



adeo

# IMPACTS HUMAINS ET ENVIRONNEMENTAUX

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

EXERCICE CLOS LE 31.12.2020

(ETABLIE CONFORMEMENT A L'ARTICLE L225-102-1 DU CODE DE COMMERCE  
ET EXTRAITE DU RAPPORT DE GESTION DE LA SOCIÉTÉ GROUPE ADEO)



# NOTRE MANIFESTE

**Au cœur de nos communautés,** nous sommes **130 000 leaders engagés dans l'amélioration de l'habitat.**

Vivre dans un environnement **sain, sécurisé, responsable, durable, économe et confortable** est une condition essentielle au bien-être des habitants partout dans le monde. En créant et rendant accessibles **des solutions habitat qui ont un impact positif sur l'environnement,** nous contribuons à la neutralité carbone du monde.

*Nous partageons le **VOULOIR** agir de façon positive.*

**Au cœur de nos entreprises, nous construisons un avenir durable pour tous,** parce que l'habitat n'est pas seulement une affaire de toits et de murs, c'est avant tout une aventure humaine. Par l'apprentissage des nouveaux métiers, nous contribuons à ce que chacun progresse pour développer son expertise et **être employable tout au long de sa vie.**

*Nous partageons le **SAVOIR**, pour évoluer en permanence.*

**Au cœur de nos territoires, nous sommes des commerçants de proximité,** pour proposer des solutions adaptées à chaque habitant, de l'idée jusqu'à la réalisation de son projet. Nous y parvenons en tissant **des liens avec de nouveaux partenaires,** nous sommes des acteurs solidaires du développement économique local et de l'amélioration du cadre de vie pour chacun.

*Nous partageons le **POUVOIR** d'agir pour créer de la valeur.*

**Au cœur d'ADEO, nous sommes des actionnaires responsables,** animés par la culture du partage de la valeur humaine, économique et environnementale que nous créons.

***AVOIR** et faire grandir son patrimoine est un engagement de confiance fort de la part des collaborateurs.*

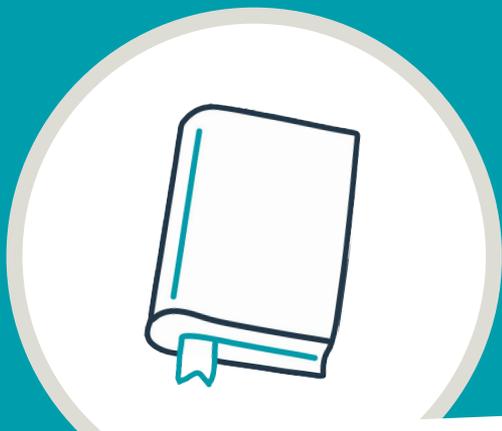
**Au cœur de la société, nous sommes des citoyens en action.**

Nous sommes en mouvement pour créer un impact humain, économique et environnemental positif.

***Ensemble, nous agissons pour améliorer notre façon d'habiter la planète, notre maison commune.***

## WE MAKE HOME A POSITIVE PLACE TO LIVE.





# SOMMAIRE

Les informations reprises dans la déclaration de performance extra-financière seront présentées comme suit.

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

- [1 • Le modèle d'affaires](#)
- [2 • Les parties prenantes et la matérialité](#)
- [3 • Les risques extra-financiers](#)
- [4 • We Make It Positive](#)
- [5 • Gouvernance et animation](#)

## MESURE DES IMPACTS

### #1 • Développement Humain

- [a\) Santé et sécurité des personnes](#)
- [b\) Ethique](#)
- [c\) Solidarité](#)
- [d\) Egalité et diversité](#)
- [e\) Engagement et bien-être](#)
- [f\) Leadership d'un avenir durable pour chacun par l'apprentissage](#)

### #2 • Amélioration de l'habitat

- [a\) Solutions Positives](#)
  - [Achats responsables](#)
  - [Pédagogie Client](#)
- [b\) Empreinte environnementale](#)
  - [Matières premières et substances](#)
  - [Empreinte carbone et changement climatique](#)
  - [Economie circulaire](#)

### Synthèse des indicateurs

## ANNEXES



# INTRODUCTION GÉNÉRALE

# 1 • LE MODÈLE D'AFFAIRES

## RESSOURCES

## CRÉATION DE VALEUR

### NOTRE BUSINESS MODEL : PLATEFORME MONDIALE DE L'AMÉLIORATION DE L'HABITAT

### NOTRE RAISON D'ÊTRE : WE MAKE HOME A POSITIVE PLACE TO LIVE

#### HUMAINES

130 000 collaborateurs  
dans 13 pays  
45% femmes 55% hommes

#### DIGITAL DATA

8 plateformes communes  
apportent des solutions  
aux habitants et  
aux professionnels de l'habitat

#### INDUSTRIELLES

4 milliards de produits  
10 500 fournisseurs  
1 100 000 références

#### MATIÈRES PREMIÈRES

données matières à venir

#### TRANSPORTS

transport entrepôt/magasins :  
65% transport routier,  
28% transport ferroviaire,  
7% transport fluvial et maritime

#### POINTS DE VENTE

880 points de vente  
47 entrepôts  
8 745 000 m<sup>2</sup> au total



#### HABITANTS

"J'ai accès à des solutions durables pour réaliser mes projets d'habitat et mes activités de cuisine et de décoration."

#### RÉGULATEURS PUBLICS

"Je dialogue en amont des législations et de leur application avec un partenaire ouvert et respectueux."

#### ACTIONNAIRES

"Je développe et j'encourage la création de valeur économique, sociale et environnementale."

#### CITOYENS

"Je contribue à un monde meilleur en m'engageant avec des entreprises qui s'approvisionnent, produisent et interagissent durablement."

#### FOURNISSEURS

"Je crée de véritables partenariats pour développer et faciliter mon business en améliorant mes standards éthiques, sociaux et environnementaux."

#### PROFESSIONNELS DE L'HABITAT

"J'ai accès à du matériel et des matériaux de qualité qui me permettent de me concentrer sur la réalisation de mes chantiers et de devenir un expert de l'habitat positif."

#### ONG PARTENAIRES

"Je tisse des liens durables avec un acteur engagé localement permettant de contribuer aux besoins des territoires."

#### INSTALLATEURS POSEURS, LIVREURS

"J'ai accès à un réseau de clients qui me permet de développer mon activité et d'améliorer mes pratiques pour un meilleur impact social et environnemental."

#### LEADERS

130 000 leaders, libres d'agir dès que c'est utile à soi, aux autres et au monde. Base modèle de leadership authentique, ouvert, interdépendant et impactant. Net Promoter Score: 40.4

#### POSITIVE SOLUTIONS

Ressources et production responsables  
Sain et sûr pour les habitants et la planète  
Performance environnementale à l'usage  
Fabriqués pour durer  
Déploiement garantie 5 ans de nos MDH (Marques Des Habitants)  
Développement du smart home

#### SUPPLY DEMAND DRIVEN

90% des produits disponibles le jour même  
Livrés en point de vente, à domicile, sur chantier

#### ÉCOSYSTÈME

A partir du local, connexions utiles vers des marketplaces sélectives et des professionnels de l'habitat accompagnés dans leurs besoins d'expertise

> 17,5h de formation / leader  
> des collaborateurs équipés mobiles et connectés à leurs écosystèmes locaux  
> 86 % collaborateurs actionnaires  
> 29% du résultat (EBIT courant avant intéressement) est redistribué en intéressement (Prime de progrès + Participation)

> Nos clients contribuent à la réduction de l'empreinte carbone grâce aux externalités liées à l'usage de nos solutions.  
> 623 usines ayant eu un audit social  
> partenariats avec des leaders mondiaux : Solar Impulse, Samsung XTC, Google, au service de notre stratégie plateforme positive

> 231 000 emplois indirects créés  
> 2,1 Milliards € d'impôts et taxes  
> 320 associations aidées

# 1 • LE MODÈLE D'AFFAIRES

ADEO est **leader européen et 3ème mondial sur le marché du bricolage**, c'est un groupe d'entreprises avec des valeurs partagées, qui réalise en 2020 un chiffre d'affaires annuel consolidé de **22.308.057 k€ HT IFRS**. Présent commercialement dans **13 pays du monde** (Europe, Afrique, Asie et Amérique du sud) avec **880 points de vente**, ADEO est le 1er acteur du marché à proposer une telle couverture internationale.

**ADEO est au service de l'amélioration de l'habitat.** Nous aidons les habitants à concrétiser leurs projets. Nous proposons des solutions utiles et positives pour réparer, rénover, aménager, sécuriser, assainir, embellir, décorer, cuisiner.

**Sur le marché de l'amélioration de l'habitat, ADEO adresse 3 marchés complémentaires :**

- Les habitants ayant des projets habitat;
- Les professionnels de l'habitat;
- Les habitants passionnés de cuisine ou de décoration;



**avec une singularité HUMAN FIRST (l'humain au coeur), traduite dans sa proposition de valeur :**

- une relation humaine exceptionnelle, personnalisée, bienveillante et proche,
- une offre ultra-accessible et co-construite, par et pour les habitants et les professionnels de l'habitat,
- des services spécifiques issus de ses écosystèmes.

Pour aller vers le plus grand nombre, ADEO construit la plateforme mondiale de l'amélioration de l'habitat. Par "plateforme" nous entendons **une organisation ouverte et connectée**, où chacun peut agir en leader de ses communautés, en lien avec son écosystème dans une logique d'utilité réciproque.

ADEO, c'est **130 000 leaders** qui fonctionnent en réseau et en partenariat dans le but de proposer plus de solutions à plus de clients, de façon plus rapide (time-to-market) en consommant moins de ressources (efficience globale).

Par "plateforme", nous entendons aussi **une infrastructure digitale** qui maille notre réseau de points de vente, nos sites marchands et marketplaces, à toutes ses parties prenantes internes et externes.

**Nous sommes convaincus qu'une entreprise utile est une entreprise qui rend service en apportant des réponses aux besoins de ses collaborateurs, des habitants, de ses partenaires, du monde.**

## 2 • LES PARTIES PRENANTES ET LA MATÉRIALITÉ

En 2018, ADEO a mis à jour son **analyse de matérialité** (la « matérialité » s'entend par ce qui peut avoir un impact significatif sur une entreprise, ses activités et sa capacité à créer de la valeur financière et extra-financière pour elle-même et ses parties prenantes). Les travaux se sont appuyés sur une sélection des parties prenantes classifiées selon deux axes : **l'influence qu'elles peuvent avoir sur les activités et la pérennité d'ADEO et l'impact que les activités d'ADEO peuvent avoir sur elles** (et qui détermine également le degré de responsabilité vis-à-vis de celles-ci).

Au total, ce sont **70 personnes qui ont été questionnées** sur un périmètre couvrant **les principaux pays d'implantation** (France, Espagne, Italie, Pologne, Brésil, Russie, Bureaux d'Achats en Asie).

La mise à jour a été opérée en fonction d'un benchmark des standards existants (notamment AA1000 Accountability principles 2018 et ISO 26000), des nouvelles dispositions légales relatives à la déclaration de performance extra-financière, des objectifs de développement durable de l'ONU ainsi que d'un benchmark des problématiques RSE des acteurs du secteur.

### 5 grands axes ont ainsi été identifiés :

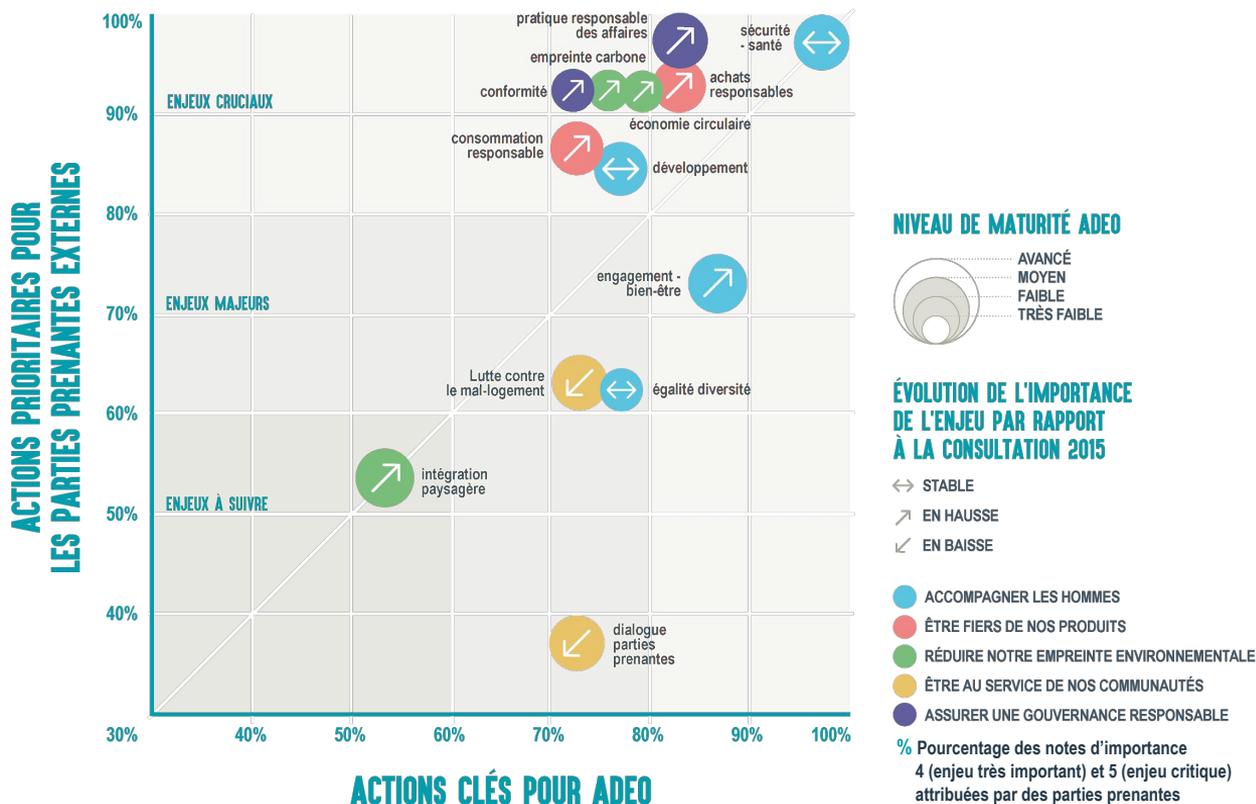
- Les collaborateurs ;
- Les produits ;
- L'empreinte environnementale ;
- Les communautés ;
- La gouvernance responsable.

Les parties prenantes ont donné leur perception de l'importance des différents sujets issus de ces axes, ainsi que du niveau de maturité d'ADEO vis-à-vis de ceux-ci, selon des critères quantitatifs complétés par des commentaires qualitatifs. Cette analyse pouvait être enrichie par tout autre sujet important et pertinent pouvant avoir un impact sur la performance RSE d'ADEO.

**ADEO considère le regard critique de ses parties prenantes comme une condition essentielle à la progression de sa mission d'utilité aux habitants du monde.**

Cette matérialité permet de mettre en avant que les sujets identifiés par les parties prenantes et pour lesquels ADEO a le pouvoir de mettre en oeuvre des actions sont les suivants : sécurité et santé des Hommes, pratique responsable des affaires, achats responsables, économie circulaire, empreinte carbone-changements climatiques, conformité, consommation responsable, développement et engagement-bien être.

## 2 • LES PARTIES PRENANTES ET LA MATÉRIALITÉ





### 3 • LES RISQUES EXTRA-FINANCIERS

Sur la base des résultats de l'analyse de matérialité, la direction Risques Compliance et Assurances établit une cartographie des risques extra-financiers en s'appuyant sur des entretiens menés en interne.

Les **risques bruts** sont classés sur une échelle de 1 à 4 prenant en compte le niveau d'enjeu et d'impact.

Le **risque net** est calculé sur une échelle de 1 à 4 sur la base du risque brut et au regard des dispositifs de maîtrise associés (notamment par la mise en place de plan d'actions).

Cette cartographie exprime la priorisation du risque net en fonction du risque brut et du niveau de maîtrise de celui-ci. Elle est validée par le directeur de la direction Risques Compliance et Assurances et elle est mise à jour annuellement.

Les résultats de l'exercice 2020 confirment que **les risques majeurs identifiés sont** :

- la santé - sécurité des personnes ;
- les achats responsables ;
- la consommation responsable

En 2020, l'analyse des risques met plus précisément en évidence un risque déjà précédemment identifié à savoir le risque santé-sécurité des personnes dans sa dimension "sécurité des clients présents sur nos différents sites". Ce risque fera l'objet d'un plan d'actions dédié en 2021.

Par ailleurs, les plans d'actions en cours sur les autres enjeux de criticité moindre continuent d'être menés.

# 4 • WE MAKE IT POSITIVE

Depuis toujours, nous avons été guidés par la performance économique ainsi que par “l’Homme au cœur”. Aujourd’hui, nous voulons aller plus loin et devenir le **LEADER DE L’HABITAT POSITIF**, en contribution directe de notre projet d’entreprise : **“We make Home a positive place to live”**.

POUR CELA, NOUS NOUS ENGAGEONS À 2 GRANDS NIVEAUX :

## 1. LA RESPONSABILITÉ :

le niveau minimum que nous devons tous atteindre pour être crédible et cohérent avec notre projet d’entreprise. C’est “le socle” qui doit être mis en œuvre par toutes les Entreprises d’ADEO.

### NOTRE RESPONSABILITÉ HUMAINE

a pour socle 5 piliers :

- LA SÉCURITÉ et la SANTÉ
- L’ÉTHIQUE
- LA DIVERSITÉ
- LA SOLIDARITÉ
- LE BIEN-ÊTRE et L’ENGAGEMENT COLLABORATEUR

### NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

a pour socle 5 piliers :

- FABRICATION et MATIÈRES PREMIÈRES
- DÉCHETS
- BÂTIMENT, TRANSPORT, NUMÉRIQUE
- BIODIVERSITÉ
- EMPREINTE CARBONE

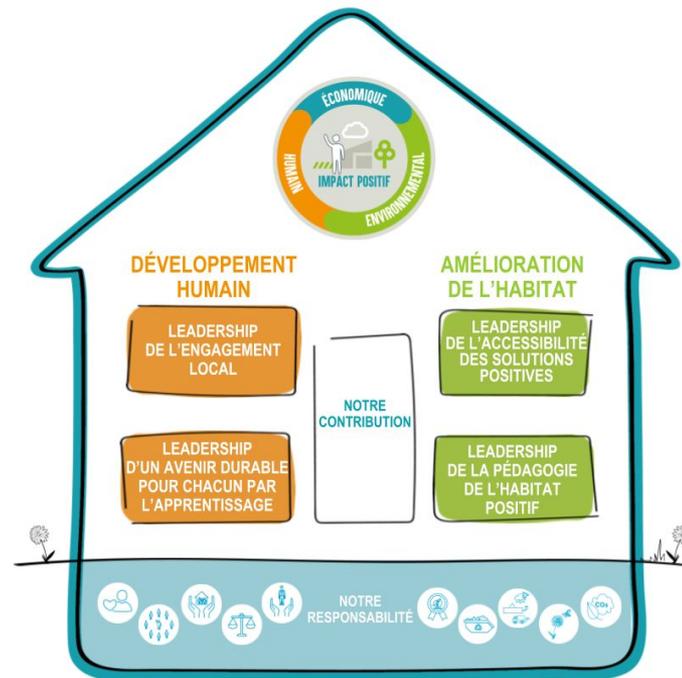
## 2. LA CONTRIBUTION :

aller au-delà de la maîtrise et de la réduction de nos impacts. Pour faire converger toutes nos forces et nos énergies, nous avons choisi **4 domaines de CONTRIBUTION** :

- L’ENGAGEMENT LOCAL
- L’APPRENTISSAGE et L’EMPLOYABILITÉ
- LA PÉDAGOGIE DE L’HABITAT POSITIF
- L’ACCESSIBILITÉ AUX SOLUTIONS POSITIVES POUR L’HABITAT

Ces 4 domaines visent à apporter quelque chose en plus, dans une logique de **CONTRIBUTION**. Ce sont donc des champs des possibles de créativité et de subsidiarité que chaque Entreprise, chaque collaborateur peut explorer et dans lesquels on peut proposer, tester, oser, innover, entreprendre pour impacter positivement.

C’est l’ensemble, **RESPONSABILITÉ** et **CONTRIBUTION** qui nous permettra de devenir effectivement le **LEADER DE L’HABITAT POSITIF**.

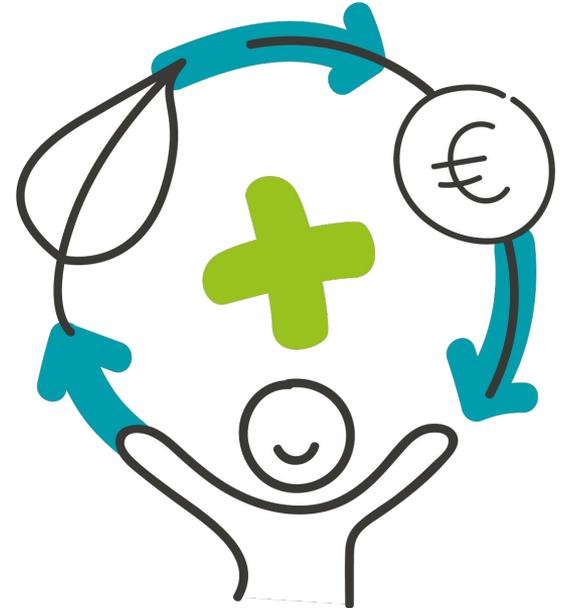


## 5 • GOUVERNANCE ET ANIMATION

Pour s'adresser au plus grand nombre, ADEO agit **en mode plateforme**. Un modèle qui permet à chacun de faire grandir ses savoir-faire et savoir-être en lien avec son écosystème, tout en restant agile et réactif. Nos points de vente, connectés à leurs écosystèmes et véritables repères pour les habitants, sont au centre de notre plateforme. Connectés aux autres et connectés aux **enjeux humains, économiques et environnementaux locaux**, nous répondons mieux aux besoins des habitants et démultiplions notre impact positif.

L'organisation d'ADEO commence donc par l'adaptation locale, parce que **l'habitat est local**. C'est pourquoi chaque Entreprise est responsable de ses choix sociaux, économiques et environnementaux dans chaque pays, dans **le respect des cultures locales, dans le respect de la mise en commun de nos actifs** (digitaux, data, supply, technologiques, industriel produit) et dans **le respect des fondamentaux et du sens global ADEO**.

Le pilotage des plans d'actions repose sur un réseau de "CSR leaders" dans chaque Entreprise dans leur pays, en contact direct avec leurs parties prenantes, c'est le niveau local.



# 5 • GOUVERNANCE ET ANIMATION

Au niveau global, ADEO est organisé autour de 7 enjeux :

L'enjeu Impacts Positifs a été créé en 2020. Sa mission est de faire d'ADEO une plateforme d'entreprises responsables et contributives aux enjeux sociaux et environnementaux du monde.

## ENJEU HUMAIN



# 1

Nous devenons les **130 000 LEADERS** du changement que l'on veut pour soi, pour les autres et pour le monde,

## ENJEU EXPÉRIENCE CLIENTS

**EN FAISANT VIVRE** une expérience physique + digitale unique aux habitants aux professionnels de l'habitat,

# 2



## ENJEU INDUSTRIEL



# 3

avec une offre et une supply développés **À PARTIR DES USAGES CLIENTS,**

WE  
MAKE HOME  
A POSITIVE  
PLACE  
TO LIVE

## ENJEU DIGITAL DATA

**AUGMENTÉS** par les composants technologiques d'une entreprise plateforme,

# 4



## ENJEU DÉVELOPPEMENT & INNOVATION



# 5

Nous développons nos écosystèmes **PARTOUT OÙ C'EST UTILE**

## ENJEU PERFORMANCE

**OUVERTS À DE NOUVEAUX REGARDS** pour un meilleur impact économique, humain et environnemental.

# 6



## ENJEU POSITIVE IMPACTS



# 7

**ET ENGAGÉS AVEC RESPONSABILITÉ ET CONTRIBUTION** pour créer un impact positif sur le monde et ses habitants



**MESURE  
DES IMPACTS**

Пространство совмест

#ЛМ\_Творч

# #1 DÉVELOPPEMENT HUMAIN

Notre force, notre 1er pilier, **c'est le développement humain**, appuyé sur des valeurs partagées qui placent **les habitants, les collaborateurs, les professionnels, les partenaires, les citoyens au cœur de l'action**. Agir AVEC et POUR les Hommes, c'est tout le principe de notre **UTILITÉ**.

Nous sommes **130 000 collaborateurs** au service d'une mission commune qui nous met au défi chaque jour : permettre aux habitants du monde d'améliorer leur habitat.

# DÉVELOPPEMENT HUMAIN

La déclinaison sur le plan humain de notre projet d'entreprise "We Make Home a positive place to live", est de réussir à faire "d'ADEO une Positive place to live pour les 130 000 leaders".

Dans un contexte 2020 très perturbé, nous avons repris une dynamique de croissance après l'arrêt brutal lié au premier confinement. Ainsi, même si le rythme des embauches ralentit, notamment en raison de la baisse du turnover, l'année 2020 se termine avec un solde positif sur l'évolution des effectifs.



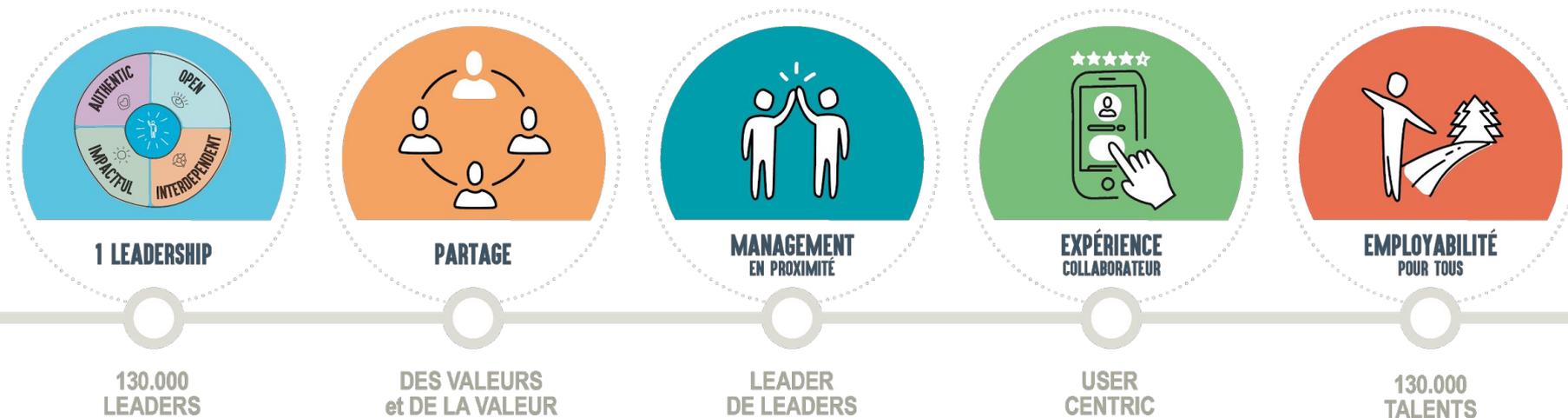
		2016	2017	2018	2019	2020	Evolution 2019-2020
<b>Effectif au 31 décembre</b>	Nb	<b>83 599</b>	<b>90 465</b>	<b>102 563</b>	<b>110 868</b>	<b>124 922</b>	<b>+13%</b>
<b>Répartition par tranche d'âge</b>							
moins de 25 ans	Nb	9 107	10 265	12 678	14 316	16 713	+17%
de 25 ans à 34 ans inclus	Nb	32 459	33 858	38 548	39 787	44 407	+12%
de 35 ans à 44 ans inclus	Nb	26 417	28 778	31 283	33 586	37 803	+13%
de 45 ans à 54 ans inclus	Nb	12 778	14 163	16 174	18 457	20 615	+12%
de 55 ans à 64 ans inclus	Nb	2 838	3 401	3 880	4 534	5 213	+15%
de 65 ans et plus	Nb	-	-	-	188	171	-9%
<b>Répartition par sexe</b>							
Hommes	Nb	45 611	48 978	56 705	62 291	69 235	+11%
Femmes	Nb	37 988	41 487	45 858	48 577	55 687	+15%

		2016	2017	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
<b>Effectif au 31 décembre</b>	Nb	<b>83 599</b>	<b>90 465</b>	<b>102 563</b>	<b>110 868</b>	<b>124 922</b>	<b>+13%</b>
<b>Répartition par zone géographique</b>							
<b>France</b>	Nb	<b>24 438</b>	<b>25 893</b>	<b>26 610</b>	<b>27 730</b>	<b>30 047</b>	<b>+8%</b>
dt Leroy Merlin France:	Nb	22 209	22 893	23 636	24 848	26 913	+8%
dt Bricoman France:	Nb	2 229	2 058	2 019	1 973	2 171	+10%
dt Zodio France	Nb		942	955	909	963	+6%
<b>Russie</b>	Nb	<b>20 052</b>	<b>23 038</b>	<b>30 383</b>	<b>32 345</b>	<b>36 592</b>	<b>+13%</b>
dt Leroy Merlin Russie	Nb	20 052	23 038	30 383	32 345	36 592	+13%
<b>Espagne:</b>	Nb	<b>9 858</b>	<b>10 505</b>	<b>14 294</b>	<b>17 140</b>	<b>17 810</b>	<b>+4%</b>
dt Leroy Merlin Espagne:	Nb	9 858	10 505	11 480	13 820	14 120	+2%
dt Bricomart Espagne	Nb			2 814	3 320	3 690	+11%

		2016	2017	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
<b>Italie</b>	Nb	<b>10 543</b>	<b>11 121</b>	<b>11 438</b>	<b>12 132</b>	<b>12 411</b>	<b>+2%</b>
dt Leroy Merlin Italie:	Nb	6 667	6 932	7 034	7 421	7 386	-0%
dt Bricocenter Italie:	Nb	1 499	1 468	1 430	1 418	1 454	+3%
dt Bricoman Italie:	Nb	2 377	2 721	2 974	3 293	3 571	+8%
<b>Pologne</b>	Nb	<b>9 389</b>	<b>10 029</b>	<b>10 604</b>	<b>11 721</b>	<b>12 160</b>	<b>+4%</b>
dt Leroy Merlin Pologne:	Nb	9 389	10 029	10 604	11 721	12 160	+4%
<b>Brésil</b>	Nb	<b>9 319</b>	<b>9 879</b>	<b>9 234</b>	<b>9 800</b>	<b>10 926</b>	<b>+11%</b>
dt Leroy Merlin Brésil:	Nb	9 319	9 879	9 234	9 800	10 926	+11%
<b>Portugal</b>	Nb					<b>4 976</b>	
dt Leroy Merlin Portugal:	Nb					4 976	

		2016	2017	2018	2019	2020	Evolution 2019-2020
<b>Embauches</b>	Nb	31 054	35 622	42 743	45 979	<b>44 620</b>	<b>-3%</b>
<b>Licenciements</b>	Nb	2 723	2 881	3 571	3 688	<b>3 669</b>	<b>-1%</b>

# NOTRE MODÈLE HUMAIN



Dans un contexte d'accélération de la digitalisation des métiers, le challenge est de continuer à faire évoluer **notre modèle humain** afin de soutenir notre transformation vers l'entreprise plateforme. Notre nouvelle stratégie, lancée en 2017, nous a permis d'instaurer les pivots de notre modèle humain, structuré autour de **5 éléments fondamentaux**.

Nos Entreprises s'appuient sur le **"Plan Ressources Humaines à 3 ans Groupe"** pour définir leurs politiques Ressources Humaines tout en respectant la singularité locale de l'expérience collaborateur et notre modèle humain.

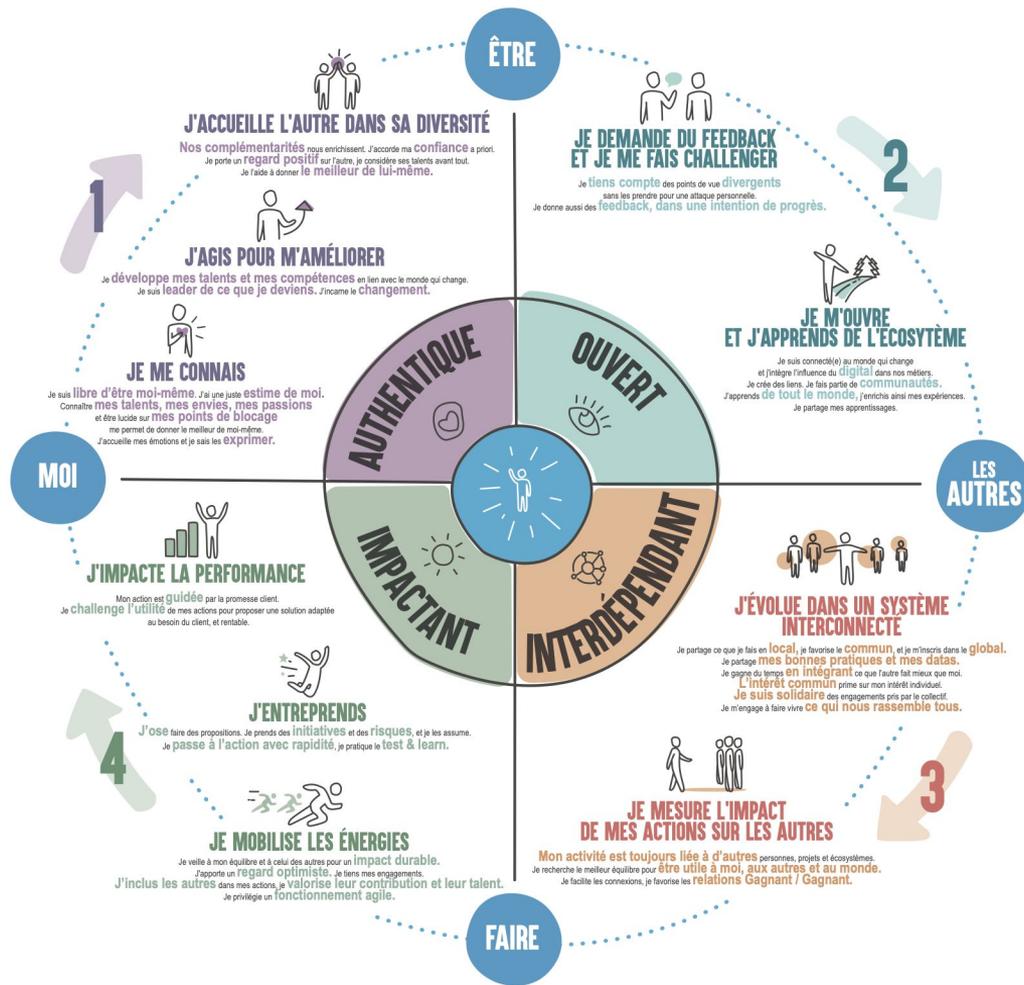


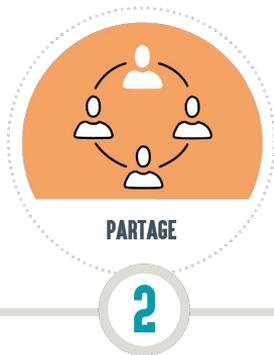
1 LEADERSHIP

1

## Un modèle de Leadership : "1 Leadership, 130 000 Leaders"

Le modèle de leadership est la traduction de l'entreprise plateforme sur le plan humain. Il est construit comme un miroir humain de son fonctionnement et est un appui déterminant dans l'évolution culturelle. Il permet de valoriser l'apport unique et fondamental de l'individu et l'importance de la connexion aux autres, tout en adressant les postures et les comportements à mettre en œuvre. Le modèle de Leadership est structuré autour de 4 caractéristiques essentielles (Authenticité, Ouverture, Interdépendance, Impact). L'objectif est de faire émerger de la valeur et de la performance en révélant le leadership de chacun, ainsi que de contribuer à rendre l'équipe plus puissante et plus efficiente dans son mode de fonctionnement. Toutes nos Entreprises sont en train de s'approprier le modèle, avec des vitesses variables.





## La culture du partage

La culture du partage fait partie de nos fondamentaux et de nos racines, qui ont fait notre succès sur les plans humains et managériaux.

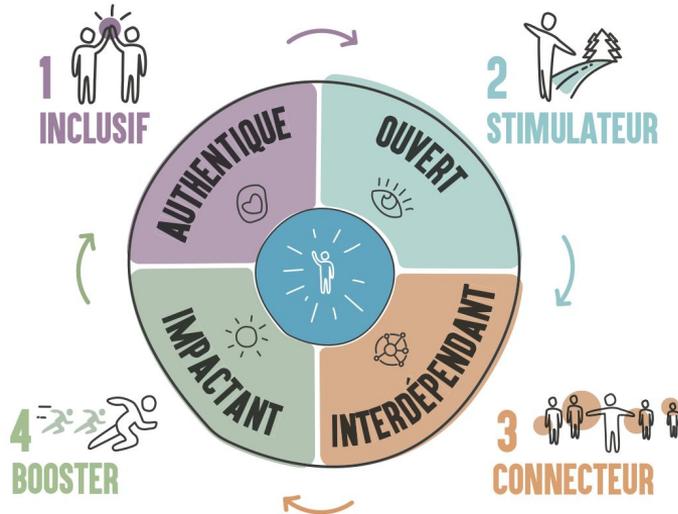
Elle repose sur 4 axes : **Le VOULOIR, le SAVOIR, le POUVOIR, et l'AVOIR**

- Renforcer notre responsabilité, sur la diversité, la sécurité, la santé au travail, le traitement des déchets, le transport, l'énergie... c'est renforcer notre **VOLONTÉ** de nous engager individuellement et collectivement, c'est le partage du **VOULOIR**, c'est agir de façon positive pour ce que l'on veut, pour soi, pour les autres et pour le monde.
- Aller vers le leadership de l'apprentissage et de l'employabilité tout au long de sa vie, mais aussi le leadership de la pédagogie de l'habitat positif, sain, économe, performant et respectueux de l'environnement... c'est renforcer le partage du **SAVOIR** : le nôtre et celui de nos écosystèmes.
- Aller vers le leadership de l'engagement local en permettant à chacun de prendre des initiatives, des décisions, en responsabilité, mais aussi accélérer l'accessibilité pour le plus grand nombre à des solutions positives pour l'habitat... c'est renforcer le partage du **POUVOIR** : Pouvoir agir en faveur du pouvoir d'achat, pour l'habitat, pour la planète.
- Enfin, nous faisons tout cela pour être utile aux habitants du monde et créer de la valeur : valeur humaine, valeur environnementale et valeur économique. Et cette valeur nouvelle, durable, plus équilibrée vient renforcer le **PARTAGE** de l'**AVOIR**. Plus nous créons de valeur et plus nous la partageons. **C'est notre modèle vertueux et toute la vocation d'être une Entreprise utile à soi, aux autres et au monde.**

en 2020,  
**71 % des promotions**  
des directeurs de  
magasin sont issus de  
la promotion interne

**29% du résultat**  
(EBIT courant avant  
intéressement) est  
redistribué en intéressement  
(Prime de progrès +  
Participation)

**88 944**  
collaborateurs  
détiennent **13,4%** du  
capital d'ADEO



## Un management de proximité

Dans notre modèle humain, le rôle du manager reste important comme un **créateur des conditions de réussite de l'équipe**. Nous pensons que ce rôle a encore un vrai sens dans notre évolution, mais il doit reprendre de la signification. Avec une démarche itérative et internationale, nous avons construit notre modèle managérial en 2019 **autour de 4 dimensions**, en cohérence avec le modèle de leadership et les compétences qui sont associées afin de permettre d'avancer vers une vraie transformation de nos pratiques de management. **Le rôle du manager évolue vers un rôle de manager de leaders**. En 2020, nous avons affiné la traduction du modèle de Leadership au niveau managérial et formalisé les comportements et les aptitudes dans un document intitulé "repères managériaux" que nous partageons avec les Entreprises et que nous animons.



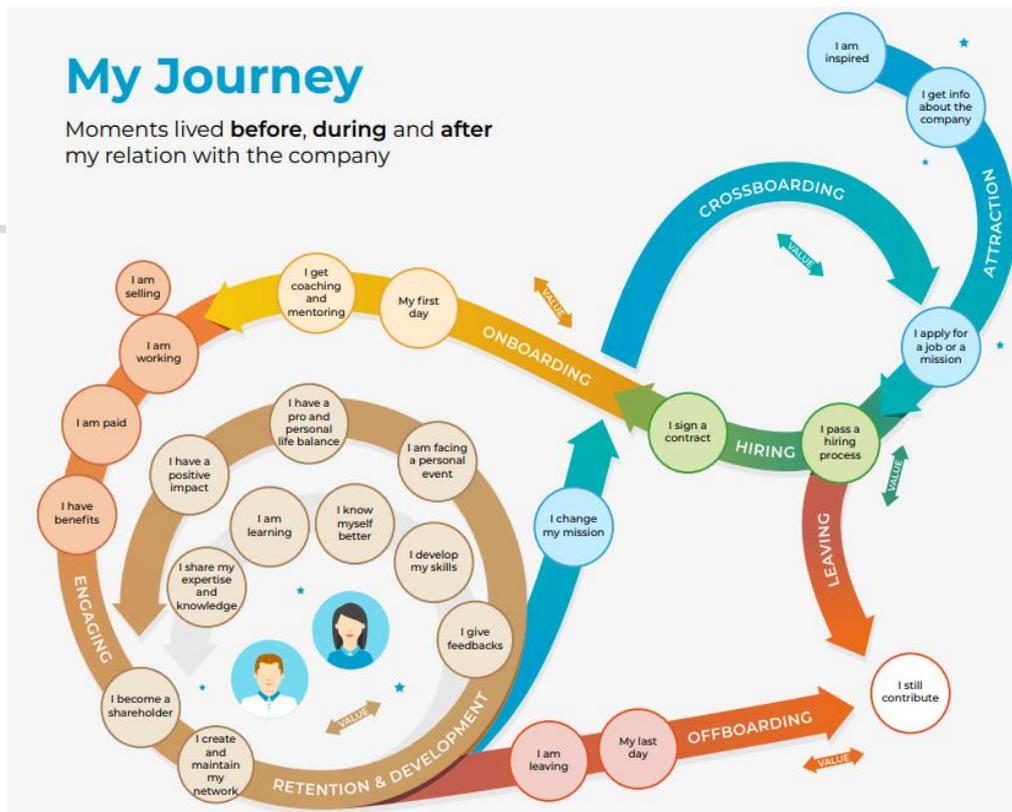
EXPÉRIENCE  
COLLABORATEUR

4

## Une Expérience collaborateur User Centric

Dans une démarche d'amélioration continue, nous avons démarré en 2019 l'identification des points de friction de l'expérience collaborateur tout au long de son cycle de vie et des moments clés qui jalonnent son parcours. Une **nouvelle forme de relation employé-employeur** plus focalisée sur la réponse individualisée aux besoins des collaborateurs, doit être définie et rendue opérationnelle. Nous voulons accélérer la **construction d'une expérience collaborateur capable de permettre à chacun, individuellement et collectivement, de développer son talent et de faire l'expérience d'un leadership réel** au sein des Entreprises ADEO, en lien avec notre environnement, notre planète et nos écosystèmes.

Le cycle de vie de l'expérience collaborateur est décrit dans le schéma ci-contre.





5

## L'Employabilité pour tous

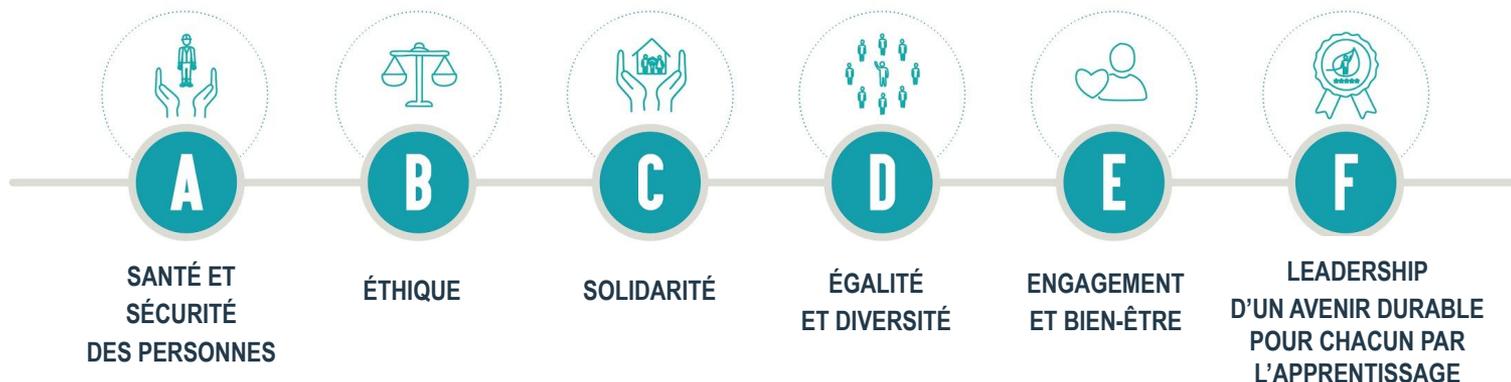
Tout en accélérant **le recrutement et le développement des talents** partout dans le monde, ADEO tient à offrir à l'ensemble de ses collaborateurs, un environnement où le talent de chacun peut se révéler, grandir et s'épanouir pour s'assurer une croissance durable. Notre ambition se fonde donc sur une vision centrée sur la performance collective mais aussi la reconnaissance du talent individuel.

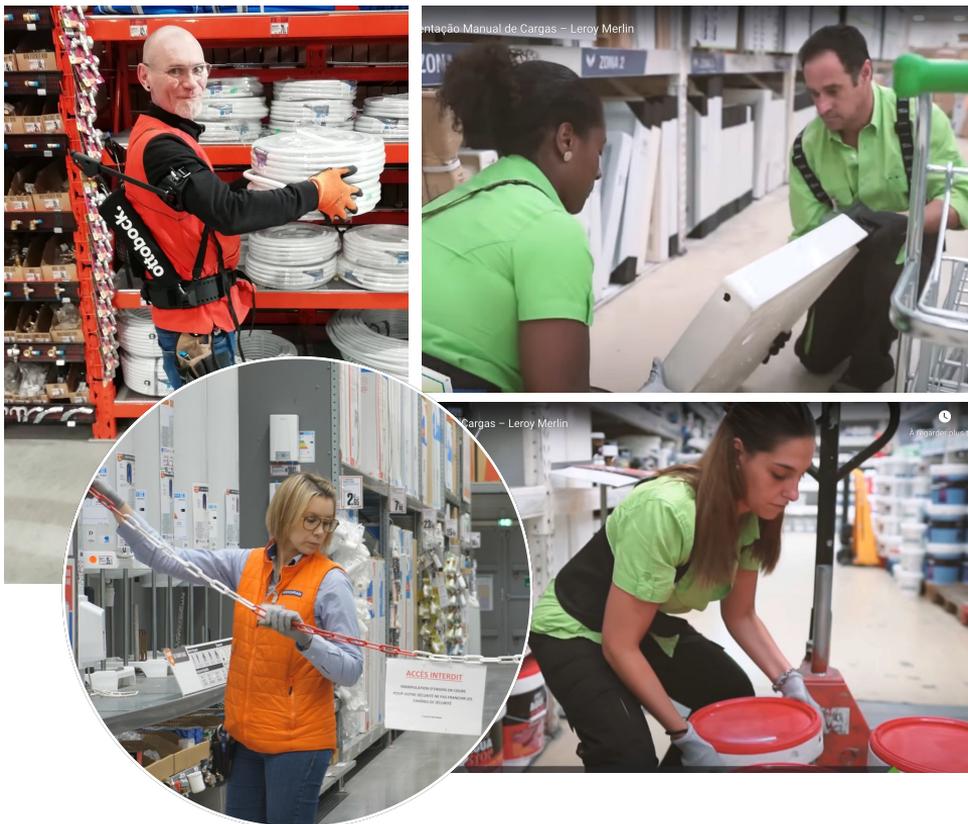
L'un des impacts sociaux historiques du développement de nos Entreprises est **la création d'emploi**. Aujourd'hui, nous souhaitons travailler davantage sur l'employabilité, ce qui nous amène à nous focaliser sur **le développement des compétences**, plus que sur les métiers dont un certain nombre sont amenés à se transformer du fait de l'automatisation et de la digitalisation du travail. **Notre ambition est que chaque collaborateur devienne acteur de son propre développement**, en mettant en place le cadre et les outils qui lui permettent de se construire un avenir durable. L'accélération de la digitalisation et la transformation vers un modèle d'entreprise plateforme impliquent de repenser les organisations, les métiers et de développer de nouvelles compétences.

Pour ce faire, en 2019, nous avons initié **une démarche de planification stratégique des ressources à long terme (SWP - Strategic Workforce Planning)** qui s'appuie sur des données quantitatives et qualitatives à partir desquelles nous pouvons écrire des scénarios et choisir des plans d'actions adaptés à nos challenges : recrutement, formation et apprentissage, repositionnement, mobilité interne... La démarche a été testée chez Leroy Merlin France, puis nous avons lancé en 2020 le SWP conjointement avec Adeo Services sur les enjeux Digital Data, Performance/Finance. En 2021, nous poursuivons le déploiement de la démarche SWP sur tous les métiers des différents enjeux, à commencer par la Supply Chain, pour obtenir une cartographie des compétences critiques par métier (skills).



**NOTRE PREMIÈRE RESPONSABILITÉ, EN TANT QU'ENTREPRISE,  
EST DE PRENDRE SOIN DE NOS COLLABORATEURS  
ET DE NOS CLIENTS EN VEILLANT AU  
« DÉVELOPPEMENT HUMAIN » :**





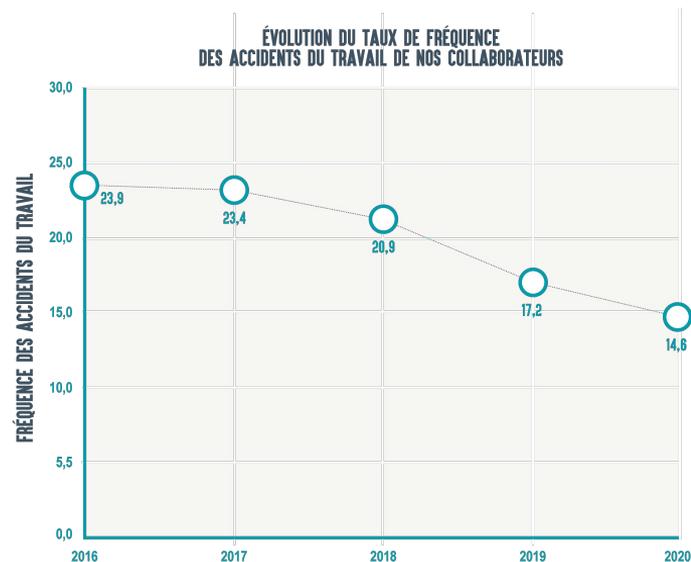
## A) SANTÉ ET SÉCURITÉ DES PERSONNES

La volonté d'ADEO en tant qu'employeur responsable est de créer un cadre de travail protecteur mais également en tant qu'enseigne accueillant du public, **de veiller à la sécurité** de toute personne présente en ses locaux. C'est pourquoi **la santé et la sécurité** des collaborateurs en magasins et entrepôts, mais aussi dans les services internes, ainsi que les clients en magasins sont une préoccupation constante pour toutes les entreprises d'ADEO.

**Nous avons pour ambition de lier la performance au développement de pratiques qui assurent un environnement de travail sûr et sain.** Cette ambition se traduit tant dans nos investissements que dans les programmes mis en place pour la formation des collaborateurs.

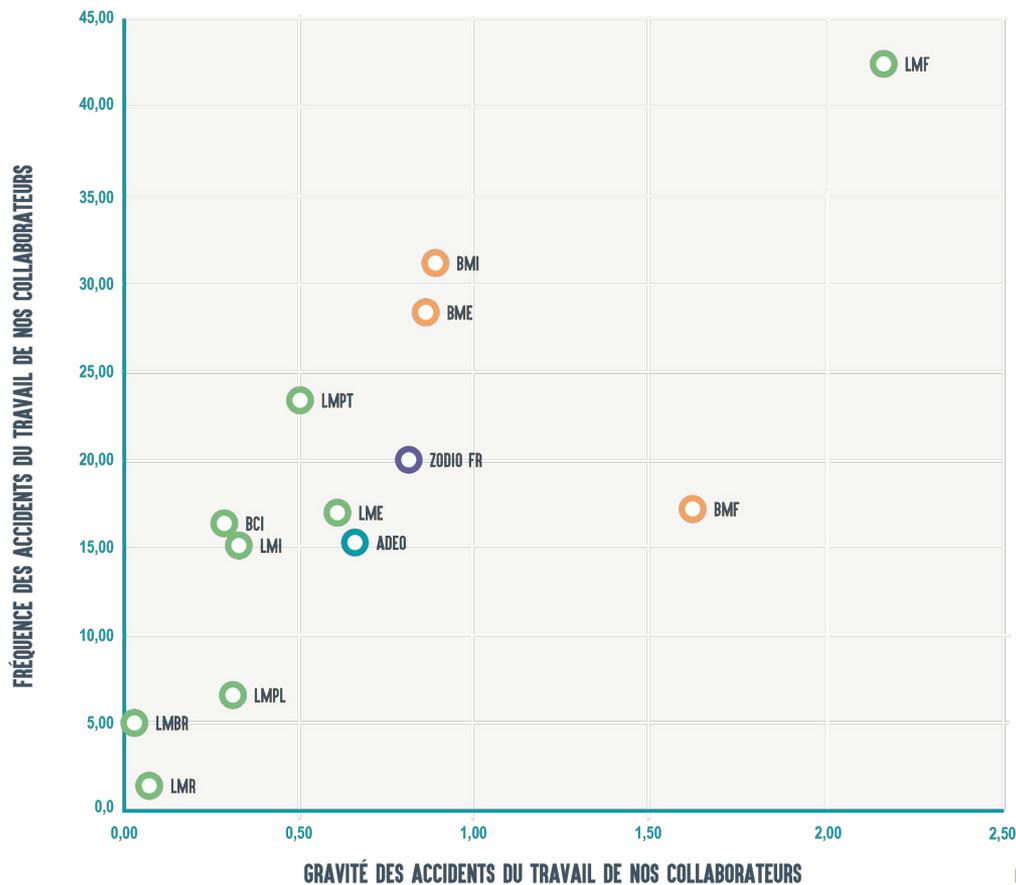
Nous voulons atteindre **ZÉRO accident de travail** de nos collaborateurs et des clients qui fréquentent nos magasins. Plusieurs Entreprises du groupe ont collaboré à la co-construction d'une politique de prévention au service de cette ambition commune.

La mise en place du projet **Safety First** a permis de réduire significativement le taux de fréquence et le taux de gravité des accidents de nos entreprises (respectivement de 39% et de 24% en 5 ans). Cela a été rendu possible grâce à une animation permanente des Leaders d'Entreprise sur le sujet, la nomination de Safety Leaders dans 90% des entreprises et un pilotage de toutes les actions. Poursuivre nos progrès en matière de sécurité demeure une **priorité absolue pour atteindre notre objectif Zéro Accident.**



Accidents du travail ADEO		2016	2017	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
		Taux de fréquence des accidents du travail	23,90	23,43	20,94	17,20	14,61
Taux de gravité des accidents du travail	nb de jours d'arrêt x 10 <sup>3</sup> /h travaillées	0,79	0,80	0,75	0,69	0,60	-13%

## LA SANTÉ-SÉCURITÉ DE NOS COLLABORATEURS ANNÉE 2020



Taux de Fréquence  
des accidents du travail

Parmi toutes les actions mises en place en 2020, citons :

- 4,94

  - **LEROY MERLIN Brésil** a lancé différents programmes comme la mise en place de sessions d'échauffements pour prévenir les blessures et la fatigue musculaire, ou encore des formations obligatoires sur la sécurité au travail. Par ailleurs, un comité de santé a été créé avec des médecins et des infirmières.
- 22,87

  - **LEROY MERLIN Portugal** a mis en place un plan de réduction et une enquête sur les accidents du travail. Des audits périodiques sont réalisés, ainsi que des simulations d'urgence. Une application informatique de sécurité nommée "SAFETY" a été mise en place.
- 15,16

  - **LEROY MERLIN Italie** a engagé une démarche d'amélioration de la sécurité au travail des employés incluant la réduction des risques sur le lieu de travail et la mise en place de meilleures conditions de travail ayant fait l'objet d'une certification ISO 45001.
- 41,93

  - **LEROY MERLIN France** a lancé en mars 2020 une démarche de prévention contre les accidents du travail en 7 piliers, avec notamment un renforcement de la formation des leaders magasin, et la mise en place de 2 coachings sécurité par collaborateur et par an.
- 16,35

  - Chez **BRICOCENTER Italie**, une organisation relative à la santé-sécurité a été mise en place. Par ailleurs, un travail important de mise à jour et de diffusion des documents d'évaluation des risques santé-sécurité a été entrepris au cours de l'année.
- 17,33

  - **BRICOMAN France** a mis en place une démarche pilote sur les troubles musculo-squelettiques dans 3 magasins avec l'accompagnement de la CARSAT.
- 31,49

  - **BRICOMAN Italie** forme 100% de ses nouveaux collaborateurs à la sécurité. 100% des équipes de vente et logistique sont formées à l'utilisation du matériel pour déplacer les marchandises.
- 20,67

  - **ZÔDIO France** a mis en place des formations "sécurité" relatives à la conduite des engins de manutention et aux gestes métiers en magasin.



### Focus sur la gestion de la pandémie de COVID-19 pour les collaborateurs ADEO

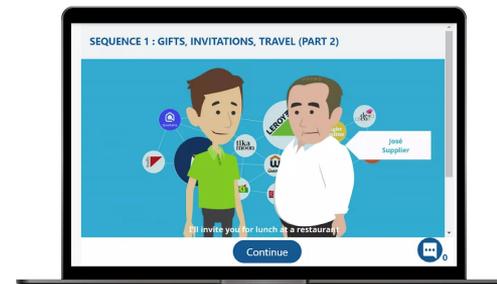
Suite à la pandémie, ADEO a acheté 50 millions d'EPI et un stock d'un mois mobilisable en 3 jours a été créé pour assurer la protection de nos collaborateurs et de nos clients. Tout au long de l'année 2020, des réunions à intervalles réguliers se sont tenues pour accompagner le déploiement de toutes les mesures sanitaires prises par l'ensemble de nos Entreprises : évaluation des risques liés à la crise sanitaire, mise en place de mesures sur le port du masque, les gestes barrières, les politiques de nettoyage sur les sites, formation des collaborateurs, ... Des mesures liées à la prévention du stress, le travail à distance et le retour à l'emploi ont été également prises.

Au-delà du risque pour la santé physique, le risque social de la pandémie et les répercussions économiques ont des impacts majeurs sur la santé mentale des collaborateurs et la nécessité d'aborder la qualité de vie sur le lieu de travail n'a jamais été aussi grande qu'aujourd'hui. Certaines Entreprises ont proposé à leurs collaborateurs **un soutien psychologique durant la crise COVID-19: BRICOMAN Italie, LEROY MERLIN Brésil, LEROY MERLIN Pologne.**

## B) ETHIQUE

Pour prendre soin de nos collaborateurs et de nos parties prenantes et prévenir toute forme de discrimination, de harcèlement, de corruption ou préserver les données personnelles, nous mettons en place des référentiels, des procédures, des outils et des formations permettant de faire vivre en cohérence nos valeurs et nos obligations légales. 2020 fut l'occasion de **renforcer nos règles de gouvernance concernant l'application du code de conduite éthique** en le rendant opposable à tous les collaborateurs. Ainsi près de 120 000 collaborateurs ont suivi une formation éthique en e-learning.

En 2020, nous avons également renforcé la mise à disposition de notre canal d'alerte, Whispli, qui permet un **accès libre et protégé pour 100% de nos équipes** et a permis le traitement de 217 alertes de tous types.



## C) SOLIDARITÉ



Parce que l'esprit d'équipe et la solidarité sont des valeurs partagées par tous, en pleine crise Covid, les collaborateurs ont créé l'ADEO SOLIDARITY FUND pour venir en aide aux collaborateurs qui sont touchés par des catastrophes naturelles ou sanitaires et qui ne bénéficient pas d'aides spécifiques. L'entreprise a décidé d'abonder 1 euro pour 1 euro versé, et c'est avec un peu **plus de 2 millions d'euros** que le fonds a été créé. Plusieurs collaborateurs ont déjà pu bénéficier d'une aide.



Par ailleurs, nous avons dû fermer temporairement nos magasins dans de nombreux pays pendant la crise sanitaire. Par conséquent, en lien avec l'arrêt de l'activité de nos sites, la majorité de nos collaborateurs a été mise en activité partielle entraînant une perte de salaire.

Pour répondre à cette situation exceptionnelle, ADEO a décidé de maintenir temporairement dans les pays ne proposant pas d'aides financières gouvernementales aux collaborateurs, **70% du salaire de ces collaborateurs pour les mois d'avril, mai et juin 2020**

Partager et prendre soin de nos équipes, de nos clients et des communautés locales, a toujours fait partie de l'ADN d'ADEO. En 2020, pendant la crise sanitaire, notre désir d'être utile n'a fait que se renforcer.

Au printemps, pendant la crise du Covid, nos magasins ont reçu de nombreuses demandes d'aides des hôpitaux. Des produits tels que des masques, des gants, des combinaisons, des sprays et liquides de nettoyage, des supports de stockage étaient indispensables et souvent indisponibles. La majorité des Entreprises a ainsi effectué des dons de nombreux articles (masques, gants, produits de nettoyage) afin d'apporter une aide complémentaire notamment aux personnels soignants ou aux personnes qui étaient dans les premières lignes dans la lutte de l'épidémie de covid, dès le début de la crise.



**LEROY MERLIN Roumanie a déployé dans un ancien magasin de l'enseigne, un hôpital de près de 450 lits pour venir en aide aux malades du coronavirus.**

En remerciement aux personnels soignants, des entreprises comme par exemple, LEROY MERLIN Portugal ont offert aux personnels soignant une réduction de 10% pour leurs achats en magasin ou encore ZÓDIO France qui a offert aux soignants, ses stocks de chocolat de Pâques invendus en raison du confinement.





En dehors de cette période sanitaire que nous traversons, nos Entreprises ont toujours à cœur de faire bénéficier de leur générosité en mettant en œuvre différentes actions solidaires.

**A TITRE D'EXEMPLE :**

- L'association "Les Bricos du cœur" créée par des collaborateurs d'ADEO et présente dans la majorité de nos Entreprises, met en place des projets de rénovation des locaux d'associations qui viennent elles aussi en aide aux populations. En 2020, les actions ont été nombreuses et se sont portées principalement sur la lutte contre l'épidémie de COVID. L'association a aussi renouvelé son édition de "la semaine de la solidarité" mobilisant près de 150 personnes dans une dizaine de villes.
- Nos 3 entreprises italiennes, **LEROY MERLIN Italie**, **BRICOMAN Italie** et **BRICOCENTER Italie** ont lancé l'opération de "l'ampoule suspendue". Cette action solidaire, permet de venir en aide aux personnes touchées par la précarité énergétique. Les clients des magasins achètent une ou des ampoules qui sont ensuite remises à des associations partenaires qui les distribuent aux bénéficiaires.

Enfin, il y a quelques années maintenant, deux de nos entreprises, **LEROY MERLIN France** et **LEROY MERLIN Pologne** ont mis en place une fondation d'entreprise.

Chez **LEROY MERLIN France**, l'objet de la fondation est "l'aménagement de l'habitat de personnes handicapées ou dépendantes". En 2020, portés par près de 150 collaborateurs volontaires et engagés, ce sont 64 projets financés pour un montant de 450 000€. Les aides apportées ont permis notamment, de financer des travaux d'adaptation de salles d'eau, d'installation d'un monte-escalier ou d'un élévateur, de transformation de garage ou encore l'amélioration de l'accessibilité extérieure et de motorisation des accès...

Chez **LEROY MERLIN Pologne**, la fondation permet de financer des projets de différentes natures. En 2020, nous pouvons retenir par exemple, l'aide financière apportée à l'association "Habitat For Humanity" qui vient en aide aux personnes qui vivent dans des situations précaires. Par ailleurs, la fondation a aussi permis d'apporter une aide nécessaire à la reconstruction d'un bâtiment incendié utilisé par une association qui vient en aide à des enfants issus de milieux défavorisés.



## D) ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ

Convaincues que la diversité est un facteur de performance, les Entreprises du groupe recrutent des profils variés, à l'image de leur clientèle locale, promeuvent l'égalité professionnelle à tous les niveaux et dans tous les processus de l'Entreprise, en ce qui concerne l'origine sociale, le sexe, le handicap, l'âge, l'orientation sexuelle, la diversité religieuse... Cette approche garantit que nous sélectionnons toujours les meilleures compétences (à l'embauche ou lors des promotions internes).

Dans un premier temps, pour garantir une égalité des traitements dans les chances d'évolution et être le reflet de la diversité de la société, nous nous engageons à composer les Comités de Direction Entreprise et magasins avec **une parité** homme-femme et une représentation multi-pays qui incarne **l'ambition internationale d'ADEO**.



	2016	2017	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
Pourcentage de femmes membres de comités de direction en entreprise	14%	17%	22%	20%	16%	-22%
Pourcentage de femmes membres de comités de direction en magasin	34%	36%	36%	36%	37%	+4%

Quelques entreprises ont déjà mis en œuvre une politique  
Diversité & Inclusion avec différents niveaux de maturité :

- **LEROY MERLIN Brésil** soutient le programme “Women's Empowerment Principles” créé conjointement par ONU Femmes et le Global Compact des Nations Unies. Il s’agit d’un ensemble de sept principes qui indiquent une orientation aux entreprises sur la manière de promouvoir l’égalité des sexes et l’autonomisation des femmes notamment sur le lieu de travail. En 2020, l’entreprise a été classée dans le palmarès Great Place to Work For Women à la 13ème place des entreprises brésiliennes et classée 3ème entreprise du retail pour les femmes travaillant en Amérique Latine par le “Women in Leadership Latin America”
- **LEROY MERLIN France**, à l’occasion de la Semaine de la Diversité et de l’Inclusion, a signé le 24 novembre, la Charte de la Diversité. Cette charte affirme la volonté d’agir en faveur de la diversité culturelle, sociale, ethnique, et de dépasser le cadre légal et juridique de la lutte contre les discriminations.
- **Chez ZÓDIO France**, un plan d’actions a été présenté en comité social et économique, suite à l’accord sur l’égalité hommes-femmes signé en mars 2019. ZÓDIO France s’est associé à la semaine du handicap : témoignages, duo-days, sensibilisation.
- **Chez LEROY MERLIN Portugal**, un plan d’actions sur 3 ans a été lancé, afin d’entamer un processus d’intégration de salariés à mobilité réduite et d’adapter les postes de travail en conséquence. Des critères d’inclusion ont également été intégrés à la politique de recrutement de stagiaires.
- **BRICOMAN France** a relancé l’initiative des “Duo Days” en novembre 2020, action visant à faire découvrir nos métiers et lever les freins à l’emploi de travailleurs en situation de handicap, avec l’objectif que 100% des sites reçoivent un duo. Une campagne de sensibilisation de 6 semaines sur le handicap a été créée sur Workplace.
- **LEROY MERLIN Italie** a mis en place son projet FormidABILI pour l’intégration des personnes ayant des handicaps mentaux. Des tests ont été réalisés sur 2 magasins, et le projet a été développé dans 7 autres magasins.



## E) ENGAGEMENT ET BIEN-ÊTRE

Le contexte des **relations de travail** et de la **relation Employé/Employeur** évoluent du fait de la révolution digitale. Aujourd'hui, les collaborateurs attendent de pouvoir s'engager par rapport à un projet de sens et de plus grande ampleur d'une part, et d'autre part de bénéficier d'expériences plus personnalisées, plus rythmées et variées. Ce double challenge nous amène à faire évoluer notre contrat social afin de devenir un employeur de choix à l'ère du digital et de savoir maintenir autrement notre promesse de développement du talent de chacun, afin de garantir le bien-être des collaborateurs et un haut niveau d'engagement. C'est la raison pour laquelle **nous prenons soin de mesurer la satisfaction des collaborateurs** pour vérifier la pertinence de nos politiques Ressources Humaines à travers **3 indicateurs principaux** :

- **l'Employee eXperience Index (EXI)** dont l'objectif est de mesurer la satisfaction et l'engagement de nos collaborateurs à travers le Net Promoter Score (NPS);
- **l'évolution du turnover toutes populations;**
- **l'absentéisme pour maladie.**

En 2020, nous avons étendu la mesure de l'EXI à l'ensemble des collaborateurs, et non plus simplement à un échantillon représentatif. Cette exhaustivité de l'enquête permet une animation des résultats au niveau de chaque magasin et d'être beaucoup plus ciblé dans les réponses à apporter.

Dans une démarche d'amélioration continue, en 2021, nous renforçons l'animation de cette mesure en s'appuyant sur une solution digitale pour faciliter la communication et la transparence des résultats auprès de nos collaborateurs, développer en profondeur la culture du Feedback et renforcer la relation de confiance, élément-clé de notre proximité managériale.



EMPLOYEE EXPERIENCE INDEX Feel ADEO				
	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
<b>Net Promotor Score (EXI)</b>	31	33	<b>40</b>	<b>+21%</b>

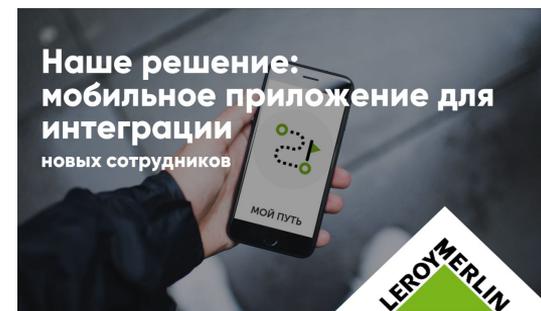
Nos Entreprises poursuivent l'animation des différents dispositifs d'écoute collaborateurs en local et mettent en place des actions visant à améliorer le bien-être des collaborateurs.

### A TITRE D'EXEMPLE EN 2020 :

- **LEROY MERLIN France et ZÔDIO France** poursuivent le dispositif "Clarence", dispositif d'écoute et d'accompagnement des collaborateurs dans des situations d'urgence, incluant notamment l'accès à une plateforme téléphonique et la dotation d'un fonds de solidarité.
- **LEROY MERLIN Espagne** a lancé en octobre 2020 son site "Bienestar 360°", pour promouvoir le bien-être de tous les collaborateurs.
- **BRICOMART Espagne** a réalisé les premières évaluations psychosociales en entrepôts et en services internes. Cette action répond au plan annuel luttant contre l'absentéisme mis en place par le service de prévention des risques. Ces évaluations permettront d'identifier les facteurs qui affectent l'absentéisme afin d'y apporter des actions associées. Par ailleurs, une application de "onboarding" a été mise en place pour tous les nouveaux collaborateurs afin de faciliter leur intégration dans l'entreprise. Celle-ci met à disposition différents contenus notamment sur l'entreprise ou les missions exercées.
- **LEROY MERLIN Russie**, a également mis en place cette même pratique avec le déploiement d'une application nommée "My Way" pour l'intégration des nouveaux collaborateurs.



TU BIENESTAR  
EN TUS MANOS



La stabilité des équipes est un élément important pour la construction et le développement de la compétence, gage de notre performance. Un turnover bas est aussi un signe de notre capacité à donner une perspective aux équipes et à les accompagner dans des périodes de transformation organisationnelle et métier.

**L'évolution du turnover entre 2016 et 2019 était sur une tendance à la hausse, passant de 12% à 17%, dont l'analyse est la suivante :**

- **Dans les pays de l'Est (Russie, Pologne, Roumanie)**, forte tension sur le marché de l'emploi (compétences peu disponibles - situation de plein emploi avant la crise) et la spécificité de nos modèles sociaux qui sont gérés sur des temps longs parfois en décalage avec les fortes accélérations des rémunérations sur le plan local.
- **Dans les entreprises matures**, nous avons accueilli de nouveaux profils (notamment digitaux et supply chain) en lien avec l'évolution de notre business model, mais aussi plus jeunes et dont les attentes en termes d'évolution de carrière sont différentes. L'intégration de ces nouveaux profils se révèle différente et nécessite de nous adapter.
- **Dans toutes nos Entreprises**, le turnover des collaborateurs ayant moins de 1-2 ans d'ancienneté est resté trop élevé, nécessitant d'améliorer nos processus de recrutement (pour une meilleure adéquation profil/poste) ainsi que l'accompagnement en prise de mission.

En 2020, l'impact de la crise COVID-19 a marqué un arrêt brutal de la tendance à la hausse du turnover. La solidité de notre modèle social et de notre activité, dans un environnement concurrentiel fortement perturbé, explique ce renversement de tendance. Toutefois, la situation reste tendue sur les marchés de profils rares.

	2016	2017	2018	2019	2020	Evolution 2019-2020
Taux de turnover toutes populations	12%	14%	16%	17%	14%	-19%

	2016	2017	2018	2019	2020	Evolution 2019-2020
Nombre total d'heures travaillées	132 024 088	144 265 113	159 276 099	183 455 161	187 591 261	+2%
Nombre d'heures d'absence pour maladie	5 345 460	5 920 776	6 658 411	7 844 592	10 461 885	+33%
Taux absentéisme pour maladie	3,9%	4,0%	4,0%	4,1%	5,3%	+1,2 pts

La crise COVID-19 perturbe la lecture de l'absentéisme pour maladie. En outre, dans certains pays, la possibilité de recourir à un arrêt maladie pour des collaborateurs dans l'obligation de garder des enfants à la maison en raison de la fermeture des écoles, a fait augmenter le nombre d'heures d'absence maladie, bien qu'il reste difficile d'évaluer dans quelles proportions.

## F) LEADERSHIP D'UN AVENIR DURABLE POUR CHACUN PAR L'APPRENTISSAGE



L'Employabilité pour tous est définie comme un pilier de notre modèle humain et de notre contribution avec la volonté de **déployer un leadership d'un avenir durable pour chacun par l'apprentissage.**

Historiquement, notre offre de formation était orientée vers l'accompagnement des collaborateurs dans les premières années d'expérience. Nous observons aujourd'hui avec la réduction des ouvertures de magasins une réduction de la moyenne d'heures de formation par collaborateur.

Face au défi de la transformation, nous devons construire des **compétences durables** dans le temps pour l'ensemble de nos collaborateurs. **Pérenniser l'employabilité de nos équipes** pour qu'elles soient toujours adaptées aux temps et aux évolutions des marchés reste une promesse collaborateur forte et un facteur de performance dans le temps de l'entreprise.

Nous considérons la **formation comme un levier de développement des collaborateurs et d'amélioration des performances économiques** en lien avec la satisfaction de nos clients. Chaque Entreprise accompagne ses collaborateurs, quel que soit le niveau hiérarchique, en favorisant l'acquisition de nouveaux savoir-faire. Toutes les dimensions de nos métiers y sont abordées. L'ouverture et la mise en place de plateformes de formation digitales permettent de mieux cibler les besoins de nos collaborateurs.

		2016	2017	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
Nombre d'heures de formation	h	2 042 347	1 961 011	1 933 674	2 044 382	<b>2 180 892</b>	<b>+7%</b>
Nombre d'heures de formation par collaborateur au cours de la période	h/collaborateur	24,4	21,9	18,9	18,4	<b>17,5</b>	<b>-5%</b>

### EN 2020, NOS ENTREPRISES ONT MENÉ LES INITIATIVES SUIVANTES :

- **LEROY MERLIN Espagne**, en raison de la pandémie de COVID-19, a lancé son nouveau campus, outil nécessaire pour garantir que les équipes puissent continuer à se former en ligne. Un peu plus de 11 000 participants ont assisté à de nouveaux webinaires sur les produits, les compétences et la prévention.
- **LEROY MERLIN Brésil** a renforcé toutes les formations en ligne. Ainsi, diverses initiatives ont été lancées comme la mise en place d'un festival de l'apprentissage ou encore l'organisation d'un forum digital pour la communauté des collaborateurs des ressources humaines.
- **BRICOCENTER Italie**, dûe à la COVID-19, a réorganisé la formation, de façon à convertir la quasi-totalité des formations en mode numérique, afin que les collaborateurs puissent les utiliser en mobilité agile, avec une attention portée sur les cours consacrés au développement des compétences des vendeurs en matière de produits et de services.
- **BRICOMAN France** a mis en place une offre de formation enrichie pour accompagner les collaborateurs tout au long de leur parcours professionnel : 13 nouvelles formations digitales ont été créées notamment sur la relation client, la sécurité informatique ou encore le modèle de leadership...
- **BRICOMAN Italie** a digitalisé la plupart de ses formations. Une plateforme de Learning Management System a été lancée, avec des sujets d'e-learning à la disposition des employés.
- **ZÔDIO France** a finalisé le déploiement des formations vente initiées en 2019 permettant d'avoir 100% des collaborateurs formés début 2020, et a internalisé la compétence de formateur interne pour que cette formation soit déployée en interne dans le futur.
- **BRICOMART Espagne** a lancé le programme interne "Prometheus", visant à accélérer l'apprentissage et le développement professionnel de nos vendeurs en experts produits.
- **LEROY MERLIN Portugal** a digitalisé la majorité de ses formations, suite à la pandémie de COVID-19. Des webinaires ont été créés pour les managers sur la façon de diriger des équipes virtuelles, l'intelligence émotionnelle, la communication en temps de crise, etc. La "Leadership Digital Academy" a été lancée avec près de 250 personnes pour déployer le modèle de leadership.
- **LEROY MERLIN Russie** a également mis l'accent sur le développement du modèle de leadership en créant la "School for leaders" ouverte pour les directeurs de magasin dans un premier temps.



FORMAÇÃO  
E-LEARNING

Ambiente e Desenvolvimento  
Sustentável



# #2

## AMÉLIORATION DE L'HABITAT

**L'habitat**, c'est bien sûr le logement qui abrite, qui facilite et qui embellit la vie, et c'est également, à l'heure où il faut se protéger, la solution avérée pour rester chez soi. **L'amélioration de l'habitat prend plus que jamais son sens et renforce notre utilité et notre engagement pour un habitat plus sûr, plus sain, plus économe. L'habitat, c'est aussi le quartier où l'on vit, et c'est la planète. Nous avons la responsabilité de préserver ces écosystèmes et de contribuer à les améliorer par notre métier.**

Nous sommes, avant tout, des habitants du monde. Un monde qui permet la vie, avec sa biodiversité, ses forêts, ses océans et ses ressources naturelles. Un monde où nous devons et pouvons agir pour limiter le réchauffement climatique. Notre responsabilité est de concilier notre activité avec une production soutenable qui tient compte des limites des ressources planétaires.



## A) SOLUTIONS POSITIVES

### Achats responsables

L'ensemble des informations présentes dans ce rapport sont relatives aux achats marchands.

#### > Gouvernance

**Nous sommes responsables de l'impact de nos activités sur nos écosystèmes.** Les valeurs qui nous animent au quotidien nous engagent à construire une performance durable et un développement responsable avec nos parties prenantes et en particulier avec nos fournisseurs.

Nous développons des logiques d'amélioration continue et de maîtrise des risques pour nos clients et notre activité commerciale. Nous positionnons nos efforts en amont de la chaîne de valeur c'est-à-dire dès la sélection de nos fournisseurs.

Depuis 2019, les plateformes qualité par zone géographique sont mises en place et appliquent la norme qualité ADEO permettant le management de la qualité systémique, cohérent et homogène, et le déploiement d'une organisation dédiée mutualisée qui s'appuie sur :

- une organisation et un schéma de responsabilité des responsables Qualité opérationnels ;
- un cadre d'exigences et des processus métiers partagés (Norme Qualité) ;
- un système d'information Qualité commun (Quality Management System) composé de 3 lots actifs (Conformité Produit / Conformité Fournisseur / Suivi des Productions) et 2 à venir (Traitement des Non-conformités / Amélioration continue). La conformité produit est une exigence préalable à la commercialisation des produits (exigences réglementaires, politiques internes RSE et performance des produits).

L'outil Quality Management System (QMS) est aujourd'hui opérationnel pour **ADEO Services, LEROY MERLIN France, LEROY MERLIN Espagne, LEROY MERLIN Italie, LEROY MERLIN Pologne, LEROY MERLIN Russie, LEROY MERLIN Brésil, LEROY MERLIN Roumanie et LEROY MERLIN Portugal, soit 82% du CA HT IFRS €.**

# A) SOLUTIONS POSITIVES

## Achats responsables

### > Sélection de nos fournisseurs

La sélection de nos fournisseurs repose sur **deux actions phares** :

- le déploiement d'une relation éthique avec nos fournisseurs,
- la maîtrise de nos impacts sociaux et environnementaux est contrôlée grâce à des audits.

#### **DÉPLOIEMENT D'UNE RELATION ÉTHIQUE AVEC NOS FOURNISSEURS :**

Le Code de Conduite des Achats Responsables est intégré dans les contrats fournisseurs directs de produits marchands, et devient un pré requis à l'établissement ou à la poursuite de toute relation commerciale.

Le Code formalise un ensemble de droits et de devoirs individuels et collectifs auxquels nos Entreprises et fournisseurs se conforment. Ces droits et devoirs sont classés en **cinq thématiques principales** : éthique des affaires, social, environnement, qualité et protection des données personnelles. L'un des éléments fondamentaux du Code est l'engagement réciproque entre ADEO et ses fournisseurs.

#### **MAÎTRISE DE NOS IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX :**

La **qualification des fournisseurs** est une étape clef pour assurer une maîtrise de nos impacts sociaux et environnementaux lors de la production de nos produits. Pour cela, notre processus de qualification, en cours de déploiement sur l'ensemble des fournisseurs, repose sur deux niveaux :

- **Fournisseurs** : une auto-évaluation qualité, sociale et environnementale dont l'objectif est de couvrir 100% des fournisseurs du groupe ADEO à fin 2022. L'ambition principale est d'évaluer la conformité des fournisseurs avec nos exigences qualité/RSE. La démarche a été lancée en 2020 avec une phase d'expérimentation, et devient obligatoire pour tout nouveau fournisseur dès le début de l'année 2021.
- **Usines de produits finis de nos marques propres, Marques Des Habitants (MDH)** : la réalisation d'audits qualité et sociaux avec un résultat conforme est un prérequis à la sélection d'un fournisseur. L'objectif est de couvrir 100% des usines de produits finis MDH avec un audit qualité et social conforme de moins de trois ans à fin 2021. A partir du début 2021, l'audit environnemental deviendra obligatoire en amont de la sélection pour toute usine MDH dont les process industriels sont considérés comme particulièrement impactant pour l'environnement, au regard de la pollution de l'air, de l'eau ou des sols. L'année 2020 a permis grâce à une phase de test généralisée, de consolider les outils et processus définis pour industrialiser la démarche à partir de janvier 2021 et atteindre 100% des sites de fabrication MDH audités environnementalement à fin 2023.



2020	
Pourcentage de fournisseurs marchands ayant un contrat actif avec la centrale d'achat de l'entreprise ayant signé le code de conduite éthique des achats responsables	75%

## A) SOLUTIONS POSITIVES

### Achats responsables

#### > Fabrication de nos produits

Les produits sont au cœur de notre activité de commerçant et de notre utilité. Chaque produit a un impact sur la planète depuis l'extraction des matières premières jusqu'à sa fin de vie. Nous avons une responsabilité dans le choix des matières premières et la production et nous sommes engagés dans une démarche "Positive Product" pour réduire notre impact.

Cette démarche s'applique à l'ensemble des produits et à l'ensemble de nos Entreprises. "Positive Products" est une démarche d'éco-conception qui s'appuie sur 5 piliers :

1. **[Made from Sustainable Resources]** : le produit est fabriqué avec des ressources responsables (naturelles ou recyclées),
2. **[Responsible Production]** : le produit est issu d'une production respectueuse des hommes/femmes et de l'environnement,
3. **[Safe for People & Planet]** : le produit est sain et sûr pour les Hommes et non nuisible à la planète, en particulier son packaging,
4. **[Bring Sustainable Functions & Features]** : le produit apporte des performances environnementales liées à l'usage (réduction d'énergie et d'eau...)
5. **[Made to last]** : le produit est fait pour durer (ou à défaut qu'il soit réparable).

**Positive Products**  
devient le nouvel ADN  
de la construction de nos offres.



Made from SUSTAINABLE RESOURCES  
A range of particleboard furniture made from **100% FSC RECYCLED WOOD**



SAFE for people  
**LEYA serie**  
A 100% ORGANIC COTTON range certified by **GOTS and Oeko-Tex®**



## A) SOLUTIONS POSITIVES

### Pédagogie Client

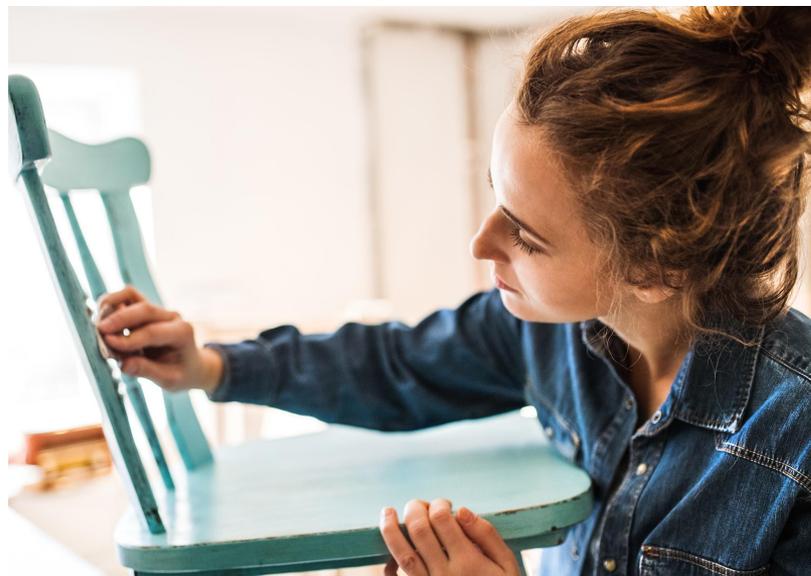
Pour que toutes les solutions positives soient adoptées par les clients, il faut qu'ils soient informés et en capacité de mieux évaluer les impacts.

C'est pourquoi la **PÉDAGOGIE** est un maillon essentiel de notre dispositif notamment pour que nos clients comprennent et connaissent la performance des produits qu'ils achètent pour améliorer leur habitat.

Nous déployons des ateliers et des actions pédagogiques auprès de nos clients pour apprendre à **mieux consommer, réparer, recycler...** Au lieu de jeter, nous pouvons toujours réparer, nous pouvons toujours transformer. Il y a toujours de nouvelles solutions à explorer. Ce sont les nouveaux réflexes que nous voulons favoriser.



**A titre d'exemple, BRICOCENTER Italie** a organisé l'évènement « Yes I ri » (Oui, Je répare, je réduis mes déchets, Je recycle, Je respecte la santé, la sécurité des personnes, l'environnement...). Cet évènement national, permet aux équipes des magasins de promouvoir par des ateliers, les bonnes pratiques pour réparer des produits, recycler ou encore promouvoir certaines gammes de produits respectant la santé ou permettant de réaliser des économies d'énergie et/ou d'eau.





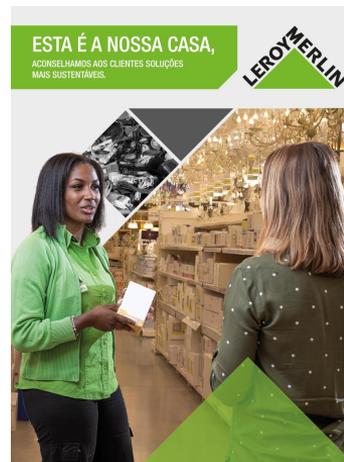
Enfin, en 2020, un partenariat a été signé avec la fondation **SOLAR IMPULSE** afin de renforcer notre offre de solutions positives qui vont permettre à nos consommateurs de faire des économies d'eau, d'énergie, de mieux isoler leurs maisons...

La plaque de toiture Tuil'up est la première solution positive labellisée par la Fondation **SOLAR IMPULSE** dans le cadre de notre partenariat reconnaissant cette solution comme éco-responsable et viable économiquement. Tuil'up est un nouveau matériau haute performance totalement biosourcé, fabriqué en France à base de cellulose et de résines végétales. Il est issu d'une production anti-gaspillage, avec zéro risque sanitaire, et il est recyclable. Sa légèreté permet de limiter l'empreinte carbone lors des opérations de transport.

Certaines de nos Entreprises proposent déjà des gammes de produits plus respectueuses de la santé humaine ou encore des produits permettant de réaliser des économies d'eau et d'énergie.

#### A TITRE D'EXEMPLE CITONS :

- **LEROY MERLIN Brésil, LEROY MERLIN Espagne et LEROY MERLIN Portugal** proposent leurs produits aux clients via des gammes spécifiques appelées par exemple Eco-Options ou encore Eco-Logic Products.
- **LEROY MERLIN Pologne** met en avant dans ses magasins la vente de récupérateurs d'eau et accessoires associés. L'entreprise réalise depuis le début d'année, un record de plus de 6 000 produits vendus.
- **LEROY MERLIN France** favorise l'utilisation de radiateurs plus économes pour ses clients en arrêtant la vente des radiateurs électriques trop consommateurs d'énergie et en renouvelant en 2020 les opérations de collecte des anciens radiateurs de ses clients.





## B) EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

### Matières premières et substances

Conscient que les ressources naturelles se raréfient, ADEO développe une politique de réduction de son empreinte environnementale, à commencer par l'usage des matières premières de première extraction. La conception et la production de nos produits sont de véritables leviers pour amoindrir l'érosion des ressources naturelles et contribuer à leur renouvellement. Notre défi est de s'approvisionner uniquement en ressources naturelles durables et d'intégrer les ressources recyclées dès la conception de nos produits, et à tout moment, de leur production.

### > Ressources bois responsable

Parmi les matières premières servant à fabriquer les produits vendus par les Entreprises d'ADEO, **le bois est la matière première pour laquelle les enjeux environnementaux et sociaux sont les plus forts**. La forte présence de bois dans notre offre produits nous conduit à avoir une politique engagée pour préserver notamment la biodiversité, la ressource naturelle et les communautés.

Depuis 2018, la politique "achat bois" d'ADEO a été intégrée au Code de Conduite des Achats Responsables et fait désormais partie de l'ensemble de nos contrats commerciaux.

En 2019, le déploiement progressif du QMS dans les entreprises d'ADEO a permis aux entreprises ayant accès à ce système de collecter les documents nécessaires à la justification de la conformité des nouveaux produits référencés vis-à-vis de la politique bois d'ADEO.

	2020
<p>Pourcentage de références de produits en bois et/ou à base de bois référencées en 2020 issus de sources responsables*</p>	88%

\*Ce résultat correspond aux nouvelles références articles certifiées dans notre QMS depuis la mise en place du module bois le 10 février 2020 jusqu'au 22 février 2021.

La mise en place de ce module dans nos entreprises étant progressive, les entreprises du périmètre de cette déclaration de performance extra-financière intégrant ce calcul sont les suivantes : **LEROY MERLIN France, LEROY MERLIN Russie, LEROY MERLIN Espagne, LEROY MERLIN Italie, LEROY MERLIN Pologne et LEROY MERLIN Portugal.**

Pour **renforcer notre process et l'assurance de notre compliance produits**, nous sommes engagés dans un partenariat global avec l'organisation NEPCon, experte de la traçabilité du bois, de la démonstration de la légalité et des certifications FSC et PEFC. Ensemble, nous avons construit notre procédure de diligence raisonnée qui est au cœur du process d'application de notre politique et se retrouve déployée dans le Quality Management System. NEPCon accompagne l'ensemble des plateformes qualité dans la réalisation des actions de qualification de nos fournisseurs sur la traçabilité de leurs produits bois.

## B) EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

### Matières premières et substances

#### > Substances dangereuses

Conscient de l'impact sanitaire ou écologique que nos produits et les process de production peuvent avoir sur la santé des habitants et des travailleurs, ADEO s'est engagé au travers d'une politique "substances dangereuses" pour aller au-delà des réglementations existantes.

Dans un contexte où les substances chimiques sont largement et massivement utilisées en industrie, où les connaissances scientifiques et la recherche qualifient les risques associés à certaines substances, et où les habitants s'engagent dans la réduction de leur consommation d'énergie en isolant leur habitat et en confinant l'air qui y est présent, **ADEO a choisi la focale de la pollution de l'air intérieur.**

L'ambition d'ADEO est de réduire l'exposition des habitants aux substances les plus controversées qui peuvent se retrouver dans nos produits. De même que la politique achat-bois, la politique substances est intégrée au code de conduite achats responsables et fait partie de la conformité pour l'ensemble de nos produits. Une Restricted Substances List (RSL) a donc été établie et contient les substances qui seront progressivement bannies ou restreintes dans nos produits.

Certaines substances de la RSL jugées extrêmement préoccupantes sont intégrées dans une blacklist et feront l'objet d'une attention immédiate pouvant conduire au retrait de certains produits commercialisés, avec une attention particulière portée dès 2020, sur les produits qui contiennent des isocyanates et de la silice cristalline.

Dès 2021, la politique "substances dangereuses" sera progressivement intégrée à notre outil de gestion de la conformité Quality Management System et tout nouveau produit devra s'y conformer.

**L'ambition est d'engager l'ensemble de nos fournisseurs dans cette démarche d'amélioration continue en signant cette politique et en contrôlant la conformité des produits au travers d'un ensemble de tests sur les substances dangereuses soumises aux exigences d'ADEO.**



## B) EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

### Empreinte carbone et changement climatique

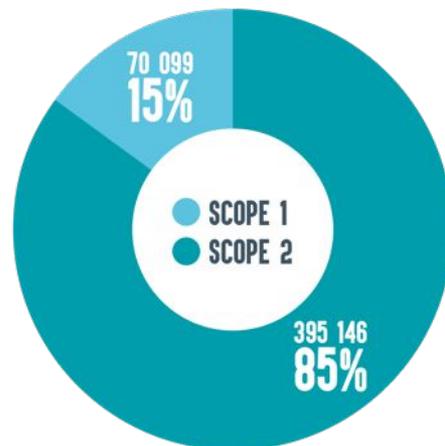
L'Accord de Paris conclu en décembre 2015 marque un tournant dans la lutte contre le réchauffement climatique puisqu'il engage tous les pays du monde à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, et à maintenir le réchauffement climatique sous 2°C d'ici à la fin du siècle.

Dans ce contexte, **ADEO s'engage à participer à la lutte contre le changement climatique**, en réduisant de **50% notre empreinte carbone d'ici 2035**, en mettant en place des actions de mesure et de réduction de l'empreinte carbone relative à notre activité.

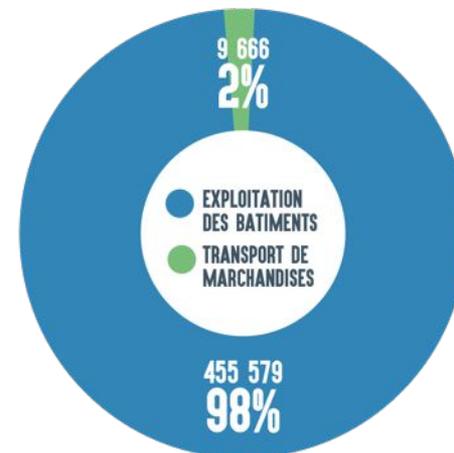
Dans cette logique de réduction de notre empreinte carbone, nos entreprises mettent déjà un certain nombre d'actions en place afin de réduire nos impacts.

En 2020, le bilan carbone, scope 1 & 2 d'ADEO représente **465 244 tCO<sub>2</sub>eq.**

#### RÉPARTITION DES ÉMISSIONS PAR SCOPE (tCO<sub>2</sub>e)



#### RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DU SCOPE 1 ET 2 PAR USAGE (tCO<sub>2</sub>e)



## B) EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

### Empreinte carbone et changement climatique

#### > Une logistique vertueuse

Notre activité nécessite que nos produits soient transportés. Nous faisons donc le choix de transports moins impactants afin de réduire notre empreinte carbone liée aux transports de marchandises. De manière globale, l'optimisation de la logistique est opérée par le développement du cross-Docking<sup>1</sup>, par l'optimisation du taux de chargement des camions, et le développement de l'intermodalité des transports.

Ci dessous est présentée, l'empreinte carbone des transports de marchandises depuis les centres logistiques vers nos magasins.

		2016	2017	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
Émissions de CO <sub>2</sub> liées au transport de marchandises (depuis le centre logistique vers les magasins)	teq. CO <sub>2</sub>	103 037	105 490	112 553	125 514	<b>135 915</b>	<b>8%</b>

<sup>1</sup>Le cross docking est un mode d'organisation des flux logistiques permettant d'articuler et de croiser en un endroit appelé plate-forme, des flux d'approvisionnement en provenance de fournisseurs avec des flux de livraison terminaux en direction de nos points de vente.



Certaines de nos entreprises adoptent des pratiques en faveur d'une logistique plus vertueuse :

- **LEROY MERLIN Italie** a ouvert un nouvel entrepôt à Rome permettant ainsi l'optimisation des flux logistiques amont et permettant de réduire le nombre de kilomètres effectués pour la livraison des magasins situés dans le sud du pays.
  - **BRICOCENTER Italie** s'appuie sur les plateformes logistiques régionales de **LEROY MERLIN Italie** pour optimiser le nombre de kilomètres parcourus.
  - **BRICOMAN Italie** met en circulation des véhicules fonctionnant au GNL. En 2020, **BRICOMAN Italie** étend l'intermodalité des transports jusqu'alors mis en place pour les magasins du sud du pays ,et ceux situés sur les îles italiennes, aux magasins situés au nord-est du pays.
  - **BRICOMART Espagne** a mis en circulation son premier ECO-Truck, un camion hybride pour la livraison des clients à Madrid. Quant à **LEROY MERLIN Russie**, l'entreprise dispose de 19 camions fonctionnant au méthane pour les livraisons effectuées depuis les entrepôts vers les magasins.
  - **LEROY MERLIN Espagne** est également engagée en faveur d'une logistique plus vertueuse par son adhésion au projet Lean and Green qui promeut une réduction des émissions de GES liée aux activités logistiques. C'est pourquoi **LEROY MERLIN Espagne** dispose dans sa flotte de véhicules, de 6 camions GNL.
  - **LEROY MERLIN France** développe la régionalisation de son réseau logistique. Avec l'ouverture en 2018 du site OUEST ST LEGER, en 2019 du site SUD EST de Grans et du repositionnement du site SUD OUEST de Mazères vers MONTBARTIER, cela a permis une réduction de 4,5 millions de kilomètres. Enfin, avec les repositionnements du site EST de Châlons vers Ludres, du site Rhône Alpes de Valence vers SQF en 2020 et l'ouverture du site IDF Nord Nanteuil en 2021, ce sont près de 15 millions de kilomètres annuels supplémentaires qui pourront être épargnés.
- LEROY MERLIN France** déploie l'intermodalité par le rail-route sur les lignes logistiques le permettant. En 2020, ce sont près de 80 000 tonnes de marchandises qui ont été livrées via le rail. Concernant la flotte de véhicules utilisée, celle-ci comprend 85 tracteurs fonctionnant au gaz, soit 25 de plus par rapport à 2019 et qui permettent de livrer plus de 50% des volumes régionaux. Sept tracteurs de cour électriques sont également en service. Enfin, près de 90% des transporteurs référencés ont signé la charte objectif CO2 de l'ADEME.
- Enfin, **LEROY MERLIN Portugal** a mis l'accent sur la stratégie du cross-docking<sup>1</sup>. Ainsi, c'est près de 30% des fournisseurs qui opèrent via le cross-docking en 2020.

<sup>1</sup>Le cross docking est un mode d'organisation des flux logistiques permettant d'articuler et de croiser en un endroit appelé plate-forme, des flux d'approvisionnement en provenance de fournisseurs avec des flux de livraison terminaux en direction de nos points de vente.





## B) EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

### Empreinte carbone et changement climatique

#### > Une exploitation de nos sites respectueuse de l'environnement

Une fois acheminés, la distribution des produits repose sur un maillage territorial d'entrepôts et de magasins. Notre priorité est de réduire l'empreinte environnementale de ce réseau. Pour cela, les Entreprises ADEO mettent en place différentes actions pour réduire leur empreinte environnementale et développent de nouveaux magasins atteignant des standards de performance énergétique en matière de construction. Il s'agit notamment de réduire l'impact lors de la conception, la construction et l'exploitation des sites.

#### En cohérence avec cette ambition :

- **LEROY MERLIN Russie** dispose de deux entrepôts (Entrepôt de South Gates and entrepôt de North Star) certifiés selon la méthode d'évaluation BREEAM (BRE Environmental Assessment Method) qui atteste du niveau environnemental de ces bâtiments.
- 32 magasins de **LEROY MERLIN Italie** ont une certification énergétique.
- Chez **BRICOMAN Italie**, 100% des sites (entrepôts et magasins) sont certifiés selon la norme ISO 50001 qui définit un cadre d'exigence relatif au management de l'énergie.
- En 2020, ce sont chez **LEROY MERLIN Brésil**, 24 magasins qui sont certifiés pour la construction, l'exploitation ou les deux selon le référentiel AQUA (Alta Qualidade Ambiental).
- 100% des magasins de **LEROY MERLIN Portugal** ont une certification énergétique délivrée par l'ADENE, l'agence nationale de l'énergie.
- **LEROY MERLIN France** travaille, depuis 2007, sur une démarche de fond visant à évoluer vers de nouveaux magasins plus respectueux de l'environnement. Tous les nouveaux magasins suivent cette démarche. Deux magasins sont certifiés selon le référentiel BREEAM et d'autres répondent au niveau BBC ou encore Effinergie.
- Chez **BRICOMAN France**, depuis la certification HQE en 2012 du magasin de Capelle la Grande, tous les nouveaux magasins dont l'entreprise a la maîtrise d'ouvrage sont au niveau HQE, soit 8 magasins dont le nouveau magasin de Bonneuil ouvert en septembre 2020.

		2016	2017	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
Emissions de CO <sub>2</sub> liées à la consommation d'énergie (électricité + gaz) des magasins	teq. CO <sub>2</sub>	243 015	264 924	288 783	297 650	<b>307 414</b>	<b>3%</b>

L'exploitation de nos sites, majoritairement des magasins, consomment principalement de l'énergie électrique et du gaz pour l'éclairage, le chauffage et la climatisation.

		2016	2017	2018	2019	2020	Evolution 2019-2020
Consommation d'électricité / surface de vente intérieure	kWh / m <sup>2</sup>	210	208	205	198	186	-6%
Consommation de gaz / surface de vente intérieure	kWh / m <sup>2</sup>	77	80	89	96	93	-3%
Consommation d'énergie (électricité + gaz) / surface de vente intérieure	kWh / m <sup>2</sup>	240	239	239	233	219	-6%

Concernant la consommation d'énergie de nos sites, nous voulons la réduire de 20% d'ici à 2025 par rapport à 2019.

Pour y parvenir, nous engageons à :

- ce que tous nos sites soient équipés en gestion technique centralisée (GTC) d'ici 2021, pour mesurer et piloter à distance les flux d'énergie, réguler la température et les heures de fonctionnement des installations techniques;
- ce que nos sites soient alimentés à 100% en énergie d'origine renouvelable dès 2021, et que la totalité de nos sites aient terminé de s'équiper en éclairage LED en 2021.

Notre plan de rénovation des magasins est ambitieux, et sera également conduit par la **diminution de l'empreinte carbone, le confort des collaborateurs et des clients**. Dans cette perspective, concernant les consommations d'énergie, les Entreprises mettent en place des actions qui consistent aussi bien à réduire leurs consommations en énergie fossile qu' à s'approvisionner de manière plus durable.

Citons à titre d'exemple :

- Chez **BRICOMAN Italie**, 100% des magasins disposent d'un système de surveillance des consommations d'électricité et 100% des magasins disposent d'un système de BMS (Building Management System), pour la télégestion des installations de climatisation.
- 100% des magasins de **BRICOCENTER Italie** et de **LEROY MERLIN Russie** disposent d'un éclairage LED.
- 15 des 20 magasins de **ZÓDIO France** sont équipés en LED pour la surface de vente et 7 magasins sont équipés en LED pour la zone des réserves.
- **LEROY MERLIN Brésil** utilise également un système de gestion technique centralisée pour la climatisation et l'éclairage de certains magasins. L'entreprise remplace également, au fur et à mesure, ses magasins avec un éclairage LED. A fin 2020, ce sont 38 magasins qui sont équipés en LED.
- **LEROY MERLIN Pologne** et **BRICOMAN Italie**, poursuivent la mise en place d'un éclairage LED dans leurs magasins en 2020.



Certaines de nos Entreprises achètent de l'énergie dite « **verte** » car issue d'une source de production renouvelable ou alors **elles produisent directement sur leurs sites des énergies renouvelables.**

**C'est ainsi que :**

- Depuis 2020, **LEROY MERLIN Espagne et LEROY MERLIN Portugal** (à l'exception de 2 magasins insulaires) alimentent 100% de leurs magasins en électricité verte. **BRICOCENTER Italie, LEROY MERLIN Italie, BRICOMART Espagne, BRICOMAN Italie et LEROY MERLIN Brésil** adoptent cette même pratique pour certains de leurs magasins.
- En 2020, **LEROY MERLIN Portugal** a installé 3 nouvelles installations photovoltaïques respectivement au magasin d'Aveiro, pour une superficie de près de 2000 m<sup>2</sup> qui produiront 547 MWh soit près de 37 % de la consommation électrique du magasin, au magasin de Leira pour une superficie de près 2600 m<sup>2</sup> qui produiront 755 MWh soit près de 39 % de la consommation du magasin, et au magasin de Setubal pour une superficie de près de 1200 m<sup>2</sup> qui produiront 365 MWh soit près de 52% de la consommation du magasin.

**LEROY MERLIN Pologne** a installé sa première installation photovoltaïque au magasin de Zgorzelec en octobre dernier. Cette installation comprend 296 panneaux photovoltaïques. D'autres entreprises mettent en place cette même pratique, c'est notamment le cas de **LEROY MERLIN Italie, BRICOMAN Italie et LEROY MERLIN Russie.**

- Enfin, une majorité de nos entreprises a également mis en place des panneaux solaires pour la production d'eau chaude sanitaire comme par exemple **LEROY MERLIN Espagne, BRICOCENTER Italie, LEROY MERLIN France** ou encore **BRICOMART Espagne.**



Face aux effets du changement climatique, la ressource en eau est également une ressource qu'il est nécessaire de préserver. Bien que nos activités de distribution soient peu consommatrices, nos Entreprises mettent en place des actions permettant de réduire nos consommations ou de s'approvisionner de manière durable.

- Ainsi, certaines de nos entreprises comme **BRICOMAN Italie**, **LEROY MERLIN Espagne**, **LEROY MERLIN Brésil**, **LEROY MERLIN Pologne**, **BRICOCENTER Italie** ou encore **ZÔDIO France** sont équipées pour collecter l'eau de pluie afin de l'utiliser pour l'arrosage des espaces verts et/ou les sanitaires.
- Depuis 2011, chaque nouveau magasin de **LEROY MERLIN France** est équipé d'un récupérateur d'eau de pluie pour les sanitaires soit 25 magasins environ.
- D'autres entreprises équipent certains de leurs magasins avec des robinets à faible débit comme le fait, par exemple, **LEROY MERLIN Italie**.

		2016	2017	2018	2019	2020	Evolution 2019-2020
Consommation d'eau / surface de vente intérieure	m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup>	0,32	0,33	0,35	0,36	<b>0,34</b>	<b>-6%</b>



Enfin, **notre responsabilité sur nos écosystèmes locaux est importante**. La création des magasins, entrepôts, voies d'accès concourent à l'artificialisation des sols et altère la biodiversité indispensable à la vie sur terre. C'est pourquoi, nous nous engageons à ce que 100% de nos sites aient une ambition locale de protection de la biodiversité. **Pour cela, nos Entreprises mettent donc en place certaines actions qui tentent de compenser notre impact notamment sur la ressource bois, et d'autres actions qui permettent également de restaurer ou de préserver la biodiversité.**

#### Ainsi :

- En 2020, près de 23 000 arbres auraient dû être plantés en représentation de chaque nouveau collaborateur embauché en CDI dans le groupe pendant l'année 2019. Suite à la crise sanitaire, seule une partie de ces arbres a été plantée. Le reste des plantations sera effectué en 2021 avec l'accompagnement de notre partenaire Reforest'Action.
- Dès 2015, **LEROY MERLIN France** a tissé un partenariat avec *Reforest'Action*. En 2020, ce sont près de 76 000 arbres qui auront été plantés sur le territoire national.
- Depuis 2019, **LEROY MERLIN Pologne** est partenaire de "State Forests of Poland", une organisation gouvernementale polonaise qui œuvre pour le reboisement des forêts nationales. Ce partenariat s'est poursuivi en 2020 avec le financement par **LEROY MERLIN Pologne** de projets de plantations. Par ailleurs, l'entreprise agit également localement sur la biodiversité locale. C'est pourquoi, une trentaine de ruches réparties sur les sites de 7 magasins permettent de produire du miel et d'organiser des ateliers de sensibilisation à la biodiversité auprès des clients.
- **LEROY MERLIN Italie**, dans le cadre de son projet « Orto Fai Da Noi », met à disposition des habitants des jardins potagers partagés répartis sur les sites de 2 magasins. Au total, près de 4000 m<sup>2</sup> sont destinés à cet usage pour les habitants passionnés de jardinage. En plus d'être un lieu d'expression de la biodiversité, c'est aussi un lieu de partage.
- **LEROY MERLIN Espagne**, en partenariat avec CO2 Revolution, a planté en 2020, près de 10 000 arbres dans le Parc Naturel du Haut-Taje. D'autres actions ont eu lieu comme la plantation supplémentaire de 406 arbres par environ 290 volontaires et la création de 74 nichoirs à oiseaux.
- **LEROY MERLIN Russie**, qui dans le cadre de son projet « Forestmania » a réalisé des plantations d'arbres. Au total, près de 53 350 arbres ont été plantés en 2020.
- **LEROY MERLIN Brésil** a participé au « FSC Friday » qui est un événement mondial annuel pour la préservation des forêts. A cette occasion, **LEROY MERLIN Brésil** a renouvelé son opération "Forest week". Ainsi, pour chaque produit certifié FSC acheté, un arbre sera planté en Amazonie.

## B) EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

### Économie circulaire

L'économie circulaire vise à réduire le gaspillage des matières premières et à diminuer l'impact environnemental à tous les stades de vie d'un produit. La volonté commune des Entreprises d'ADEO **est d'intervenir sur l'ensemble du processus des déchets** qui se traduit par une politique s'appuyant sur :

- la réduction des emballages (produits et transport);
- l'économie circulaire

#### > Emballage

##### > Réduction des quantités d'emballage des produits

Depuis 2019, le déploiement de la politique packaging se structure. L'objectif premier est de suivre les principes du "zéro déchet" sur les emballages de vente, à savoir : refuser, réduire, réutiliser et recycler. **Cela nous conduit à bannir certains matériaux, dont le PVC et le PSE de nos emballages dès 2021**, et à réduire l'utilisation de ceux dont la recyclabilité est complexe pour favoriser l'intégration dans nos packagings de matières d'origine recyclée et/ou recyclable en fin de vie.

##### > Optimisation de la quantité d'emballage de transport

L'activité de nos magasins produit des déchets : cartons, plastiques, bois, gravats, déchets industriels banals (DIB) en mélange et des déchets industriels spéciaux tels que la peinture. Ces déchets sont une véritable source de nouvelles matières premières pouvant être recyclées ou valorisées. Les différentes actions mises en place dans nos Entreprises visent à atteindre l'objectif suivant : **100% de nos sites trient leurs déchets et les valorisent dès 2022** lorsque les filières de recyclage existent dans les pays dans lesquels nous sommes implantés.





Ainsi, la majorité des Entreprises d’ADEO équipe leurs magasins d’un espace de tri ou encore anime la performance sur ce sujet auprès de leurs magasins, comme le font par exemple **LEROY MERLIN France**, **LEROY MERLIN Espagne** ou encore **LEROY MERLIN Portugal**.

Par exemple, **BRICOMAN France** a diffusé aux équipes en magasins un dispositif comprenant un support de formation au tri sélectif et les supports de balisage des espaces de tri en magasins. Cette démarche s’accompagne également de l’envoi mensuel des performances de tri de chaque magasin.

		2016	2017	2018	2019	2020	Évolution 2019-2020
Quantité totale de déchets liés à l'activité en magasins et collectés par un prestataire / CA HT IFRS (Mn €) *	tonnes / CA HT IFRS (Mn d'€)	17,9	17,5	18,8	20,5	19,7	-4%

\*Le poids de ces déchets ci-dessus ne comprend pas :

- les DIB enlevés par les communes pour **LEROY MERLIN Italie**, **BRICOCENTER Italie**, **BRICOMAN Italie** et **LEROY MERLIN Pologne** car ces collectivités ne leur transmettent pas de bons de pesée correspondants ;
- le poids des déchets de palettes en bois de **LEROY MERLIN France**, **LEROY MERLIN Russie** et de **LEROY MERLIN Pologne**.

## B) EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

### Économie circulaire

#### > Economie circulaire

##### > Utilisation de matériaux qui offrent une meilleure recyclabilité

L'ambition d'ADEO est de réduire l'impact environnemental de ses produits tout au long de leur cycle de vie. L'éco-conception est développée tout au long des différents stades de développement des gammes produits. ADEO a posé des ambitions fortes sur **la durabilité des produits**, notamment sur **nos Marques des Habitants (MDH) en s'engageant sur un allongement de la durée de garantie à 5 ans de nos marques propres internationales, ceci dès 2022.**

Sur les 2 leviers de la durabilité qui sont la fiabilité et la réparation, des actions sont mises en place :

- **Fiabilité** : Intégration des retours de services après vente (SAV) et avis produits dans un outil décisionnel permettant d'identifier les produits à taux de retour supérieur à 3%. Ce programme qualité, appelé "Trust Killer", permet de mettre en place des plans d'actions pour améliorer la fiabilité des produits. Les causes de retours SAV sont disponibles pour nos équipes de conception et sont la source principale d'amélioration des produits, afin de proposer des produits toujours plus durables.
- **Réparabilité** : Le déploiement de nos systèmes d'informations pour améliorer la réparabilité des produits commercialisés est en cours. Citons par exemple, le déploiement de front office magasins, l'harmonisation du référencement des pièces détachées, une interface avec des réparateurs partenaires (9 nouveaux réparateurs recrutés).



Plusieurs initiatives locales sont testées et déployées dans nos enseignes pour promouvoir la réparabilité des produits et prolonger leur durée de vie.

- Chez **LEROY MERLIN France**, la « **dépannerie** » permet aux clients habitants de venir apprendre à réparer leurs produits. Ces événements ont eu lieu dans plusieurs magasins. Par ailleurs, Adeo Services et LEROY MERLIN France sont membres du Club de la Durabilité, animé par l'association Halte à l'Obsolescence Programmée.
- Chez **LEROY MERLIN France**, des **corners « seconde vie »** sont disponibles dans une dizaine de magasins. L'ambition est de re-commercialiser à prix réduits des produits avec des défauts d'aspects mais toujours fiables, provenant de notre retour marchandise ou SAV.
- Chez **LEROY MERLIN Portugal**, des **cours de réparation** ont été donnés via la **page Facebook** de l'enseigne, comme par exemple, pour réparer un mitigeur ou encore une perceuse.
- Chez **LEROY MERLIN Italie**, des **tutoriels de diagnostic et de réparation** sont intégrés dans nos outils de prise en charge pour former les collaborateurs.



## > Seconde vie des déchets

Par ailleurs, lorsque cela est possible, nos Entreprises commercialisent des produits fabriqués à partir de déchets.

### CITONS A TITRE D'EXEMPLE :

- **LEROY MERLIN France** commercialise un salon de jardin fabriqué uniquement avec des déchets plastiques ménagers. Par ailleurs, différents articles fabriqués à partir de matières recyclées sont référencés dans les gammes de produits comme par exemple, un radiateur en aluminium recyclé ou encore des bordures de jardin en plastique recyclé...



D'autres actions sont mises en place pour apporter des solutions permettant de donner une seconde vie à certains produits. C'est notamment le cas de :

- **LEROY MERLIN Italie** qui poursuit le développement du projet "Empori Fai Da Noi". Les Empori sont des lieux de partage où les personnes et familles en difficulté peuvent utiliser gratuitement des produits, consommables, pour rénover ou décorer leur habitat. En 2020, on compte ainsi 33 structures de ce type. Les produits sont en partie fournis par **LEROY MERLIN Italie** ou bien achetés par l'association qui gère la structure, en fonction des besoins spécifiques. L'entreprise a également mis en place une procédure permettant de donner les produits démarqués en magasins aux « Empori Fai Da Noi ».
- **ZÏDIO France** poursuit, en 2020, l'opération « Seconde vie ». Les clients viennent déposer en magasins, les produits dont ils ne se servent plus. Ce programme est divisé en 4 périodes et consiste à collecter le linge de lit, les ustensiles de cuisson, le linge de bain et les produits d'art de la table. Les produits récupérés sont redistribués à des associations caritatives afin qu'ils soient rétrocédés à des populations dans le besoin.



### > Sensibilisation des clients

Nos Entreprises mettent également en place des actions visant à **sensibiliser nos clients sur les bons gestes de tri.**

- **LEROY MERLIN Brésil** est partenaire avec « Molecoola », une startup permettant la mise en place d'un mobilier de collecte de déchets auprès de clients qui peuvent alors venir déposer les déchets suivants : papier, plastique, métal, verre, piles, déchets électroniques, pots de peinture et aérosols. À chaque apport, le client accumule des points qui peuvent être ensuite utilisés dans les magasins via le programme de fidélité de l'enseigne. Les déchets collectés par «Molecoola » sont stockés et envoyés dans les filières de recyclage dédiées. Par ailleurs, **LEROY MERLIN Brésil** offre, depuis 2017, la possibilité aux clients de déposer leurs ampoules usagées en magasins, permettant ainsi l'envoi de ces déchets dans la filière de recyclage appropriée. Depuis 2017, ce sont près de 1,4 million de lampes qui ont été collectées.
- **LEROY MERLIN France** a mis en place dans une dizaine de magasins, l'opération « Samedi, j'ai tri ». Cette démarche est réalisée en partenariat avec l'organisme Eco mobilier et elle permet la sensibilisation et la collecte d'éléments d'ameublement auprès des clients sur les parkings des magasins.
- Cette année, **8 Entreprises ADEO** ont participé à l'évènement international « World clean up day». Le principe du mouvement est simple, il s'agit de nettoyer des espaces de déchets abandonnés. Ainsi les services internes et des magasins se sont mobilisés pour cette vaste opération de nettoyage.

Par ailleurs, face aux mesures sanitaires en vigueur localement, certaines entreprises comme **LEROY MERLIN Italie** ont également mis en place un "World clean up day" en version digitale. Le principe étant de prendre conscience de l'impact du numérique et de supprimer les fichiers et mails inutiles, ainsi que de désinstaller les applications inutiles de nos smartphones pour allonger leur durée de vie. Enfin, la majorité de nos Entreprises mettent en place des services aux clients comme la location de certains produits habituellement vendus en magasins.



# SYNTHÈSE DES INDICATEURS

## DÉVELOPPEMENT HUMAIN

INDICATEUR	UNITÉ	GRUPE ADEO	GRUPE ADEO
		2019	2020
<b>EFFECTIF AU 31 DÉCEMBRE</b>	Nb	110 868	124 922
<b>RÉPARTITION PAR TRANCHE D'ÂGE :</b>			
• Moins de 25 ans	Nb	14 316	16 713
• de 25 ans à 34 ans inclus	Nb	39 787	44 407
• de 35 ans à 44 ans inclus	Nb	33 586	37 803
• de 45 ans à 54 ans inclus	Nb	18 457	20 615
• 55 ans à 64 ans inclus	Nb	4 534	5 213
• de 65 ans et plus.	Nb	188	171
<b>RÉPARTITION PAR SEXE :</b>			
• Hommes	Nb	62 291	69 235
• Femmes	Nb	48 577	55 687
<b>RÉPARTITION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE :</b>			
• France :	Nb	27 730	30 047
dt Leroy Merlin France	Nb	24 848	26 913
dt Bricoman France	Nb	1 973	2 171
dt Zodio France	Nb	909	963
• Russie :	Nb	32 345	36 592
dt Leroy Merlin Russie	Nb	32 345	35 592
• Espagne :	Nb	17 140	17 810
dt Leroy Merlin Espagne	Nb	13 820	14 120
dt Bricomart Espagne	Nb	3 320	3 690
• Italie :	Nb	12 132	12 411
dt Leroy Merlin Italie	Nb	7 421	7 386
dt Bricocenter Italie	Nb	1 418	1 454
dt Bricoman Italie	Nb	3 293	3 571
• Pologne :	Nb	11 721	12 160
dt Leroy Merlin Pologne	Nb	11 721	12 160
• Brésil :	Nb	9 800	10 926
dt Leroy Merlin Brésil	Nb	9 800	10 926
• Portugal :	Nb	-	4 976
dt Leroy Merlin Portugal	Nb	-	4 976

INDICATEUR	UNITÉ	GRUPE ADEO	GRUPE ADEO
		2019	2020
Embauches	Nb	45 979	44 620
Licenciements	Nb	3 688	3 669
Nombre total d'heures travaillées	h	183 455 161	187 591 261
Nombre d'heures d'absence pour maladies	h	7 844 592	10 461 885
Taux absentéisme pour maladie	%	4,1%	5,3%
Nombre d'heures de formation	h	2 044 382	2 180 892
Nombre d'heures de formation par collaborateur au cours de la période	h/collaborateur	18,4	17,5
Taux de fréquence des accidents du travail	nb accidents x 10 <sup>6</sup> /h travaillées	17,2	14,6
Taux de gravité des accidents du travail	nb de jours d'arrêt x 10 <sup>6</sup> /h travaillées	0,69	0,60
Pourcentage de femmes membres de comités de direction en entreprise	%	20%	16%
Pourcentage de femmes membres de comités de direction en magasin	%	36%	37%
Taux de turnover toutes populations	%	17%	14%
N et Promotor Score (EXI)		33	40

## AMÉLIORATION DE L'HABITAT

INDICATEUR	UNITÉ	GRUPE ADEO	GRUPE ADEO
		2019	2020
Quantité totale de déchets liés à l'activité en magasins et collectés par un prestataire / CA HT IFRS (Mn€)	tonnes/ CA HT IFRS (Mn d'€)	20,5	19,7
Consommation d'eau / surface de vente intérieure	m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup>	0,36	0,34
Consommation d'électricité / surface de vente intérieure	kWh/m <sup>2</sup>	198	186
Consommation de gaz / surface de vente intérieure	kWh/m <sup>2</sup>	96	93
Consommation d'énergie (électricité + gaz) / surface de vente intérieure	kWh/m <sup>2</sup>	233	219
Emissions de CO <sub>2</sub> liées à la consommation d'énergie (électricité + gaz) des magasins	teq.CO <sub>2</sub>	297 650	307 414
Emissions de CO <sub>2</sub> liées au transport de marchandises (depuis le centre logistique vers les magasins)	teq.CO <sub>2</sub>	125 514	135 915
Pourcentage de fournisseurs marchands ayant un contrat actif avec la centrale d'achat de l'entreprise ayant signé le code de conduite éthique des achats responsables	%	-	75%
Pourcentage de références de produits en bois et/ou à base de bois référencées en 2020 issus de sources responsables	%	-	88%

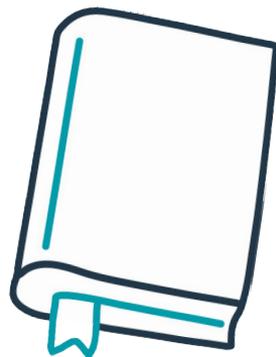


**WE  
MAKE HOME  
A POSITIVE PLACE  
TO LIVE**



*adeo*

---



**ANNEXES**

## ANNEXE 1 : Table de concordance avec les 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies.

<u>Principes du Pacte Mondial des Nations Unies</u>	<u>Chapitre(s) du document</u>
<b>Droits de l'homme</b>	
1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme	1.Développement humain 2.Amélioration de l'habitat
2. les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'homme	1.Développement humain 2.Amélioration de l'habitat
<b>Normes internationales du travail</b>	
3. les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective	1.Développement humain
4. les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination du travail forcé ou obligatoire	2.Amélioration de l'habitat
5. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants	2.Amélioration de l'habitat
6. Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession	1.Développement humain 2.Amélioration de l'habitat
<b>Environnement</b>	
7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution aux problèmes touchant à l'environnement	2.Amélioration de l'habitat
8. Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement	2.Amélioration de l'habitat
9. Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement	2.Amélioration de l'habitat
<b>Lutte contre la corruption</b>	
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	1.Développement humain

# Note méthodologique du reporting RSE

La démarche de reporting RSE du groupe ADEO (ci-après désigné sous le terme « groupe ADEO » ou « ADEO ») se base sur les articles L.225-102-1, R.225-104 et R.225-105 du Code de commerce français et sur les principes de transparence du Global Reporting Initiative (GRI).

## PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE

Conformément aux dispositions de l'article L225-102-1 du code de commerce, la présente déclaration a vocation à présenter la façon dont la Société et l'ensemble de ses filiales (pour rappel ci-après repris sous le terme « groupe ADEO » ou « ADEO ») prennent en compte les conséquences sociales, environnementales et sociétales de leurs activités.

La méthodologie suivie pour la construction de la présente déclaration a consisté à analyser la matérialité des enjeux environnementaux, sociaux ou sociétaux :

- a) en établissant une cartographie des parties prenantes laquelle a permis d'identifier 13 enjeux environnementaux, sociaux ou sociétaux ;
- b) en établissant une cartographie des risques lesquels ont été classifiés selon i) le niveau d'impact du risque en matière d'image, de réglementaire et d'opérationnalité ii) l'importance de l'enjeu en regard des objectifs de développement durable, de l'attente des parties prenantes ainsi que de la stratégie de l'entreprise et iii) le niveau de maîtrise. Ainsi, une première cotation du risque permet de définir un risque brut qui ensuite aboutit à un risque net après qualification objective du niveau de maîtrise.
- c) en confrontant la cartographie des risques aux enjeux identifiés.

Par ailleurs, les risques et enjeux identifiés ont également été croisés avec la liste des informations devant être présentées dans la déclaration et mentionnées à l'alinéa 2 du paragraphe III de l'article L225-101-2 du code de commerce. Conformément auxdites dispositions, l'exclusion de ces informations de la présente déclaration sera dûment justifiée le cas échéant.

**La présente déclaration de performance extra-financière ne constitue donc pas une présentation exhaustive de la démarche RSE (Responsabilité Sociale/ Sociétale des Entreprises) de la société GROUPE ADEO et de ses filiales mais présente les risques prioritaires et/ou importants auxquels elles font face.**

Enfin, il convient de rappeler que les données présentées sont des données consolidées. Le périmètre de reporting intègre l'ensemble des sociétés consolidées dans les états financiers représentant plus de 2% de chiffre d'affaires hors taxe (CAHT) du groupe au 31 décembre de l'année précédente. Pour l'exercice 2020, sont prises en compte les enseignes **LEROY MERLIN BRÉSIL, LEROY MERLIN ESPAGNE, LEROY MERLIN FRANCE, LEROY MERLIN ITALIE, LEROY MERLIN POLOGNE, LEROY MERLIN RUSSIE, BRICOCENTER ITALIE, BRICOMAN FRANCE, BRICOMAN ITALIE, ZODIO FRANCE, BRICOMART ESPAGNE et LEROY MERLIN PORTUGAL**. Le périmètre de reporting de la DPEF 2020 couvre ainsi plus de 90% du CAHT de Groupe ADEO. Les règles d'entrée et sortie du périmètre ainsi que les spécificités concernant certains indicateurs sont détaillées dans le paragraphe "Périmètre".

## 1 Protocole de reporting

En 2013, le groupe a initié un processus de rédaction d'un protocole de reporting des informations sociales, environnementales et sociétales afin d'homogénéiser et de fiabiliser les informations reportées au niveau groupe et publiées dans le rapport de gestion.

Le protocole de reporting d'ADEO est composé d'un *Guide de reporting pour l'élaboration des données de performance RSE du rapport de gestion* ainsi que de *fiches indicateurs clés de performance* associées disponibles en français et en anglais.

Ce protocole est mis à jour chaque année, et transmis à l'ensemble des contributeurs.

## 2 Période de reporting

Les données collectées couvrent la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre de l'année N, sans distinction entre les différentes données. La remontée de ces données s'effectue à une fréquence annuelle, avec deux collectes pour les informations quantitatives (au 30 septembre et au 31 décembre).

## 3 Périmètre

Le périmètre de reporting RSE a pour objectif d'être représentatif des activités d'ADEO. Il est défini selon les règles suivantes :

- Seules les sociétés consolidées dans les états financiers selon la méthode de l'intégration globale sont incluses dans le périmètre de reporting RSE.
- Le périmètre de reporting retenu pour l'année N prend en compte l'ensemble des filiales représentant plus de 2% de chiffre d'affaires hors taxe (CAHT) du groupe au 31 décembre de l'année N-1.
- Les entités intégrées ou excédant les seuils au cours de l'année N seront incluses au reporting de l'année N+2, afin d'adopter une démarche progressive.
- Les entités cédées ou devenant inférieures aux seuils au cours de l'année N sont exclues du périmètre de reporting de l'année N.

A titre exceptionnel, bien que Bricocenter représentait moins de 2% de chiffre d'affaires hors taxe (CAHT) du groupe au 31 décembre de l'année N-1, il a été décidé de la maintenir dans le reporting.

La mise à jour du périmètre pour le reporting de l'année N s'effectue au 31 décembre de l'année N-1 par l'enjeu Positive Impacts.

### Précisions méthodologiques concernant les indicateurs environnementaux et sociaux :

Les données sociales sont reportées sur le périmètre magasins (hors franchisés) et services internes (dont entrepôts). Les données environnementales couvrent l'impact des magasins (hors franchisés).

A noter que le périmètre de calcul pour les indicateurs ci-dessous est le suivant :

- Pourcentage de femmes membres de comités de direction en entreprise : périmètre reporting RSE de la DPEF + LEROY MERLIN Roumanie, LEROY MERLIN Ukraine, Weldom Services, Weldom Intégrés et Adeo services.
- Pourcentage de femmes membres de comités de direction en magasin : périmètre reporting RSE de la DPEF + LEROY MERLIN Roumanie, LEROY MERLIN Ukraine et Weldom Intégrés.
- Taux de turnover toutes populations : périmètre reporting RSE de la DPEF + LEROY MERLIN Roumanie, LEROY MERLIN Ukraine, Weldom Intégrés, Weldom Services et Adeo Services.
- Pourcentage de références de produits en bois et/ou à base de bois issus de sources responsables : LEROY MERLIN France, LEROY MERLIN Russie, LEROY MERLIN Espagne, LEROY MERLIN Italie, LEROY MERLIN Pologne et LEROY MERLIN Portugal.
- Émissions de CO<sub>2</sub> liées à la consommation d'énergie (électricité + gaz) des magasins : les facteurs d'émissions utilisés pour les consommations d'énergie liées aux magasins sont issus de la base ADEME.
- Émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport de marchandises (depuis le centre logistique vers les magasins) : les facteurs d'émissions utilisés pour le transport de marchandises proviennent de l'Institut Polytechnique de Milan
- Bilan Carbone Scope 1 et 2 : périmètre reporting RSE de la DPEF + LEROY MERLIN Roumanie, Kbane, Tikamoon, Adeo services.

Les données d'activités sont collectées pour les magasins, les services internes et les entrepôts. Les émissions du scope 1 et 2 comprennent les émissions pour les consommations d'énergie (électricité, gaz naturel, fioul, réseaux de chaleur, gasoil, GPL) et les émissions directes fugitives. Les facteurs d'émissions utilisés proviennent de la Base ADEME et de l'IEA.

La mesure du bilan carbone fait l'objet d'une validation conjointe entre ADEO et le cabinet de conseil Carbone 4.

Enfin, un très faible nombre de nos sites français sont susceptibles de générer des risques ou des dangers et sont par conséquent soumis à une législation et une réglementation particulières, relatives à ce que l'on appelle « les installations classées pour la protection de l'environnement (ICPE) ». En 2020, les entreprises françaises d'ADEO recensent dix-sept entrepôts dont deux sites classés seveso seuil bas et haut et un magasin qui sont classés ICPE.

## 4 Choix des indicateurs clés de performance

Le choix des indicateurs clés de performance s'effectue au regard des impacts sociaux et environnementaux de l'activité des sociétés du groupe et des risques associés aux enjeux des métiers exercés.

Aux vues des activités du groupe, les informations suivantes n'ont pas été jugées matérielles et ne seront pas publiées pour l'exercice 2020 à savoir :

- Informations relatives à la lutte contre le gaspillage alimentaire
- Informations relatives à la précarité alimentaire, au respect du bien-être animal et à une alimentation responsable, équitable et durable.

## 5 Consolidation et contrôle interne

Les données sont collectées auprès de chaque entreprise incluse dans le périmètre de reporting RSE à partir de l'outil de reporting Oracle « GINKGO ». Les informations qualitatives sont, quant à elles, collectées par le biais d'un questionnaire Excel renseigné par chaque entreprise incluse dans le périmètre de reporting RSE. Les données sont contrôlées et validées par les entités du groupe elles-mêmes et l'enjeu Positive Impacts d'ADEO.

### Données environnementales et sociétales

Les données environnementales sont collectées par les référents RSE au niveau des entreprises en lien avec les directeurs financiers de chaque entreprise qui garantissent que le processus de reporting permet une collecte des données fiables dans les délais. Les données sont ensuite transmises aux équipes de l'enjeu Positive Impacts pour le contrôle et la consolidation des données au niveau groupe.

### Données sociales

Les données sociales sont collectées par les directions des ressources humaines au niveau des BU puis remontées à la direction des ressources humaines groupe qui contrôle les données et les consolide. Les données sont enfin transmises aux équipes de l'enjeu Positive Impacts.

En cas d'incohérence constatée, les sites concernés doivent donner toute explication relative à la bonne compréhension des indicateurs renseignés.

## 6 Contrôles externes

En application des obligations réglementaires exigées par l'article 4 du décret numéro 2017-1265, la société GROUPE ADEO demande à un organisme tiers indépendant (OTI) un avis motivé sur la conformité et la sincérité des informations fournies dans la déclaration de performance extra-financière.

La nature des travaux réalisés et les conclusions afférentes sont présentées dans le rapport y afférent.

## 7 Limites méthodologiques

Dans le cadre d'une démarche d'amélioration continue, les entreprises participant au présent reporting ont augmenté, chaque fois que possible, la part des données réelles pour chaque indicateur entre 2019 et 2020.

Pour les déchets, une méthode d'estimation a été utilisée dans le cas où les bons de pesée ne peuvent pas être récupérés de manière exhaustive sur la totalité des magasins :

Le parc de magasins a été découpé selon 3 tranches de chiffre d'affaires TTC homogènes.

Au moins 20% du nombre de magasins de chaque tranche en mesure de produire la totalité des bons de pesée ont été identifiés.

Nous en avons déduit dans chaque tranche un ratio tonnes de déchets générés / CATTG.

Nous l'avons ensuite appliqué aux autres magasins de la même tranche de CATTG.

Nous avons ajouté les tonnages ainsi obtenus pour obtenir le tonnage total de l'entreprise.

Pour les consommations d'énergie et d'eau, en cas d'absence de données sur la totalité des magasins ouverts au 31/12, la méthode d'estimation est identique à celle des déchets à l'exception du fait que les magasins sont répartis en trois tranches de surface de vente intérieure :

- magasins de petite surface : surface de vente intérieure  $\leq 3\,000\text{ m}^2$
- magasins de moyenne surface :  $3\,000 < \text{surface de vente intérieure} \leq 7\,000\text{ m}^2$
- magasins de grande surface :  $7\,000 < \text{surface de vente intérieure}$

Pour le calcul du taux d'absentéisme, le nombre d'heures travaillées considérées correspond au nombre d'heures travaillées contractuelles à savoir la somme des heures travaillées effectives et des heures d'absences pour maladie.

Les exceptions concernant les données quantitatives reportées par nos entreprises sont les suivantes :

Information	Périmètre concerné	Description
Déchets	LM Italie, BC Italie BM Italie LM Pologne	Poids des déchets collectés par les collectivités locales non disponibles (données non communiquées par ces collectivités)
Déchets	LM France, LM Pologne LM Russie	Poids des déchets hors palettes bois
Déchets	LM Russie	Pour certains magasins, le tonnage des quantités de déchets enlevés est estimé à partir de bons d'enlèvement faisant figurer un poids maximum estimé par benne enlevée et non pas une donnée issue d'une pesée.

