Galeries Lafayette
répondant à des critères responsables
et production d'une nouvelle ligne 100%
traçable à la demande



Des solutions de revente
ou de recyclage pour
tous les produits achetés
en magasin et des
services de seconde main
et de location encourageant
l'économie circulaire



Un programme de fidélité
incitant les achats
Go for Good grâce
au versement de points
bonus additionnels



Reversement annuel
d'une part du chiffre
d'affaires généré par les
produits Go for Good
au profit de projet
en faveur d'une mode
plus responsable

LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE 2019



↑ MARS

Premier vote du public dans le cadre du programme Go for Good x Ulule pour élire leur jeune marque engagée favorite et lui faire gagner un soutien des Galeries Lafayette.



↑ JUIN

La Redoute rejoint Go for Good.

AOÛT →

Lancement de l'opération « Changeons de mode » avec plus de 600 marques partenaires pour célébrer le premier anniversaire du mouvement Go for Good. Signature du Fashion Pact au G7 à Biarritz.



©Bee_influencer 2019/2020 - Fondation de France

↑ DÉCEMBRE

Opération La Ruche de Noël en partenariat avec Bee'nfluencer, l'abeille influenceuse de la Fondation de France pour sensibiliser à la disparition des abeilles et lever des fonds pour leur préservation.

MAI →

Lancement d'un service de collecte et de recyclage des flacons de parfum dans les magasins Galeries Lafayette.



© Estelle Poulalion

↑ SEPTEMBRE

Participation au premier salon Impact, le salon Who's Next dédié à la mode responsable. Les Galeries Lafayette et Louis Pion lauréats des prix LSA La Conso s'engage avec Go for Good dans les catégories « Achats responsables » et « Meilleur produit RSE ».



EMPLOYEUR RESPONSABLE ET SOLIDAIRE

CHIFFRES CLEFS 2019



35%

des postes vacants pourvus par la mobilité interne



+2 000

collaborateurs ont suivi les 3 parcours de formation Learn for Good sur le coton biologique, la matière recyclée et la fabrication française



92/100

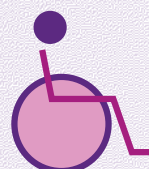
Note à l'index égalité femmes-hommes

initiative **#StOpE**



4

associations bénéficiaires de l'arrondi sur salaire



5,3%

de collaborateurs en situation de handicap

Signature de la charte #StOpE contre le sexisme ordinaire en entreprise



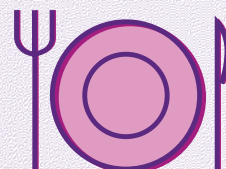
148

missions de mécénat de compétences



145 000

invendus non alimentaires donnés à des associations



110 000

équivalent repas donnés à des associations

PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ FEMMES – HOMMES

En 2019, un accent particulier a été porté sur les enjeux d'égalité femmes-hommes, afin d'en faire un axe fort en interne et en externe dans une entreprise où 65% des postes de cadre sont occupés par des femmes. L'index égalité femmes-homme a ainsi dénoté une progression de 11 points en un an, s'établissant à de 92/100. L'entreprise a par ailleurs décidé de soutenir la **Fondation des Femmes**, structure de référence en France pour les droits des Femmes et contre les violences faites aux femmes, dans la **création de la Cité Audacieuse**, premier lieu français dédié pour le rayonnement de

l'égalité femmes-hommes. Cet engagement se traduit aussi par un travail sur le sexisme, avec la signature de la charte #StOpE contre le sexisme ordinaire en entreprise en décembre 2019 qui fait de cet enjeu un axe majeur d'engagement sur les prochaines années.



Signature de la charte #StOpE contre le sexisme ordinaire

DÉVELOPPER LE POTENTIEL DES COLLABORATEURS

Le développement des collaborateurs, de leurs compétences mais aussi de leur parcours de carrière, est un axe fondamental de notre action en tant qu'employeur responsable. Cet enjeu est particulièrement appréhendé dans l'entreprise puisque 34% des cadres y sont entrés en tant qu'employé ou agent de maîtrise et que plus d'1/3 des postes vacants sont pourvus grâce à la mobilité interne. Cela est facilité par une politique formation portée par une Académie interne qui déploie tant des formations métiers régulières que des programmes pédagogiques sur-mesure à l'image de celui réalisé en 2019 pour les collaborateurs d'Eataly Paris Marais. L'année a été marquée par la digitalisation puisque plus de

50 modules e-learning du catalogue de formation ont été mis en libre accès, dont 3 premières capsules de formation sur les critères Go for Good pour former les conseillers de vente aux argumentaires client sur le coton biologique, la matière recyclée et la fabrication française. En 2019, 83% des collaborateurs ont bénéficié d'une formation.



Capsule de E-Learning Go for Good



INCLURE TOUTES LES DIVERSITÉS

En complément de l'égalité femmes-hommes, le groupe Galeries Lafayette s'engage pour toutes les formes de diversité, source de richesse et de créativité. Cette diversité se traduit tout d'abord par le fait d'avoir **plus de 100 nationalités représentées** dans l'entreprise. Mais la diversité ne peut s'entendre sans son pendant, l'inclusion. **5,3% des collaborateurs du Groupe sont en situation de handicap** et plus de **100 collaborateurs ont été accompagnés au maintien dans l'emploi** dans le cadre de la politique Handicap de l'entreprise. Cette politique se traduit aussi par des **actions de sensibilisation régulières** en interne comme la participation pour la deuxième édition consécutive à la



La course inter-entreprise « Ensemble »

course inter-entreprise Ensemble qui associe personnes valides et en situation de handicap, ou l'organisation d'une **journée Handi Engagée** dans tous les sites Galeries Lafayette et BHV MARAIS depuis plus de dix ans.

PROMOUVOIR UNE MODE POSITIVE POUR TOUS

L'année 2019 a été marquée par une refonte de la politique, **pour être au plus près des enjeux de mode responsable** et incarner une mode positive pour tous. À ce titre, deux nouveaux partenariats ont été signés, avec la **Casa 93** qui propose une formation gratuite sur la mode et la création sans condition de diplôme, et **Un regard pour toi** qui propose des expériences shopping aux personnes déficientes visuelles. Une mode positive pour tous doit aussi accompagner l'écosystème de l'industrie de la mode – comme avec le **projet « Where the Rain Falls »** mené avec l'ONG CARE, qui accompagne **100 petits producteurs de coton** à la conversion vers des **modes de production plus écologiques** et résilients au changement climatique. La logique d'animation des partenariats au plus près de l'activité et des collaborateurs a perduré et s'est renforcée à travers des dispositifs comme **l'arrondi sur salaire leur permettant de faire un micro-don mensuel** directement depuis leur bulletin de paie. Le mécénat produit s'est matérialisé, lui, par plus de **145 000 articles** et **110 000 équivalent repas donnés aux associations Dons Solidaires, Emmaüs Défi** ou encore **A.N.D.E.S.** Le mécénat projet a permis des projets au cœur du magasin, à l'image du **corner de vente éphémère Emmaüs Défi** aux Galeries Lafayette Haussmann en octobre 2019. Enfin, le **mécénat de compétences** permet de renforcer les liens entre les collaborateurs et les associations partenaires avec **148 missions effectuées par les collaborateurs.**

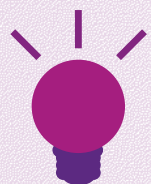


**FONDATION
DES FEMMES**



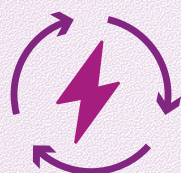
ACTEUR DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

CHIFFRES CLEFS 2019



-9,4%

diminution de la consommation d'énergie du magasin Galeries Lafayette Haussmann entre 2018 et 2019



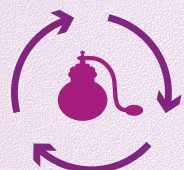
100%

d'électricité d'origine renouvelable renouvelable dans nos magasins Galeries Lafayette et BHV Marais en France



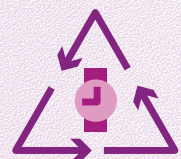
-50%

diminution de la quantité de papier consommée (vs 2017)



10 000

flacons de parfum recyclés



11 000

montres collectées auprès des clients de Louis Pion pour être recyclées



11

ventes d'anciens éléments de décoration de nos magasins au profit d'associations caritatives



+18 000

dépôts de textiles à recycler par nos clients en magasin



100%

des livraisons magasins en Île-de-France au GNV



3 200 m²

de potager sur les toits de nos magasins

INNOVER POUR UNE LOGISTIQUE PLUS VERTUEUSE

Depuis plusieurs années la livraison de tous nos magasins en Île-de-France est réalisée par des camions GNV permettant une réduction de 90% des particules nocives pour la santé. Depuis 2019 les magasins Galeries Lafayette de Strasbourg et de Luxembourg bénéficient aussi de ce mode de livraison. L'ensemble des commandes du site de e-commerce galerieslafayette.com sont par ailleurs livrées par des partenaires compensant 100% des émissions carbone liées à la livraison. Afin d'aller plus loin sur le sujet, l'utilisation d'enveloppes en papier kraft a été testée cette année avec succès sur 50 000 commandes e-commerce,



Livraison à vélo pour Paris intramuros au BHV Marais Rivoli

permettant de réduire les déchets liés au packaging mais aussi d'améliorer le remplissage des camions et donc de diminuer le nombre de livraisons. Afin de tester des nouvelles mobilités zéro émission les Galeries Lafayette participent aussi à un projet pilote de mobilité hydrogène avec Akuo Energy, Ataway et JCDecaux.

AIDER NOS CLIENTS À ADOPTER DES GESTES DE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

Accompagner les clients pour une consommation plus responsable tout au long de leur parcours client fait partie intégrante de la démarche d'un magasin responsable. Outre la sélection et signalisation de produits avec le label interne Go for Good (cf. p. 19), cela se traduit par le ticket dématérialisé sans papier, la proposition de **sacherie responsable** (plus de 28 000 totebags fabriqués en France en textiles recyclés vendus en 2019). Participent aussi de cette démarche les **systèmes de collecte et recyclage** mis à disposition du client : collecte de textiles dans tous les magasins Galeries Lafayette (plus de 18 000 dépôts en 2019), collecte de flacons de parfum (plus de 10 000 flacons collectés sur l'année), collecte

de montres proposée par Louis Pion (11 000 montres collectées en 2019), mais aussi des opérations ponctuelles (linge de lit, jouets, cartables, ustensiles de cuisine etc.).





ENCOURAGER AU RECYCLAGE DES RESSOURCES

Le groupe Galeries Lafayette s'efforce de mener son activité en diminuant sa consommation de ressources au quotidien et en favorisant le recyclage des déchets produits. La consommation de papier des catalogues, poste le plus important de consommation, a ainsi été diminuée par deux entre 2017 et 2019, alors que les catalogues sont passés à 95% en papier recyclé. Les emballages plastique ont aussi été supprimés pour le linge de lit de la marque propre Absolutement Maison en 2019 (ci-contre). Le Groupe cherche aussi à mettre en œuvre des solutions d'économie circulaire, qu'il s'agisse de denrées alimentaires ou de décorations. La solution Too Good To Go, déployée en 2018, a permis cette année de sauver 9 166 repas



BROC GL pour l'utilisation des ressources

en les commercialisant à prix réduit en fin de service. Les ventes Broc GL, ventes d'anciens éléments de décor des magasins, ont quant à elles permis de donner une seconde vie à près de 10 000 pièces tout en reversant plus de 20 000€ à des associations.

AMÉLIORER L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES MAGASINS

Les Galeries Lafayette travaillent depuis plusieurs années à améliorer les performances environnementales du bâtiment, avec une politique de certification environnementale des nouveaux magasins selon le label BREEAM et la mise en œuvre d'une charte chantier responsable édictant des critères environnementaux pour les travaux de rénovation. Afin de réduire la consommation d'énergie des magasins et entrepôts des systèmes de Gestion Technique Centralisée ont été déployés et le remplacement systématique par des LED lors du remodeling des magasins a été mis en place. Le magasin Galeries Lafayette Haussmann

est engagé dans une démarche de management de l'énergie et a dans cette optique renouvelé cette année sa certification ISO 50001. L'ensemble de ces actions ont permis une diminution en un an de 4,3% de la consommation d'énergie du Groupe et de près de 10% de celle du magasin Galeries Lafayette Haussmann. La fourniture en électricité couverte par des certificats de garantie d'origine renouvelable de la Branche Grands Magasins depuis 2016 a également permis de réduire de 66% l'empreinte carbone de la consommation d'énergie. Le groupe Galeries Lafayette est engagé aussi depuis plus de 5 ans autour des sujets d'agriculture urbaine avec 3 200 m² de potager sur les toits de nos magasins exploités par la start-up Sous les Fraises.



Sous les Fraises

VITRINE DE LA MODE RESPONSABLE

CHIFFRES CLEFS 2019



243

audits sociaux réalisés chez les fournisseurs marques propres



793 000

pièces marques propres Go for Good



20

filières marques propres Go for Good (coton bio, lin, cachemire et nylon recyclé...)



+40 000

votes en ligne pour soutenir les jeunes marques engagées du programme Galerie Lafayette x Ulule



1

Certification Responsible Jewellery Council



3

usines pilote pour un niveau dispositif d'alerte sur les conditions de travail

GO FOR GOOD

près de **600** marques

8,4% de l'offre présente en magasin

+12 000 références produits

3 piliers



ENVIRONNEMENT ET SANTÉ



LOCAL



SOCIAL

6 secteurs

MODE ACCESSOIRES

ALIMENTAIRE BIJOUTERIE

MAISON BEAUTÉ

3 top critères

OEKO-TEX® STANDARD 100

COTON BIOLOGIQUE

MADE IN FRANCE

Le Good Spot au 3^e étage du magasin Galeries Lafayette Haussmann



GO FOR GOOD, LE LABEL DU GROUPE GALERIES LAFAYETTE POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE

Lancé en septembre 2018 aux Galeries Lafayette, le label Go for Good a continué à prendre de l'ampleur tout au long de l'année 2019. Ce label interne a pour ambition d'accélérer la transformation dans l'industrie de la mode en sélectionnant de manière rigoureuse et en signalant aux clients les produits qui ont un impact moindre sur l'environnement, soutiennent la production locale ou contribuent au développement social. Avec plus de 500 marques et 10 000 références dès son lancement, Go for Good avait envoyé un signal fort à tout le secteur, montrant que le changement était en marche et que responsabilité et désirabilité pouvait aller de pair dans la mode. L'année 2019 a été

consacrée à la consolidation du label, avec l'ouverture de corners pérennes 100% Go for Good dédiés aux marques émergentes dans les magasins Galeries Lafayette et à l'élargissement de ce mouvement à deux enseignes du groupe Galeries Lafayette: Louis Pion et La Redoute. À l'anniversaire des 1 an de Go for Good, célébré avec Vivienne Westwood en invitée d'honneur, on dénombrait près de 600 marques et 12 000 références distinguées par le label, soit une augmentation de près de 20%. A cette occasion des objectifs ambitieux à horizon 2024 ont été pris sur le développement de l'offre de produits et de services responsables (cf. p. 7), engageant ainsi les Galeries Lafayette dans un changement de modèle global. Go for Good s'est aussi vu décerner deux prix lors des trophées LSA La Conso S'engage, dans les catégories Achats Responsables et Meilleur produit RSE pour la gamme Go for Good Louis Pion.



DES MARQUES PROPRES ENGAGÉES

Le Groupe a toujours cherché à être précurseur au niveau de ses marques propres, en **veillant aux conditions de fabrication** des produits et en développant le recours à des matériaux ou des **procédés de production plus responsables**. S'appuyant sur sa participation depuis 2003 à l'ICS*, la démarche de prévention et de maîtrise des risques d'atteintes aux droits de l'Homme du Groupe repose sur des obligations contractuelles et la **réalisation d'audits sociaux chez les fournisseurs marques propres (234 audits en 2019)**. Par ailleurs, le recours à des **matières plus responsables** telles que le coton biologique, le lin européen, le cachemire ou le nylon recyclé est en plein développement. **Plus de 700 000 produits Go for Good**

prêt-à-porter et maison ont ainsi été vendus en 2019 représentant une multiplication par 2 des volumes en un an. Pour aller encore plus loin **des filières 100% traçables de la matière première au magasin** continuent à se structurer.

* *Initiative for Compliance and Sustainability*. Initiative multisectorielle regroupant 47 enseignes qui a pour objet l'amélioration des conditions de travail dans les chaînes d'approvisionnement mondiales.



Réunion des signataires du Fashion Pact en octobre 2019

ENCOURAGER L'INNOVATION ET ACCÉLÉRER LA TRANSFORMATION

Le Groupe travaille aussi plus largement à **accélérer les mutations du secteur vers une mode plus responsable**, en s'engageant auprès des jeunes marques mais aussi avec d'autres acteurs du secteur. Vis-à-vis des jeunes marques tout d'abord, via l'**accélérateur Lafayette Brand Booster** qui accompagne des marques engagées, mais aussi grâce au **programme Ulule** qui récompense des jeunes pousses plébiscitées par le public d'une bourse et d'un coaching d'experts, ou encore via la participation à l'**accélérateur Plug and Play Fashion for Good** dédié aux innovations technologiques tout au long de la chaîne de production du textile et du cuir.

GO FOR GOOD x ULULE
ENCOURAGER LA CRÉATION ENGAGÉE



Cette démarche s'est aussi traduite par la participation à plusieurs initiatives sectorielles lancées en 2019 pour changer le visage de la mode :

- **Le Fashion Pact**, coalition d'entreprises du secteur pour travailler sur les enjeux climat, biodiversité et océan ;
- **Paris Good Fashion**, initiative visant à faire de Paris la capitale d'une mode plus responsable ;
- La participation au **salon Impact**, le premier salon Who's Next dédié à ces enjeux.



GO FOR GOOD
 POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE

LES VALEURS

**PASSION
 DU CLIENT**



**L'AUDACE
 D'INNOVER**



**L'ENGAGEMENT
 COLLECTIF**



**LE GOÛT
 DE L'EXCELLENCE**



