IMPACTS HUMAINS ET ENVIRONNEMENTAUX

Déclaration de performance extra-financière

2021

adeo

WE MAKE HOME A POSITIVE PLACE TO LIVE

NOTRE MANIFESTE

Au cœur de nos communautés, nous sommes **150 000 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

INTRODUCTION GÉNÉRALE

1. MODÈLE D'AFFAIRES
2. PARTIES PRENANTES ET MATÉRIALITÉ
3. RISQUES EXTRA-FINANCIERS
4. WE MAKE IT POSITIVE
5. GOUVERNANCE ET ANIMATION

MESURE DES IMPACTS

DÉVELOPPEMENT HUMAIN

L'HUMAIN AU CENTRE DE NOS ENGAGEMENTS
SANTÉ ET SÉCURITÉ DES PERSONNES
PARCOURS COLLABORATEUR
HUMAN DEAL
ÉTHIQUE, DIVERSITÉ, INCLUSION ET SOLIDARITÉ
LEADERSHIP ET PROXIMITÉ MANAGÉRIALE
APPRENTISSAGE

AMÉLIORATION DE L'HABITAT

POSITIVE PRODUCTS

ISSUS DE RESSOURCES RESPONSABLES
PRODUITS DE FAÇON RESPONSABLE
RESPECTUEUX DE LA SANTÉ DES HABITANTS
RESPECTUEUX DE LA PLANÈTE
APPORTANT DES FONCTIONS
ET DES CARACTÉRISTIQUES DURABLES
FABRIQUÉS POUR DURER

EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

CHANGEMENT CLIMATIQUE
LOGISTIQUE VERTUEUSE
EXPLOITATION DE NOS SITES

SYNTHÈSE DES INDICATEURS

ANNEXE

INTRODUCTION *générale*

1 MODÈLE D'AFFAIRES

RESSOURCES

CRÉATION DE VALEUR

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

HUMAINES
150 000 collaborateurs
dans 13 pays
44% femmes 56% 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
1 176 000 références

MATIÈRES PREMIÈRES
données matières à venir

TRANSPORTS
transport entrepôt/magasins :
66% transport routier,
28% transport ferroviaire,
6% transport fluvial et maritime

POINTS DE VENTE
Plus de 1000 points de vente
61 entrepôts
8,96 millions de m² au total

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

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.

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."

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."

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

LEADERS
150 000 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: 45

> 23,6h de formation / leader
> des collaborateurs équipés mobiles et connectés à leurs écosystèmes locaux
> 88 % collaborateurs actionnaires
> 22% du résultat (EBIT courant avant intéressement) est redistribué en intéressement (Prime de progrès + Participation)

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

> 84% de nouvelles références de produits en bois et/ou à base de bois référencées et issus de sources responsables à périmètre BU constant
>92% de fournisseurs ont signé le code des achats responsables
>81% d'usines qualifiées selon la grille ICS
>partenariats avec des leaders mondiaux : Solar Impulse, Samsung XTC, Google, au service de notre stratégie plateforme positive

SUPPLY DEMAND DRIVEN
90% des produits vendus 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

> 231 000 emplois indirects créés
> 2,6 Milliards € d'impôts et taxes
> 500 associations aidées

1 MODÈLE D'AFFAIRES

ADEO est une plateforme d'entreprises **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 et cuisiner.

Ses 8 enseignes interconnectées constituent un ensemble unique au monde, présent dans **20 pays** sur 4 continents. Avec son réseau de **1 000 points de vente**, ancrés dans les territoires au plus près des habitants, ses sites marchands, ses marketplaces et ses partenariats, ADEO a généré, en 2021, un chiffre d'affaires de **26,3 milliards d'euros hors taxes** confortant sa position de leader européen et de **3ème acteur mondial sur le marché du bricolage.**

Sur le marché de l'amélioration de l'habitat, nous adressons 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 notre 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 **150 000 leaders** qui fonctionnent en réseau et en partenariat dans le but de proposer plus de solutions à plus de clients, de façon plus rapide 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 tous **motivés** par un **sens partagé : être utile à soi, aux autres et au monde.**

2 PARTIES PRENANTES ET 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** dont certaines parties prenantes externes comme des fournisseurs, institutions financières, ONG, experts en santé, habitat et environnement, actionnaires, écoles et universités ainsi que des parties prenantes internes métiers ADEO Services et RSE. Ces différentes parties prenantes 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.

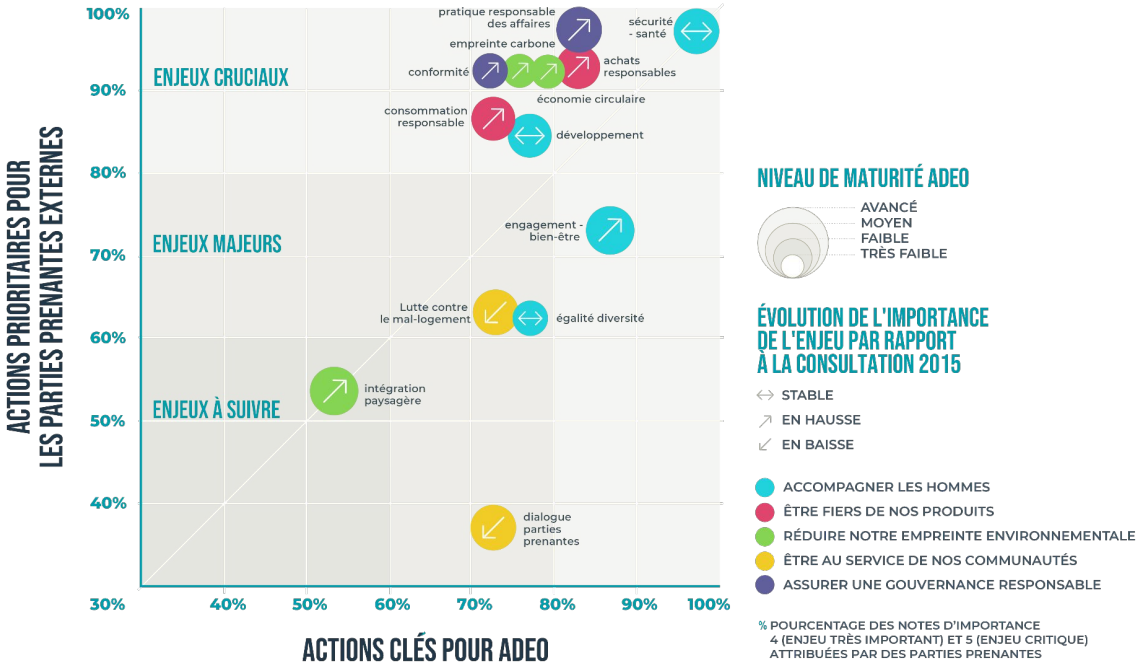
5 grands axes ont ainsi été identifiés :

- 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.



3 RISQUES EXTRA-FINANCIERS

La cartographie des risques extra-financiers a été établie par la Direction Risques, Compliance et Assurances.

La méthodologie d'analyse des risques extra-financiers a reposé sur **trois grandes étapes** structurantes au cours desquelles les **parties prenantes internes d'ADEO ont été impliquées et consultées** :

1. définition d'une bibliothèque de risques extra-financiers et de scénarios, construite à partir des **17 Objectifs de Développement Durable** de l'ONU en lien avec **l'activité d'ADEO et des enjeux du Groupe** issus de l'analyse de matérialité.
2. Chaque risque extra-financier a ensuite fait l'objet d'une cotation au niveau des services internes d'ADEO et auprès des principales filiales du Groupe (8 filiales intégrées à l'exercice) en croisant les impacts immédiats avec les impacts liés à la pérennité pour obtenir le risque brut et en prenant en compte le niveau de maitrise des risques pour le risque net.
3. Les risques ont ensuite été hiérarchisés en prenant la moyenne supérieure des cotations obtenues auprès de chaque filiale interrogée.

A l'aune des résultats obtenus, **les 43 risques ont été regroupés en 9 macro-risques considérés comme importants** (avant prise en compte des actions de maîtrise) en cohérence avec la stratégie "We Make It Positive" représentée par la "maison Impact Positif".

- **BIEN-ÊTRE et ENGAGEMENT COLLABORATEUR**
- **DIVERSITÉ**
- **EMPREINTE CARBONE**
- **ÉTHIQUE**
- **SÉCURITÉ et SANTÉ**
- **FABRICATION et MATIÈRES PREMIÈRES**
- **DÉCHETS**
- **BÂTIMENT, TRANSPORT, NUMÉRIQUE**
- **LEADERSHIP D'UN AVENIR DURABLE POUR CHACUN PAR L'APPRENTISSAGE**

Par ailleurs, ADEO a choisi de créer un macro-risque spécifiquement autour du **LEADERSHIP DE L'ACCESSIBILITÉ DES SOLUTIONS POSITIVES** et de réaliser un focus sur deux macro-risques en lien avec l' évolution du business model de l'entreprise : **MARKETPLACE** et **SERVICES**.

ADEO a choisi de mesurer le niveau de risque après prise en compte des moyens de maîtrise pour aboutir à un risque net. En effet, les macro-risques font l'objet de plans d'actions dédiés. En 2021, l'analyse des risques met également en évidence une **diminution du niveau de risque net des risques précédemment identifiés suite aux actions mises en œuvre.**

L'analyse des risques mets a également permis de faire émerger deux risques, le **DIGITAL** et les **SERVICES** qui viennent compléter les axes de travail déjà identifiés.

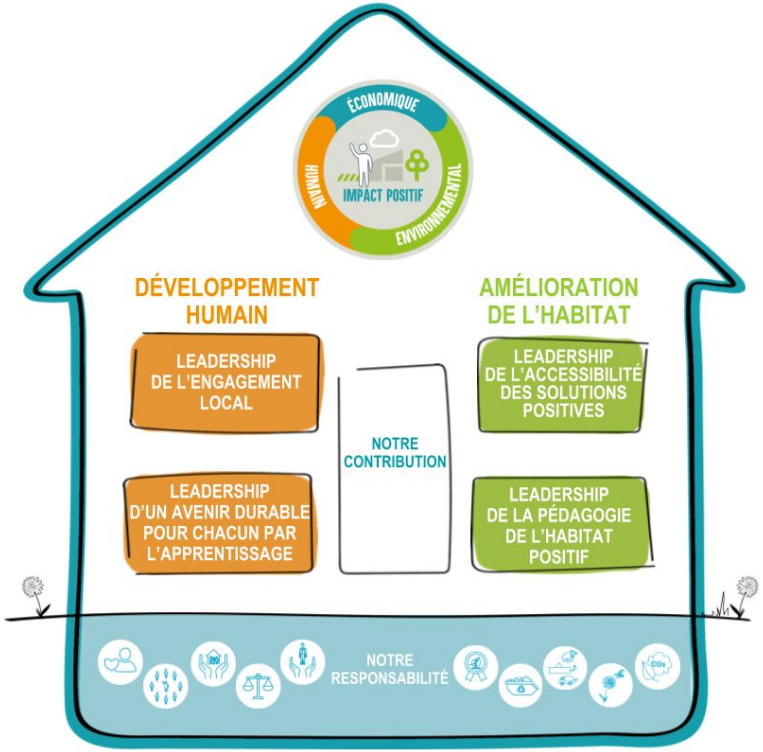
La cartographie des risques obtenue a été validée par le comité des risques. Elle est mise à jour sur une base annuelle.

4 WE MAKE IT POSITIVE

Depuis toujours nous avons été guidés par la performance économique ainsi que par "l'Homme au coeur". 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".

Avec l'explosion des prix de l'énergie, avec les problèmes d'eau potable, de gestion des déchets, il devient vital pour nos sociétés d'aller vers un habitat positif. **Notre raison d'être engage tous les citoyens à faire de nos maisons, un endroit positif à vivre, notre maison commune étant la planète.** Nous y parviendrons si notre façon de faire combine à la fois création de **valeur humaine, économique et environnementale** dans tous nos métiers bien sûr, mais aussi en engageant toutes nos parties prenantes dans notre démarche.



Pour cela, 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 ADEO.

NOTRE RESPONSABILITÉ HUMAINE
a pour socle 5 piliers :

- **SÉCURITÉ et SANTÉ**
- **ÉTHIQUE**
- **DIVERSITÉ**
- **SOLIDARITÉ**
- **BIEN-ÊTRE et 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 :**

- **ENGAGEMENT LOCAL**
- **APPRENTISSAGE et EMPLOYABILITÉ**
- **PÉDAGOGIE DE L'HABITAT POSITIF**
- **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**.

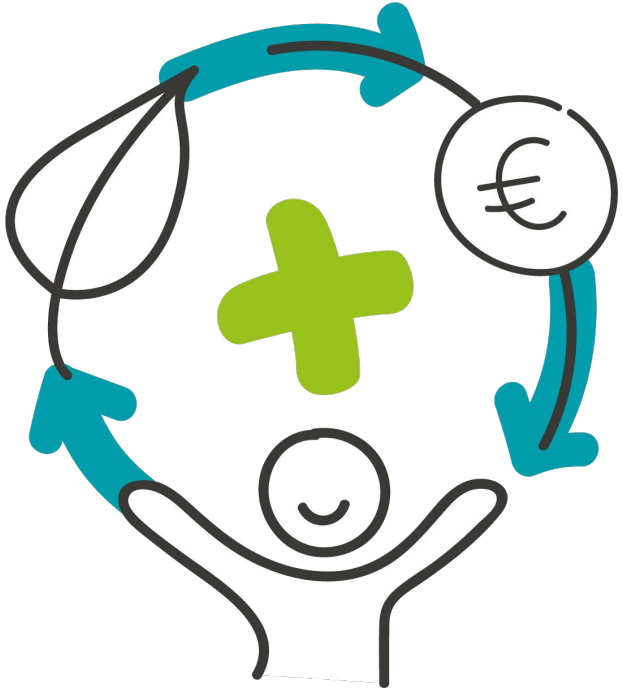
5 GOUVERNANCE ET ANIMATION

Pour s'adresser au plus grand nombre, ADEO agit en **mode plateforme**, **un modèle de création de valeur** qui permet à chaque entreprise ADEO de **se développer**, et à chaque collaborateur 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 **enjeux humains, économiques et environnementaux locaux**, nous répondons mieux aux besoins des habitants et démultiplions notre impact positif.

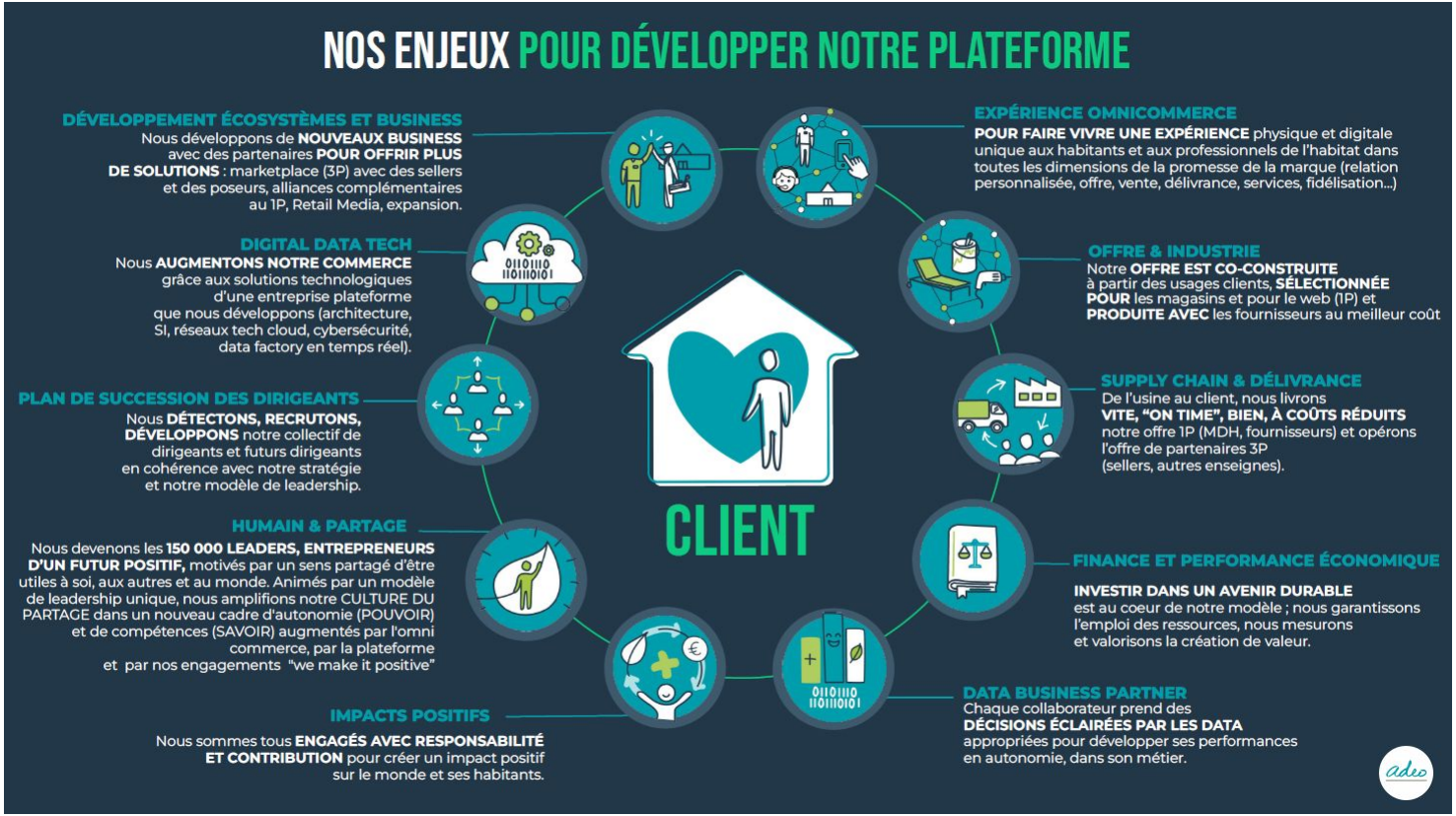
L'organisation d'ADEO commence donc par l'adaptation locale, parce que **l'habitat est local**. C'est pourquoi chaque entreprise est responsable de ses choix sociaux, économiques et environnementaux, dans chaque pays, dans le respect des cultures locales, dans **le respect de la mise en commun de nos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

Le pilotage des plans d'actions repose au sein de chaque entreprise sur un réseau de "**Impacts Positifs Leaders**", en contact direct dans leur pays avec leurs parties prenantes, c'est le niveau local.



5 GOUVERNANCE ET ANIMATION

Au niveau global, ADEO est organisé autour d'enjeux pour développer sa plateforme



MESURE DES *impacts*

NOTRE DÉVELOPPEMENT *humain*

DÉVELOPPEMENT HUMAIN

L'HUMAIN AU COEUR DE NOS ENGAGEMENTS

L'humain est au cœur de notre développement. Dans toutes les entreprises ADEO, chacune et chacun a la possibilité de **développer son potentiel,** tout au long de sa vie, de décider en **autonomie et responsabilité, de créer et nourrir les connexions essentielles à notre modèle plateforme, d'entreprendre et de générer un impact humain, économique et environnemental positif.** Les machines sont là pour nous faciliter la vie, elles ne remplaceront jamais les relations humaines auxquelles nous attachons une grande importance.

Nous apprenons et nous nous développons avec nos équipes, nos clients, nos partenaires et nos fournisseurs. **Les femmes et les hommes sont le moteur de toutes les actions que nous engageons :** travailler et améliorer notre offre co-construite avec nos clients, proposer des services en lien avec nos écosystèmes, vivre et construire des relations humaines exceptionnelles dans nos différentes communautés. Personne ne sait ce que l'avenir nous réserve, alors nous avons choisi de le construire. Pour nous-mêmes, pour les autres et pour le monde !

L'Humain au cœur est ce qui fait toute **notre différence aujourd'hui, et qui la fera demain.**

SANTÉ ET SÉCURITÉ DES PERSONNES

Être “Human First”, c’est mettre la sécurité des collaborateurs mais aussi celle de nos clients en première ligne de nos actions, donc en première ligne de nos reportings. La santé et la sécurité de tous engagent des protocoles rigoureux, managés, partagés et activés par chacun de nos collaborateurs pour **sécuriser nos zones de ventes, nos zones entrepôts et logistiques.** Notre 1er objectif :
zéro accident de travail et zéro maladie professionnelle.

Notre volonté 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 de nos collaborateurs en magasin, en entrepôt, mais aussi dans les services internes, ainsi que de nos clients en magasin sont une préoccupation constante pour toutes nos entreprises. 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.

Fin 2021, notre nouvelle stratégie Safety first mobilise l’ensemble de nos collaborateurs et parties prenantes autour de 4 axes d’action :

- le management pour “un management 100% safety first”.
- La posture “safety” avec ”150 000 acteurs engagés pour eux même et pour les autres”.
- L’organisation où “100% des entreprises ont une structuration et un maillage “safety” adaptés”.
- Le flux de marchandises avec “zéro accident de la conception à la livraison chez nos clients”.

Ces 4 batailles reposent sur 5 éléments de socle ancrés dans nos pratiques métier :

- un cadre légal et des règles écrites.
- Une stratégie animée localement et globalement des data et de la mesure.
- Un contrôle permanent des opérations.
- Une communication “safety first”.

Objectif : ZÉRO ACCIDENT ET MALADIE PROFESSIONNELLE

FORMATION
- Leaders entreprise en “one to one”
- Managers : module digital

ANIMATION
- Le coaching est le 1er outil de management de la Safety

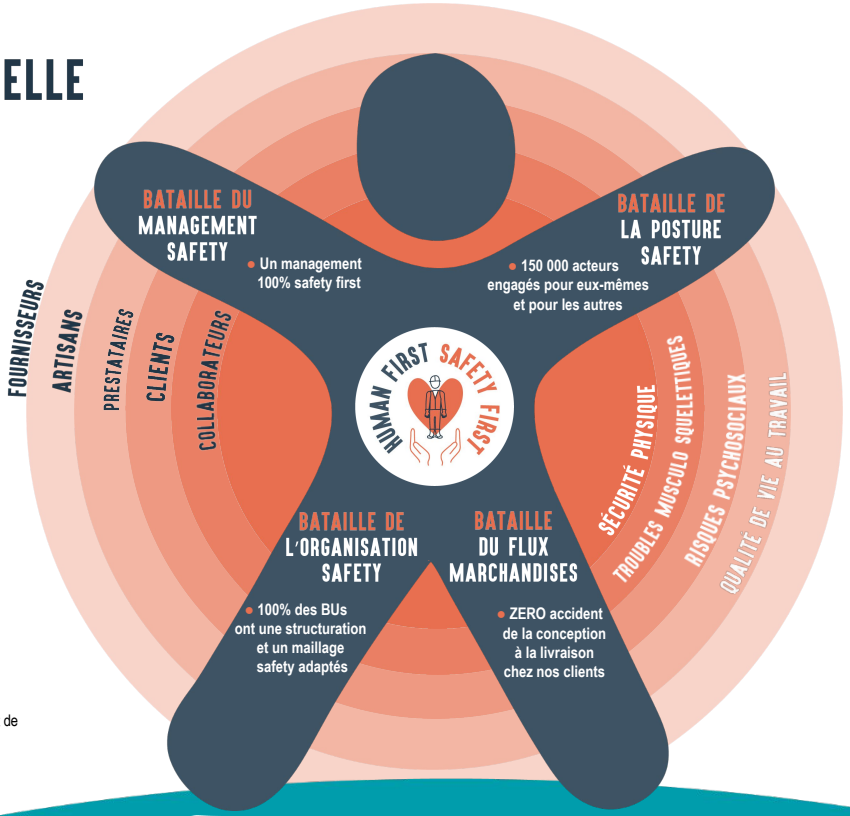
ACTIVATION
- Création du “Club des 1000”
- Critères Safety intégrés dans la Prime de Progrès
- Critères safety dans la rémunération des dirigeants
- Clarification de la responsabilité et des obligations des DR en matière de safety

UN LEADER SAFETY
- 100% des Safety Leaders sont nommés, reconnus et dédiés à 100% de leur temps

UNE ÉQUIPE SAFETY
- 100% des BU ont une organisation safety minimale obligatoire et présente au plus proche du terrain en cohérence avec la taille de l’entreprise

UN COMITÉ SAFETY ADEO
- Un Comité International est constitué pour donner davantage de poids et de souffle à la démarche

DES PROCESS SAFETY
- Dans chaque BU, il existe un process de remontée et de partage des AT systématique en Local et Global



FORMATION
- 150 000 leaders formés au référentiel safety.
- Des plans de formation pour professionnaliser les compétences des Safety Leader

ANIMATION
- Les rituels de pratiques dans tous les sites : points safety en CODIR, quart d’heure sécurité, visite sécurité, panneaux sans AT sur sites, safety tips, nos partis pris (batailles)
- Nous fêtons les victoires avec Safe Place to Work

INFORMATION
- Les « gestes professionnels standards safety » sont formalisés pour chaque métier dans les fiches de mission
- Les bonnes pratiques sont accessibles et visibles par tous

IMPLICATION DES FOURNISSEURS
- La SAFETY est intégrée dans les appels d’offres fournisseurs.
- Nos produits ne représentent pas de danger pour ceux qui les manipulent et les utilisent (taille, poids, conditionnement)

IMPLICATION DES ENTREPÔTS ET DES MAGASINS
- Des règles de palettisations strictes et globales sont mises en œuvre pour la protection de nos collaborateurs
- Nous nous engageons à réduire fortement les risques de cohabitation personne physique / machine

IMPLICATION DES PARTENAIRES
- Nous embarquons nos parties prenantes (artisans, livreurs ...)

CADRE LÉGAL RÈGLES ÉCRITES

ANIMATION GLOBALE COMMUNE & LOCALE

DATA & MESURE

CONTRÔLE PERMANENT

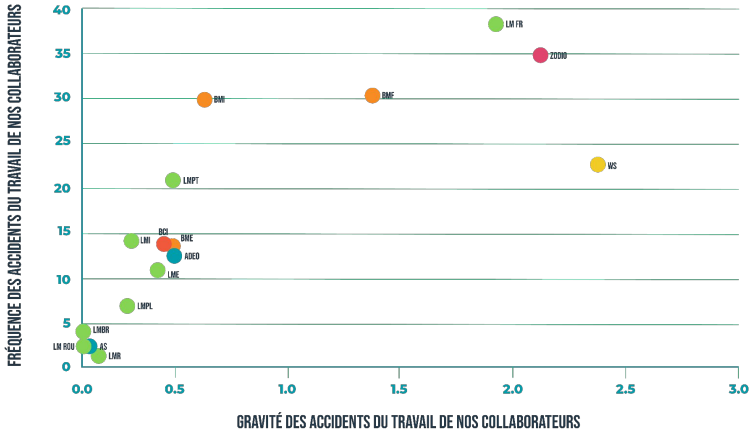
COMMUNICATION

adeo
RÉFÉRENT DANS LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

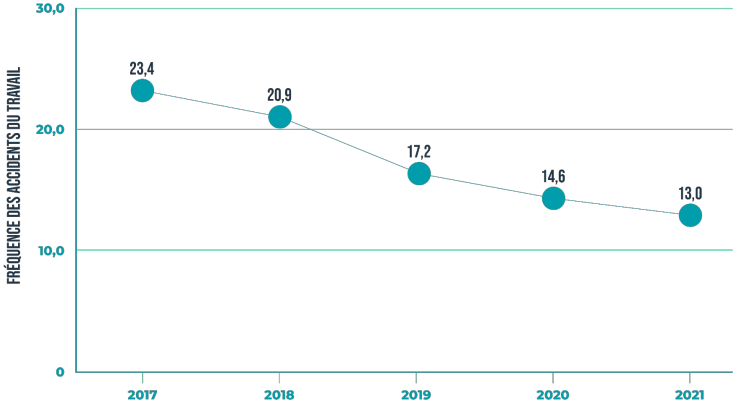
ACCIDENTS DU TRAVAIL ADEO

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Taux de fréquence des accidents du travail	**nb accidents x 10^6/h travaillées**	23,43	20,94	17,20	14,61	**13,03**	**-10,8%**
Taux de gravité des accidents du travail	**nb de jours d'arrêt x 10^3/h travaillées**	0,80	0,75	0,69	0,60	**0,55**	**-9,43%**

LA SANTÉ-SÉCURITÉ DE NOS COLLABORATEURS ANNÉE 2021



ÉVOLUTION DU TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL DE NOS COLLABORATEURS



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 10,40 points et de 0,25 point en 5 ans). Cela a été possible grâce à **une animation permanente des leaders d’entreprise** sur le sujet, la nomination de “Safety Leaders” dans 95% 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”.**

Parmi toutes les actions mises en place en 2021, citons :

- **(Tx Fréquence : 37,71) LEROY MERLIN France** a lancé une démarche de plan de circulation sur l’ensemble des magasins le nécessitant. Un outil de coaching sécurité a été développé : “Onsafe”, améliorant ainsi le suivi de la démarche des coachings sécurité. Enfin, le programme “TMS* Pro” a été installé sur 55 sites (magasins et entrepôts). C’est une démarche de prévention qui aide à prévenir et réduire les risques pour les magasins ayant une accidentologie significative.

- **(Tx Fréquence : 4,33) LEROY MERLIN Brésil** est passé de 12 à 17 magasins avec zéro accident de travail. 65% des collaborateurs sont formés sur la sécurité au travail. L’entreprise a également mis en place des séances de gymnastique du travail, avec 17 972 séances en 2021 et un suivi psychologique a été mis en place durant la pandémie du Covid 19.

***TMS : troubles musculo squelettiques**

- **(Tx Fréquence : 14,39) LEROY MERLIN Italie** a installé un portail dédié à la sécurité : “Simpledo - Wolters Clover”. L’entreprise anime les taux de fréquence et de gravité autour d’un tableau de bord de sécurité. Elle a mis en place un protocole COVID 19 et un protocole “Green Pass”, c’est-à-dire un pass vaccinal obligatoire pour chaque collaborateur souhaitant se rendre sur son lieu de travail. L’ensemble des magasins Leroy Merlin Italie sont certifiés ISO 45001.

- **(Tx Fréquence : 14,30) BRICOCENTER Italie** a mis en place un reporting mensuel sur les KPI *safety*, un audit est fait par un leader sécurité magasin avec un outil digital tous les 15 jours. Par ailleurs, une campagne “THINK SAFE WORK SAFE” a été lancée (bonnes pratiques à adopter à partir de l’analyse des causes d’accidents de travail) et 100% des magasins ont un plan d’actions d’amélioration des lieux de travail.

- **(Tx Fréquence : 1,51) LEROY MERLIN Russie** a organisé une journée “la sécurité et protection au travail” (safe place to work). Des concours ont été organisés entre magasins sur la sécurité au travail. Par ailleurs, un bilan post-COVID a été mis en place. Il s’agit d'un programme complet avec consultation, analyse, diagnostic et recherche visant à identifier les conséquences négatives de l’infection par le COVID 19.

- **(Tx Fréquence : 2,68) LEROY MERLIN Roumanie** a publié le “Guide de la santé et de la sécurité” qui est mis en œuvre sur tous ses sites (magasins, bureaux, entrepôts). Le plan de prévention et de protection de la santé et de la sécurité, obligatoire, a été mis à jour pour tenir compte des risques biologiques liés au COVID 19.

- **(Tx Fréquence : 6,77) LEROY MERLIN Pologne** a déployé la vaccination anti-COVID 19. Du personnel soignant vaccine 100% des collaborateurs volontaires et également les clients qui le souhaitent. Par ailleurs, l’entreprise mène une action “Nous aidons les héros”, pour soutenir les médecins ayant besoin de produits dans la lutte contre le COVID 19. Elle a aidé 120 hôpitaux, des pompiers et les services de transport à être plus efficaces dans la lutte contre la pandémie.

- **(Tx Fréquence : 21,01) LEROY MERLIN Portugal** a lancé une campagne sécurité “zéro accident”, et a travaillé sur un plan de réduction des accidents de travail. Un programme de bien-être a été mis en œuvre (cours de gymnastique professionnelle, workshops sur la nutrition, la santé, l’ équilibre émotionnel…). Un service de soutien psychologique et un service de médecine curative ont été mis en place sous format digital.

- **(Tx Fréquence : 11,55) LEROY MERLIN Espagne** a mis en oeuvre 10 actions majeures visant à garantir les 4 principes de santé et de sécurité au travail : promouvoir une culture de prévention, intégrer la prévention dans les domaines et processus clés de l'entreprise, intégrer la prévention dans le fonctionnement quotidien de l'atelier, réduire le taux d'accidents.

Evolution des effectifs

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
EFFECTIF AU 31 DÉCEMBRE	Nb	**90 465**	**102 563**	**110 868**	**124 922**	**144 321**	**+15%**
RÉPARTITION PAR TRANCHE D'ÂGE							
moins de 25 ans	Nb	10 265	12 678	14 316	16 713	20 080	+20%
de 25 ans à 34 ans inclus	Nb	33 858	38 548	39 787	44 407	50 195	+13%
de 35 ans à 44 ans inclus	Nb	28 778	31 283	33 586	37 803	43 095	+14%
de 45 ans à 54 ans inclus	Nb	14 163	16 174	18 457	20 615	24 327	+18%
de 55 ans à 64 ans inclus	Nb	3 401	3 880	4 534	5 213	6 455	+24%
de 65 ans et plus	Nb	-	-	188	171	169	-1%
RÉPARTITION PAR SEXE							
Hommes	Nb	48 978	56 705	62 291	69 235	80 139	+16%
Femmes	Nb	41 487	45 858	48 577	55 687	64 182	+15%

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
EFFECTIF AU 31 DÉCEMBRE	Nb	**90 465**	**102 563**	**110 868**	**124 922**	**144 321**	**+15%**
RÉPARTITION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE							
FRANCE	Nb	**25 893**	**26 610**	**27 730**	**30 047**	**33 927**	**+13%**
dt Leroy Merlin France :	Nb	22 893	23 636	24 848	26 913	28 618	+6%
dt Bricoman France :	Nb	2 058	2 019	1 973	2 171	2 160	-1%
dt Zôdio France :	Nb	942	955	909	963	974	+1%
dt Weldom Services :	Nb					574	
dt Adeo Services :	Nb					1 601	
RUSSIE	Nb	**23 038**	**30 383**	**32 345**	**36 592**	**43 693**	**+19%**
dt Leroy Merlin Russie :	Nb	23 038	30 383	32 345	36 592	43 693	+19%
ESPAGNE	Nb	**10 505**	**14 294**	**17 140**	**17 810**	**20 825**	**+17%**
dt Leroy Merlin Espagne :	Nb	10 505	11 480	13 820	14 120	15 966	+13%
dt Bricomart Espagne :	Nb		2 814	3 320	3 690	4 859	+32%

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
EFFECTIF AU 31 DÉCEMBRE	Nb	**90 465**	**102 563**	**110 868**	**124 922**	**144 321**	**+15%**
RÉPARTITION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE							
ITALIE	Nb	**11 121**	**11 438**	**12 132**	**12 411**	**13 602**	**+10%**
dt Leroy Merlin Italie :	Nb	6 932	7 034	7 421	7 386	7 962	+8%
dt Bricocenter Italie :	Nb	1 468	1 430	1 418	1 454	1 551	+7%
dt Bricoman Italie :	Nb	2 721	2 974	3 293	3 571	4 089	+15%
POLOGNE	Nb	**10 029**	**10 604**	**11 721**	**12 160**	**13 044**	**+7%**
dt Leroy Merlin Pologne :	Nb	10 029	10 604	11 721	12 160	13 044	+7%
BRÉSIL	Nb	**9 879**	**9 234**	**9 800**	**10 926**	**10 545**	**-3%**
dt Leroy Merlin Brésil :	Nb	9 879	9 234	9 800	10 926	10 545	-3%
PORTUGAL	Nb				**4 976**	**5 661**	**+14%**
dt Leroy Merlin Portugal :	Nb				4 976	5 661	+14%
ROUMANIE	Nb					3 024	
dt Leroy Merlin Roumanie :	Nb					3 024	

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
EMBAUCHES	Nb	35 622	42 743	45 979	44 620*	**53 019**	**+19%**
LICENCIEMENTS	Nb	2 881	3 571	3 688	3 669	**3 908**	**+7%**

*Donnée 2020 retraitée : 41 370

UN PARCOURS COLLABORATEUR EN AMÉLIORATION CONTINUE

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 chacune et 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 contexte des relations de travail et de la relation employé-employeur évoluent du fait des profondes transformations dans nos sociétés : changement climatique, crise politique, crise sanitaire, transformation digitale, nouvelle méthode de travail avec le télétravail qui créent de nouvelles opportunités et de nouveaux besoins pour les collaborateurs.

Afin de **garantir le bien-être des collaborateurs et un haut niveau d'engagement,** nous prenons soin de mesurer **la satisfaction des collaborateurs** pour vérifier à la fois la pertinence de nos politiques Ressources Humaines et les **ajuster en fonction des retours de nos équipes, à travers 3 indicateurs principaux :**

1. **l'Employee eXperience Index (EXI) dont l'objectif est de mesurer la satisfaction et l'engagement de nos collaborateurs.**
2. **L'évolution du turnover toutes populations.**
3. **L'absentéisme pour maladie.**

Le fait de connaître, comprendre et faire évoluer de façon permanente et multidimensionnelle ce que vivent nos équipes est clé pour nos entreprises.

Le cycle de vie de l'expérience collaborateur

EN TANT QUE **CANDIDAT** → EN TANT QUE **COLLABORATEUR** → EN TANT QUE **EX-COLLABORATEUR**

INSPIRATION & RECRUTEMENT

- Je connais l'entreprise
- Je recherche un emploi
- Je postule à un emploi
- Je vis un parcours de recrutement
- Je signe un contrat

INTÉGRATION

- Je prépare mon arrivée dans l'entreprise
- Je vis mon premier jour
- Je vis mon parcours d'intégration
- Je confirme (ou non) mon engagement auprès de l'entreprise

MÉTIERS, ACTIVITÉS & RÔLES

- Je connais mes rôles et mes responsabilités
- Je travaille en connexion avec mon écosystème
- Je connais et participe à la stratégie d'entreprise
- J'ai un impact sociétal et environnemental positif

QUOTIDIEN EN ENTREPRISE

- Je travaille en sécurité avec un équipement spécifique dans un environnement adapté
- Je gère mon temps de travail et ses modalités
- Je suis rémunéré(e) et indemnisé(e)
- Je bénéficie d'une politique active du Partage
- J'ai des avantages collaborateurs
- Je suis accompagné(e) dans mes événements de vie

DÉVELOPPEMENT CONTINU & MOBILITÉ

- J'apprends et je développe mes compétences
- Je partage mes connaissances et mon expertise
- Je donne et je reçois du feedback
- Je m'évalue et j'apprends à me connaître
- Je définis mon projet professionnel
- J'améliore ma performance
- Je change de mission

DÉPART & APRÈS-DÉPART

- Je partage ma décision de quitter l'entreprise
- Je prépare mon départ
- Je vis mon dernier jour dans l'entreprise
- Je continue d'interagir avec l'entreprise

adeo

Je suis accompagné(e) par mon manager

adeo

1. L'Employee eXperience Index (EXI) dont l'objectif est de mesurer la satisfaction et l'engagement de nos collaborateurs.

Depuis plusieurs années, L' **EXI nous permet de mesurer l'engagement de nos collaborateurs grâce au NPS.**

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.**

En 2021, ADEO a analysé les données collectées par l'EXI avec davantage de rigueur mathématique et statistique pour identifier les segments de collaborateurs qui sont plus ou moins satisfaits de leur expérience. Nous avons également la capacité d'analyser automatiquement, à l'aide de l'intelligence artificielle et du machine learning, les verbatims des collaborateurs. Cela nous permet d'identifier très rapidement et d'une manière non biaisée nos priorités d'action.

Ce cycle d'écoute et d'analyse régulière de l'expérience collaborateur, accompagné d'actions concrètes à chaque niveau de nos organisations, est en train de créer un cercle vertueux où nos collaborateurs se sentent de plus en plus considérés et aussi acteurs de ce qu'ils vivent au travail.

Dans une démarche d'amélioration continue, en 2021, nous avons renforcé l'animation de cette mesure en nous 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.**

	2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
EMPLOYEE NET PROMOTER SCORE (EXI)	ND*	31	33	40	**45**	**+12%**

*donnée non disponible en 2017

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. Citons à titre d'exemple en 2021 :

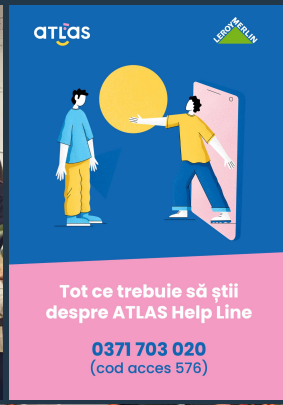
- **BRICOMAN France** voit sa proportion d'ambassadeurs (personnes qui animent la participation EXI en local) augmenter considérablement dans l'enquête EXI passant de 25% en décembre 2018 à 53% en septembre 2021.

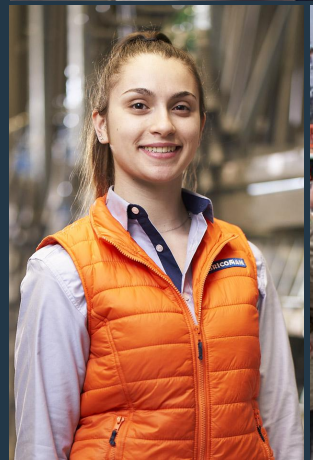
- **ZÔDIO France** a revu sa charte sur le télétravail signée en 2019 révélant 3 jours maximum par semaine de télétravail pour les missions le permettant. Pour accompagner ce changement, un guide de bonnes pratiques du télétravail a été mis en place.

- **LEROY MERLIN Russie** organise des visites de magasins où les résultats EXI sont en forte baisse ou très faibles. Une équipe communique régulièrement, un groupe de travail analyse les verbatims et met en place un plan d'actions. Plusieurs actions d'amélioration ont déjà été mises en place sur différents sujets comme les vêtements de travail, la nourriture et la climatisation.

- **LEROY MERLIN Espagne** a lancé une enquête sur le climat social qui étudie 18 dimensions affectant la vie quotidienne des collaborateurs, en parallèle de l'EXI. A la suite de cela, une politique de déconnexion numérique a été approuvée et une politique de télétravail a été mise en place.

- **LEROY MERLIN Roumanie** a lancé une plateforme de support psychologique pour ses collaborateurs vivant des situations difficiles : ATLAS, hotline téléphonique disponible 24/24.





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. Citons à titre d'exemple en 2021 :

- **BRICOCENTER Italie** a mis en place quelques améliorations suite aux résultats de l'EXI: adaptation des conditions de prise de congés en magasins et des conditions de télétravail pour les services internes.

- **BRICOMAN Italie** a pris en compte les résultats de l'EXI afin d'adapter les horaires de travail des magasins pour garantir à ses collaborateurs un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Deux initiatives ont vu le jour : les collaborateurs peuvent adapter leur pause déjeuner et les heures de travail du dimanche sont plus flexibles.

- **BRICOMART Espagne** mène une enquête nommée "BSC" (Customer Satisfaction Barometer) auprès de l'ensemble de ses collaborateurs, en complément de l'EXI. La "BSC" permet d'obtenir des informations plus détaillées par équipes, par rayons

- **LEROY MERLIN Brésil** a mis en place une enquête interne pour approfondir les questions de diversité et d'inclusion, les conditions de logement et de transport, en parallèle des enquêtes traditionnelles (EXI et "Great Place To Work").

- **LEROY MERLIN Italie** a mis en place un suivi psychologique anonyme par téléphone pour les collaborateurs qui le souhaitent.

- **LEROY MERLIN Portugal** a participé au classement "Great Place To Work" en 2021, conservant sa première place des années précédentes. En plus de l'animation de l'EXI, deux initiatives ont été créées. D'une part la mise en place d'OKR* spécifiques pour aborder le sujet de l'"employee journey": le "feedback 360°" et une réflexion sur le travail et les locaux sociaux. D'autre part, un programme de bien-être a été mis en place. Il est basé sur 3 piliers : bien-être physique, émotionnel et personnel.

*OKR : "objective and key result", la méthode OKR est une méthode de gestion utilisée pour définir et faire le suivi d'objectifs et résultats

2. L'évolution du turnover toutes populations

La stabilité des équipes est un élément important pour la construction et le développement de la compétence, elle est 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.

Plusieurs entreprises ADEO, notamment LEROY MERLIN Russie, Espagne, BRICOMAN et ZÔDIO France ont décidées de mettre en place un plan d'actions visant à suivre et à analyser le turnover. **La volonté des entreprises est d'être à l'écoute des collaborateurs pour améliorer leur satisfaction, leur bien être au travail et leur engagement dans la durée.**

En 2021, nous avons observé une hausse du turnover. En effet, les collaborateurs sont plus enclins à quitter leur emploi que durant la **crise du COVID 19** et le taux progresse à 15%. Toutefois, la situation reste tendue sur les marchés de profils rares.

	2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
TAUX DE TURNOVER (COLLABORATEURS EN CDI >= MI-TEMPS)	14%	16%	17%	14%*	**15%**	**+ 1 point**

*donnée 2020 retraitée : 12,2%

3. L'absentéisme pour maladie

En 2021, la crise COVID-19 perturbe encore la lecture de l'absentéisme pour maladie.
Le taux d'absentéisme reste stable par rapport à 2020 en raison de la poursuite de la pandémie sur l'exercice.

	2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Nombre total d'heures travaillées	144 265 113	159 276 099	183 455 161	187 591 261	**224 565 465**	**+20%**
Nombre d'heures d'absence pour maladie	5 920 776	6 658 411	7 844 592	10 461 885*	**12 410 892**	**+19%**
Taux absentéisme pour maladie	4,0%	4,0%	4,1%	5,3%**	**5,2%**	**-0,2 pt**

* donnée 2020 retraitée : 10 851 656
** donnée 2020 retraitée : 5,5%

NOTRE HUMAN DEAL POUR LE DÉVELOPPEMENT HUMAIN

Plus qu'une simple proposition de valeur que nous faisons **à nos collaborateurs, futurs collaborateurs et à nos partenaires, c'est un véritable "human deal"** que nous proposons. Il est aligné autour de preuves concrètes : ce que l'entreprise propose par rapport aux attentes des collaborateurs ou futurs collaborateurs et ce à quoi **elle les engage dans une logique de création de valeur réciproque :**

> pour eux-mêmes : travail hybride, autonomie, mission, rémunération et avantages, opportunités de développement, utilité et sens.

> en faisant partie d'un collectif : expérience collaborative, management et relations humaines, performance et ambitions de l'entreprise, stratégie positive, connexions avec les écosystèmes et partenaires, raison d'être et de faire.

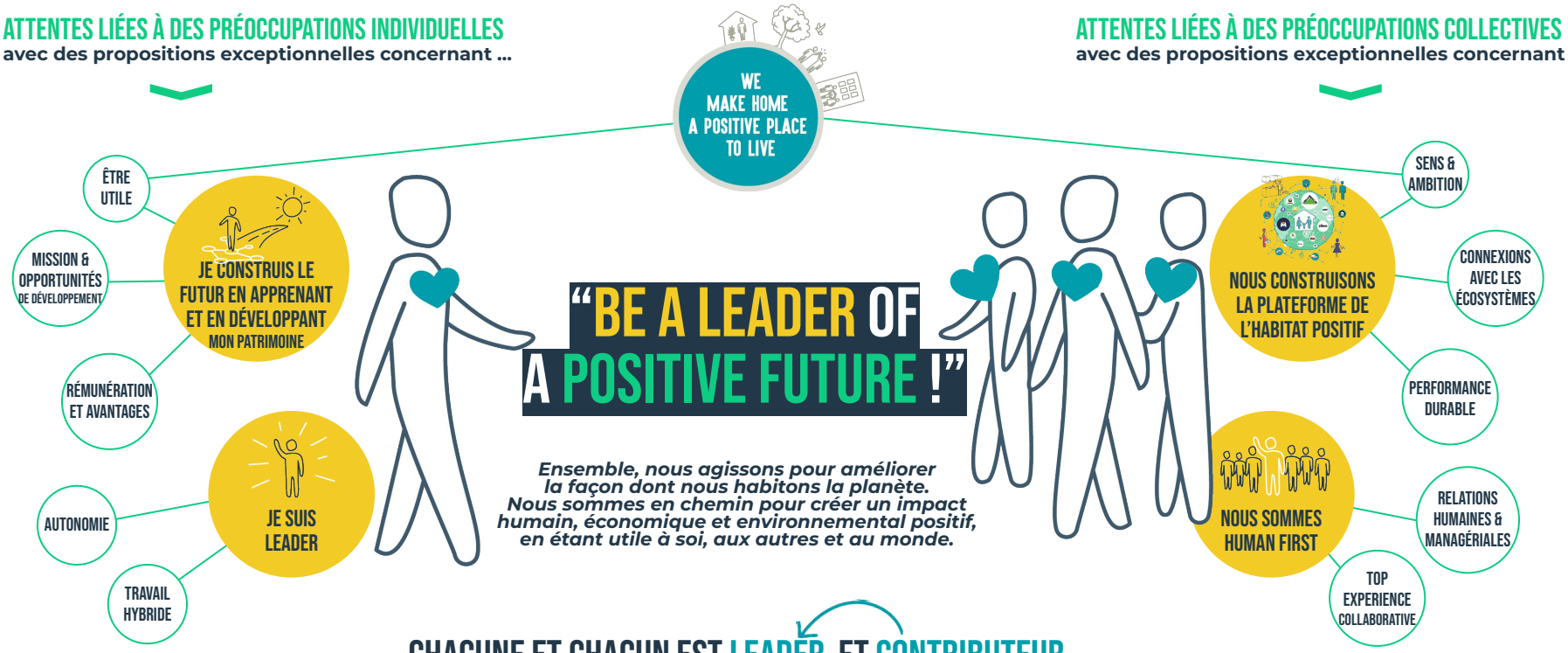
Nous engageons chacune et chacun à **ÊTRE LEADER D'UN AVENIR POSITIF** et **ensemble de contribuer à améliorer notre façon de vivre sur la planète, notre maison commune.** Nous avançons pour **créer un impact humain, économique et environnemental positif, en étant utile à soi, aux autres et au monde.**

Our Human deal

POUR CONQUÉRIR LEADERSHIP DE L'ATTRACTIVITÉ

ATTENTES LIÉES À DES PRÉOCCUPATIONS INDIVIDUELLES
avec des propositions exceptionnelles concernant ...

ATTENTES LIÉES À DES PRÉOCCUPATIONS COLLECTIVES
avec des propositions exceptionnelles concernant ...



CHACUNE ET CHACUN EST LEADER ET CONTRIBUTEUR

adeo

Le partage au coeur de notre culture

Dans nos fondamentaux culturels, le partage est la clé de notre succès sur les plans humains et managériaux. Il se traduit dans 4 dimensions :

En premier lieu, partager le sens de ce que nous faisons, comme nos valeurs, est essentiel.
VOULOIR agir de façon positive est ce que nous partageons en premier lieu et nous conduit à nous engager individuellement et collectivement dans l'aventure des entreprises ADEO.
Nous partageons le **SAVOIR**, au travers de programmes de formation pour toutes nos équipes, au travers de nos modes collaboratifs et de notre modèle de leadership.
Nous partageons le **POUVOIR** d'agir pour créer de la valeur humaine, économique et environnementale. C'est ça, être leader. C'est avoir l'autonomie de prendre des initiatives, des décisions et d'être responsable de leur impact.
Enfin, nous partageons **l'AVOIR,** fruit de la performance collective à laquelle chacune et chacun contribue activement au quotidien.
En 2021, 22% du résultat ADEO a été distribué sous forme d'intéressement **aux collaborateurs.**

ÉTHIQUE, DIVERSITÉ & INCLUSION ET SOLIDARITÉ

Éthique

Être “Human First”, c’est agir avec bienveillance, en intégrant toutes celles et ceux qui partagent nos valeurs. La diversité de nos équipes, l’authenticité de chaque collaborateur/trice forment une **communauté forte, inclusive, ouverte à chaque personnalité où chacune et chacun peut apporter sa contribution et se développer.**

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.
2021 a permis de renforcer encore le déploiement de notre code de conduite éthique. Ainsi près de 124 000 collaborateurs ont suivi une formation éthique en e-learning depuis le lancement de la démarche.

En complément, un produit digital spécifique, “Act Ethics”, dédié à la gestion des invitations ainsi que des déclarations des potentiels conflits d’intérêts a été déployé, ce qui permet de clarifier le mode d’application des principes contenus dans le code de conduite éthique pour tous les collaborateurs.

Être “Human first”, c’est aussi prévenir de toute forme de discrimination, de harcèlement ou de corruption. **Pour cela, 100% des équipes et des fournisseurs ont accès à un canal d’alerte libre et protégé, Whispli.** Il permet de protéger chacune et chacun de toute forme de comportement non conforme à notre éthique.

En 2021, notre canal d’alerte, **Whispli, a permis de recueillir 491 signalements.**

	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Pourcentage de collaborateurs formés au code de conduite éthique ADEO	87%	**87%**	**stable**

Nos entreprises, **LEROY MERLIN France, Brésil, Portugal, Russie, Espagne et BRICOCENTER Italie** ont lancé un processus d’animation, de sensibilisation et de formation dans le but d’intégrer toutes les dimensions du code de conduite éthique.

Diversité et inclusion

En 2021, nous avons décidé d'adresser le sujet de la diversité et de l'inclusion **au niveau global** afin d'accélérer, de prioriser et de structurer notre démarche au sein de nos entreprises.
Cette stratégie globale a une double ambition. D'une part, développer une véritable culture inclusive pour permettre à nos 150 000 leaders de révéler leur plein potentiel et de tirer parti des singularités de chacun et chacune. D'autre part, augmenter la représentation de profils variés à tous les niveaux de l'entreprise.
Par conséquent, nous avons identifié des priorités universelles en matière de diversité : **l'égalité femme/homme** et le **handicap.** Ces deux sujets sont d'actualité dans tous les pays où nous sommes implantés et sont des enjeux identifiés dans les objectifs de développement durable de l'ONU auxquels nous adhérons.

Pour ce faire, nous avons fixé des KPI ambitieux tels que: 40% de femmes dirigeantes et managers de site en 2024 et atteindre les seuils légaux fixés dans chaque pays en terme d'inclusion des personnes en situation de handicap.

	2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Pourcentage de femmes dirigeantes et managers de site	ND*	ND*	ND*	25%	**26%**	**+1 pt**

*donnée non disponible

A titre d'exemple :
Au global :

- **Adhésion ADEO au Business & Disability Network de l'International Labour Office rattaché à l'ONU.**
  Cette adhésion nous permet de communiquer sur notre engagement en interne et en externe. Il nous permet aussi d'apporter une définition commune du handicap pour toutes les entreprises ADEO dans tous les pays et d'accéder à un réseau d'entreprises internationales travaillant sur le sujet depuis plusieurs années et utilisant des outils concrets d'auto diagnostic.

International Labour Organization | Global Business and Disability Network

Dans nos entreprises :

- **LEROY MERLIN France et ADEO Services** ont signé un “accord Handicap”. Cet accord national comprend un plan d'actions autour de 4 grandes thématiques :
  le recrutement et le maintien dans l’emploi de personnes en situation de handicap, la communication et la sensibilisation, la formation de l'ensemble des Ressources Humaines, managers, collaborateurs.
  Et enfin, il permet la mise en place de partenariat avec le secteur adapté et protégé et le support d'un chargé de mission handicap pour piloter le déploiement de cet accord.

- **LEROY MERLIN Italie** a développé le projet “FormidAbili” pour l'intégration de personnes ayant un handicap mental. Au total, 24 magasins engagés, 20 personnes en processus d'intégration et 4 personnes recrutées.

Pour développer une culture inclusive, nous pensons qu'il est essentiel et primordial de sensibiliser les collaborateurs aux biais inconscients qui sont identifiés comme un des premiers freins à la diversité et l'inclusion :

- **LEROY MERLIN France et ADEO Services** ont mis en place un atelier de formation à la diversité et l’inclusion à destination des “TOP 300” : 50 managers ont été formés.

- **LEROY MERLIN Brésil** a développé une formation aux biais inconscients, 400 directeurs ont été formés.
  Ils ont également traduit tous les contenus de formation en “LIBRAS” : langage des signes brésilien.

Un référent chargé des sujets diversité et inclusion a été nommé dans chaque entreprise afin de piloter et animer cette stratégie.
Pour rendre visible cette diversité qui compose nos collectifs et montrer son impact sur notre performance et la fierté de nos équipes, une campagne de communication globale a été mise en place par ADEO.

Quelques entreprises ont déjà mis en œuvre une politique diversité et inclusion avec différents niveaux de maturité :

- **LEROY MERLIN France** a mis en place une formation sur la diversité : “Comprendre le handicap dans le monde de l’entreprise” pour les managers et collaborateurs. Durant la “Semaine européenne pour l'emploi des personnes en situation de handicap” plus de 1 000 personnes ont suivi cette formation.

- **ZÔDIO France** a participé à des salons de recrutement organisés par des organismes comme AGEFIPH et Hello handicap. Un test a été réalisé avec Hipolite RH, un partenaire qui recrute sur les réseaux sociaux en fonction de l’appétence et de la passion et non de l’expérience ou du diplôme de la personne. ZÔDIO a déployé une formation en lien avec la diversité et la complémentarité des profils d’une équipe que 100% des managers ont suivi.

- **LEROY MERLIN Portugal** a lancé une étude avec un cabinet externe sur les écarts de rémunérations femmes-hommes. L’entreprise mesure l'inclusion une fois par an par le biais de l'étude “Great Place to Work” où, cette année, le score a été supérieur à 90 dans toutes les dimensions (âge, orientation sexuelle...). Elle a également revu son processus de recrutement interne afin d'accroître la transparence et l'égalité d'accès aux opportunités.

- **BRICOMAN France** a renforcé ses passerelles entre service clients et métiers du commerce pour favoriser la promotion interne. Des études systématiques de rémunération sont faites en “JDP magasin” (Journées de Développement et de Progrès). La participation aux “DUO DAYS” a été renouvelée lors de la “SEEPH* 2021” : sensibilisation au handicap et débouchés sur d’éventuels stages, CDD, CDI...

*SEEPH : semaine européenne pour l’emploi des personnes handicapées.

Quelques entreprises ont déjà mis en œuvre une politique diversité et inclusion avec différents niveaux de maturité :

- **LEROY MERLIN Russie** a certifié ses sites au sein desquels il est possible d'accueillir du personnel en situation de handicap. Afin de mener des entretiens adaptés avec ces personnes, une académie de l'environnement accessible a été mise en place. Le but étant d'avoir un manager spécialisé en inclusion prenant en compte les aspects moraux, éthiques et psychologiques des personnes en situation de handicap lors des entretiens.

- **LEROY MERLIN Roumanie** a démarré un projet pilote en 2021, à l'aide d'une association non-gouvernementale, visant non seulement l'intégration et l'accompagnement des personnes en situation de handicap, mais aussi à la formation et l'accompagnement des collaborateurs qui les accueillent.

- **BRICOCENTER Italie** compte certains magasins où les comités de direction ont participé à une formation avec l'association "Agile job", visant à mieux comprendre le handicap et à mieux aborder l'accueil de collaborateurs en situation de handicap. Un module diversité (genre, culture, âge, handicap) a également été intégré dans la formation de recrutement.

- **BRICOMART Espagne** a revu son plan d'égalité en 2021. L'entreprise collabore avec certaines associations spécialisées dans l'intégration dans l'emploi : "Juan XXIII foundation", "Asperger association", "Inserta"....
Un programme visant à accroître la visibilité des talents internes féminins axé sur les directrices de magasin a été lancé.

Solidarité

Nous sommes solidaires : en pleine crise Covid, les collaborateurs ont créé **ADEO SOLIDARITY FUND** qui a pour vocation d'apporter une assistance financière exceptionnelle et spécifique aux collaboratrices et collaborateurs des entreprises ADEO. Fier et solidaire de cette démarche, ADEO 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 touchés par la crise ont déjà pu bénéficier d'une aide.

Dans l'urgence et motivés par la culture **"L'Humain au cœur de l'entreprise",** le fonds de solidarité ADEO a vu le jour sous la forme d'une association.

ADEO Solidarity Fund est une association loi 1901. Elle a pour vocation d'apporter une assistance financière exceptionnelle et spécifique aux collaboratrices et collaborateurs des entreprises ADEO, ainsi qu'à leurs proches, qui rencontrent des difficultés graves en raison de situations de crises extraordinaires.

Sont également concernés par cette aide : les anciens collaborateurs (éligibles pendant 5 ans lors du départ à la retraite, 1 an en cas de licenciement pour inaptitude ou licenciement économique), et les collaborateurs des entreprises franchisées.

Le fonds permet à celles et ceux qui ne bénéficient pas d'aides gouvernementales suffisantes dans les pays où nous sommes présents, de couverture par des assurances ou de dispositifs internes des entreprises d'être accompagnés pour faire face à cette situation d'urgence.

Les situations de crise éligibles sont : pandémies, catastrophes technologiques / industrielles ou naturelles, incendies du domicile principal, attentats, violences.

**En 2021,
70 familles ont
été aidées grâce
à "ADEO Solidarity
Fund" dont
3 en France,
27 au Brésil et
40 en Afrique
du Sud.**

Partager et prendre soin de nos équipes, de nos clients et des communautés locales, a toujours fait partie de l'ADN d'ADEO. En 2021, pendant la crise sanitaire, notre désir d'être utile n'a fait que se renforcer.

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"** partenaire historique des enseignes ADEO dans plusieurs pays réalise des chantiers solidaires avec l'aide de collaborateurs au profit des structures ayant pour vocation de venir en aide aux autres (associations, fondations, hôpitaux, EHPAD*....).
  En 2021, à travers un renforcement de notre partenariat et malgré la situation sanitaire, l'association les Bricos du Cœur a réalisé 122 chantiers solidaires (dont 52 avec nos collaborateurs) et fait don de 66 184 produits pour une valeur de 630 674€.

- **LEROY MERLIN France** a réalisé
  3 120 interventions logement :

  - 1 340 chantiers d'auto réhabilitation accompagnée : cela concerne l'accompagnement de personnes avec de faibles compétences en bricolage.
  - 3 500 animations collectives comportant des cours de bricolage.
  - 2 200 prêts d'outils à plus de 3 700 ménages en situation de précarité, avec l'aide de l'association "Compagnons Bâtisseurs".

*EHPAD : établissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes.

A fin décembre 2021, il y existe 130 conventions d'achats solidaires signées avec des associations de lutte contre le mal-logement. Cela représente une contribution aux associations de plus de 880 000€. Par ailleurs, chaque collaborateur ayant participé aux ateliers “Useful” a permis de faire un don de 250 000€ à l’association “Habitat et Humanisme” pour financer des tiers lieux et espaces communs. En novembre 2021, la première opération commerciale "engageante" a permis le reversement de 20€ par appareil de chauffage vendu au profit de l'association “Stop à l'exclusion énergétique”.

- **ZÔDIO France** participe à des actions solidaires en local : reversement des dons aux associations comme “Octobre rose”, seconde vie des produits retournés par nos clients, plateforme de dons entre collaborateurs, partenariat avec des ESAT*.

- **LEROY MERLIN Brésil** a distribué 17 000 paniers alimentaires par le biais du fonds social de Sao Paulo, et 6 000 paniers avec Obramax, en partenariat avec G10 Favelas. Cette année c’est 38 chantiers solidaires qui ont été réalisés par Leroy Merlin Brésil.

- **LEROY MERLIN Espagne** accompagne le réaménagement solidaire d’espaces grâce aux équipes magasin : apport de produits et de facilités pour améliorer les espaces où vivent les enfants, les personnes âgées et les personnes en situation de handicap menacées d’exclusion. En 2021, 700 000€ ont été alloués pour les dons de ce type et plus de 50 projets ont été réalisés dans toute l’Espagne. Un compte auprès de la Croix Rouge a été ouvert afin de récolter des fonds auprès des collaborateurs pour aider l’île de la Palma. Suite à des situations d’urgence, Leroy Merlin a fait des dons de matériel et de produits : inondations de Lepe et de Levante, catastrophe du volcan de La Palma.

- **BRICOCENTER Italie** s’engage à donner le matériel électrique non vendable (quantités insuffisantes pour les clients) aux écoles professionnelles.

*ESAT : établissement et service d’aide par le travail.

Dans le cadre de la stratégie “We Make It Positive”, **chaque collaborateur dispose d’une journée de travail par an pour s’engager dans une action solidaire.**
A titre d’exemple, LEROY MERLIN Portugal a utilisé plus de 1 900 jours principalement pour des chantiers solidaires et la “cleanup week.” LEROY MERLIN France : 600 jours, LEROY MERLIN Espagne : 285 jours, LEROY MERLIN Russie : 690 jours.

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 “Fondation d'entreprise” créée en 2006 est "l'aménagement de l'habitat de personnes en situation de handicap ou dépendantes".
En 2021, des travaux d'adaptation de la salle d’eau et amélioration de l'accessibilité extérieure ont été réalisés par 165 collaborateurs volontaires et engagés. 74 projets ont été financés entre janvier et septembre 2021 pour un montant de 555 000€.

- Chez **LEROY MERLIN Pologne,** la fondation permet de financer des projets de différentes natures. En 2021, plus de 80 chantiers solidaires ont été réalisés grâce à la participation des collaborateurs.

**Nous sommes solidaires avec et pour les autres mais aussi avec et envers nos collaborateurs.
Être présent et en soutien pour eux est l'une des priorités qui répond à nos engagements du code de conduite éthique.
Nous mettons donc en place des dispositifs pour les accompagner dans les moments importants de leur vie.**

A titre d'exemples :

- **BRICOMAN France** a mis en place un dispositif d'accompagnement : Clarence, qui propose un accompagnement par des assistants sociaux et des psychologues pour les collaborateurs en difficulté.
- **LEROY MERLIN Russie** aide financièrement certains collaborateurs lors de la naissance d'un enfant, d'un mariage ou du décès d'un proche.
- **LEROY MERLIN Roumanie** accompagne ses collaborateurs à différents moments de leur vie: aides pour naissance des enfants, mariage et décès de proches. En cas de décès du collaborateur, l'entreprise verse à la famille entre 3 et 12 mois de salaire.

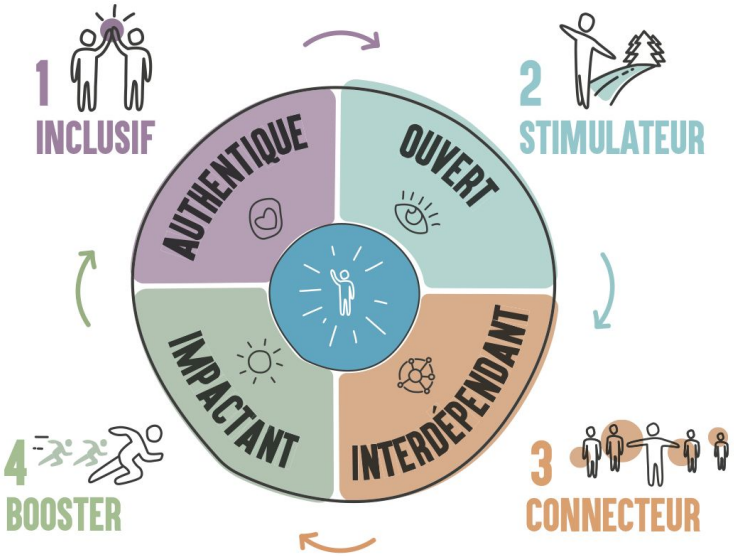
LEADERSHIP & PROXIMITÉ MANAGÉRIALE

La proximité au centre de notre management

Notre modèle de leadership fonctionne auprès des 150 000 leaders parce que les managers apprennent chaque jour à développer des comportements stimulateurs, connecteurs, boosters et inclusifs pour devenir de véritables coachs pour leurs équipes, en proximité. Leur mission est de créer les conditions pour que chacun de nos 150 000 collaborateurs puisse agir en tant que **leader et contributeur au sein d'une équipe investie, motivée et soudée !**

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.



Innovation et adaptation

Notre façon de travailler ensemble est incomparable !
D'un réseau social utilisé par l'ensemble de nos collaborateurs dans le monde à l'adoption de Google Workspace, nous disposons d'une plateforme collaborative digitale qui permet à nos 150 000 leaders d'interagir, d'échanger, de travailler en mode projet, quand ils en ont besoin, où qu'ils soient.

Nous sommes animés par **une culture agile et data driven.** Issue de notre passage aux solutions Cloud via Google Cloud Platform, d'un large déploiement de pratiques d'intelligence artificielle et du développement d'algorithmes pour **améliorer notre efficacité** lorsque nous servons nos clients, cette culture est accompagnée de vastes programmes de formation pour tous (data driven, mode agile ...)

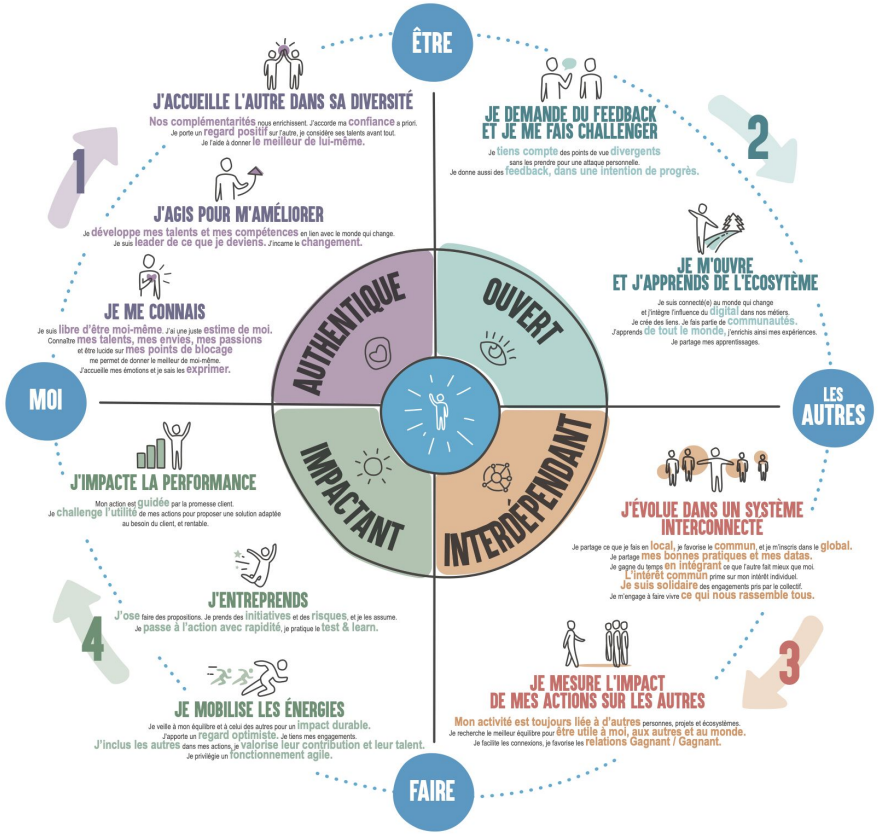
La collaboration entre leaders des filières métiers et leaders des filières technologiques est intégrée dans notre organisation et nos structures : ils travaillent en binôme.

LEADERSHIP

Chacun d'entre nous est un leader

Nous ne sommes pas seulement 150 000 collaborateurs, nous sommes **150 000 leaders** et c'est toute la différence. 150 000 leaders libres d'agir dès que c'est utile à soi, aux autres et au monde. Dans toutes les entreprises ADEO, chacune et chacun a la possibilité de décider en autonomie et responsabilité, de créer et nourrir les connexions essentielles à **notre modèle plateforme, d'entreprendre et de générer un impact humain, économique et environnemental positif.**

Le modèle de leadership 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 s'approprient ce modèle de leadership, avec des vitesses variables.



L'APPRENTISSAGE

Un talent à développer

Chacun a un talent. Notre volonté en tant qu'entreprise est d'accompagner chaque collaborateur dans le développement de ce talent afin qu'il se réalise dans son action quotidienne et puisse évoluer tout au long de sa vie professionnelle. Nous sommes très attentifs à **détecter le potentiel** de chacun et chacune et partageons les processus de **validation et de développement.**

Dans un monde qui change très vite, nos métiers évoluent aussi, et nous veillons à ce que chacun puisse, par **l'apprentissage, la formation, développer les compétences** utiles pour de nouveaux défis. **Grandir et faire grandir est la clé de notre développement.**

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 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 est amené 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.

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 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 l'enjeu industriel, pour obtenir une cartographie des compétences critiques par métier.

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Nombre d'heures de formation	**h**	1 961 011	1 933 674	2 044 382	2 180 892*	**3 411 706**	**+56%**
Nombre d'heures de formation par collaborateur au cours de la période	**h/collaborateur**	21,9	18,9	18,4	17.5**	**23.6**	**+35%**

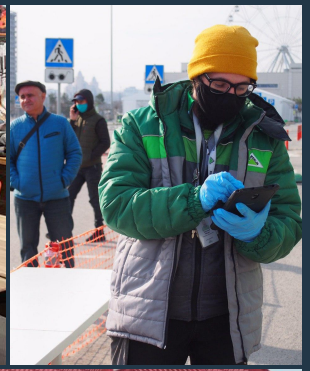
*Donnée 2020 retraitée : 2 382 063
**Donnée 2020 retraitée : 19,1

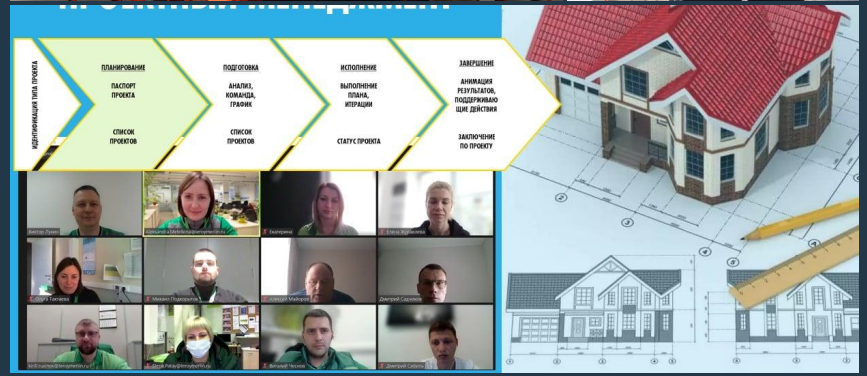
En 2021, nos entreprises ont mené les initiatives suivantes :

- **BRICOMAN France** déploie sur 2021-2023 la formation “Être coach du changement” pour toutes les équipes managériales. Cette formation alterne e-learning et présentiel et présente le sens et les points clés de la posture du coach du changement en passant par l’importance d’être à l’écoute, l’empathie et la mise en pratique de rituels. L’entreprise renforce progressivement l’offre de formation sur les fondamentaux produits et sur la relation client du professionnel afin de faire monter ses collaborateurs en compétences et d’être capable de détecter 30% d’experts d’ici 2024.

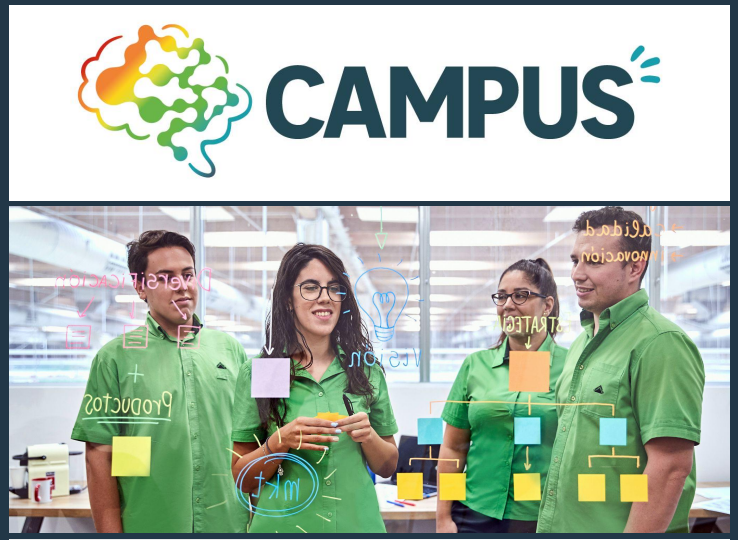
- **LEROY MERLIN France** a déployé une formation “Passeport digital” qui a été suivie par 100% des collaborateurs. Cette formation est destinée à faire découvrir la digitalisation du parcours client.

- **LEROY MERLIN Russie** a mis en place de nombreuses initiatives de formation dans le cadre de ses 3 “business conquests” : e-commerce, BtoB, et omni-sales stores. Par ailleurs, un programme d’onboarding express via l'application “My Way” a été lancé pendant la pandémie COVID 19 pour les nouveaux collaborateurs supply chain en magasin qui s’occupent des nombreuses commandes clients.





En 2021, nos entreprises ont mené les initiatives suivantes :



- **LEROY MERLIN Espagne,** a lancé son Campus en 2020. La crise sanitaire a nécessité de revoir 100% de l'offre de formation. De nombreuses formations ont été lancées sur le produit, le service client, le développement durable, le digital et la supply chain.
- **BRICOCENTER Italie** a lancé plusieurs formations sur les thèmes du développement durable, du digital et de la supply chain. Un parcours spécifique d'apprentissage a été créé pour les managers supply chain, mêlant e-learning, webinaires, formations métier et moments en face-à-face, modulable en fonction des compétences du collaborateur.
- **BRICOMART Espagne,** a lancé un parcours d'apprentissage en ligne intégré à son "Welcome training" pour 100% des collaborateurs compilant les connaissances essentielles à partir des outils Google. Des formations sur la transformation digitale ont été déployées.
- **LEROY MERLIN Roumanie** a lancé une nouvelle plateforme d'e-learning et créé 102 nouvelles formations en majorité autour du produit.

Focus sur la création du campus mondial de l’habitat :

Pour coordonner et impulser les initiatives précédemment décrites, ADEO a imaginé et dessiné un projet ambitieux autour de **l’accroissement des compétences “habitat” partout où nos entreprises sont présentes.** Le but étant d’aller vers une entreprise apprenante, adaptative et résiliente, reconnue comme **leader mondial de la connaissance et de l’expertise de l’habitat durable**.

L’intention de ce projet est de créer **un campus qui forme nos collaborateurs, nos futurs collaborateurs, nos partenaires, nos clients et les habitants du monde.** Une véritable volonté de créer une communauté “passion habitat” au-delà d’ADEO avec un campus qui diplome, reconnaît, certifie, maintien dans l’emploi, construit des parcours professionnels et rend fier.

En 2021, les premières actions déployées se sont concentrées sur la France :

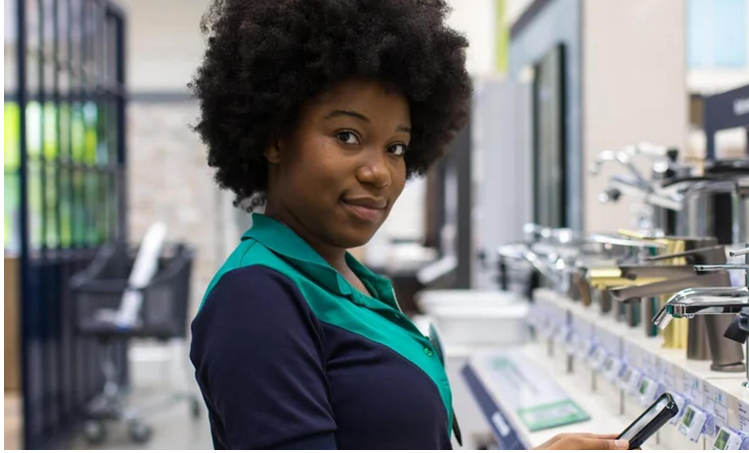
1. Créer un CFA* d'entreprise, certifié Qualiopi porté par ADEO.

2. Designer et mettre en place un parcours en alternance en partenariat avec l'éducation nationale, préparant au métier de conseiller de vente (Bac+2 combinant 2 diplômes). 3 classes pour un total de 25 alternants ont été ouvertes en septembre 2021.

3. Accompagner le programme "Z Academy" qui prépare à la reconversion de nos collaborateurs afin d'évoluer vers le métier en forte demande de développeur web (5 collaborateurs ont été reconvertis). De plus, ce programme permet l'intégration de jeunes éloignés de l'emploi.

4. Créer un cursus innovant d'accompagnateur à la rénovation énergétique de l'habitat en partenariat avec La Solive, une start-up de formation spécialisée dans l'amélioration de l'habitat. Ce cursus est d'ores et déjà reconnu au RNCP** de France compétences" et permet ainsi de former dans le cadre de l'apprentissage et/ou de la reconversion professionnelle.

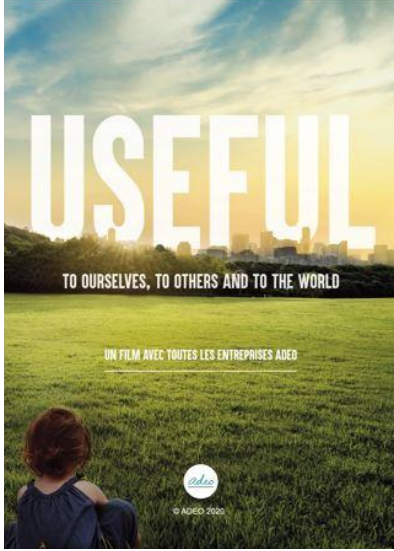
*CFA : centre de formation d'apprentis.
**RNCP : répertoire national des certifications professionnelles.



Chaque jour **ADEO se développe et se transforme en entreprise plus responsable de l'environnement.** Ainsi, pour garantir une appropriation optimale de nos engagements positifs et de leur mise en place, il nous semble nécessaire de former nos collaborateurs sur ces sujets. En 2021, nous avons lancé des ateliers et des formations pour avancer dans cette direction.

En un an et à l'échelle de l'ensemble de nos entreprises, **114 000 collaborateurs ont été sensibilisé à la stratégie "We Make It Positive" et aux engagements environnementaux et sociétaux qui en découlent.** Un kit contenant **un film documentaire "Useful"** et **un atelier interactif** a été créé en 12 langues et mis à disposition pour toutes les entreprises. Les équipes ADEO ont formé les référents locaux qui à leur tour ont animé les ateliers dans leur langue locale.

LEROY MERLIN PORTUGAL a organisé des ateliers en ligne pour les ambassadeurs de l'impact positif (86 participants) et les produits positifs (79 participants). Pour que les ambassadeurs de l'impact positif puissent former leurs équipes, nous avons également organisé un atelier "Train the Trainers" (74 participants).



AMÉLIORATION DE *l'habitat*

AMÉLIORATION DE L'HABITAT

Améliorer l'habitat, c'est une mission extraordinaire.
Le faire avec responsabilité et en contribuant pour un meilleur **équilibre environnemental, humain et économique,** c'est être vraiment **UTILE aux habitants du monde.** Nous voulons faire de **nos logements, de notre planète un meilleur endroit à vivre, parce que notre première maison, c'est la planète.**

Alors notre responsabilité et notre contribution à un monde meilleur pour tous n'est plus un sujet à part.
C'est le sujet **des 150 000 leaders ADEO qui construisent la plateforme mondiale de l'habitat pour rendre toutes les solutions habitat possibles et accessibles aux habitants.**

Cet habitat, pour qu'il soit utile au monde, **doit être positif,** c'est-à-dire économe en énergie, en eau, plus sain, issu de ressources responsables et fabriqué dans le respect des femmes et des hommes, et de l'environnement. L'intégration de la dimension positive à la plateforme mondiale de l'amélioration de l'habitat est incarnée par notre démarche **"We Make It Positive".**

POSITIVE *products*

POSITIVE PRODUCTS

Le produit se trouve au cœur de notre mission, de notre activité de commerçant et de notre utilité.
Il représente plus de 80% de notre impact sur la planète, depuis sa conception jusqu'à sa fin de vie. C'est pourquoi rendre accessibles des **solutions positives, plus durables, responsables et proposer des alternatives à l'achat d'un produit neuf** (location, réparation, occasion...), représente tout l'enjeu de **notre démarche "Positive Products",** initiée en 2020 et déployée en 2021.

La démarche **"Positive Products" devient l'ADN de la construction de l'ensemble de nos offres.** Elle s'appuie sur **6 piliers afin d'améliorer l'empreinte environnementale et sociale de nos produits et de contribuer à une consommation plus responsable.**

1. Issu de ressources responsables :
le produit est fabriqué avec des ressources responsables tracées, certifiées et aux profils carbone maîtrisés.
2. Produit de façon responsable :
le produit est issu d'une production respectueuse des femmes et des hommes et de l'environnement.
3. Respectueux de la Santé des habitants :
le produit ne présente pas de danger pour la santé des consommateurs.
4. Respectueux de la planète :
le produit est non nuisible à la planète : réduction de l'impact du packaging et promotion des écolabels produits.
5. Apportant des fonctions et des caractéristiques durables :
le produit apporte des fonctionnalités permettant la réduction de l'impact environnemental lié à son usage (économie d'énergie, réduction de la consommation d'eau ...).
6. Fabriqué pour durer :
le produit est fait pour durer et pour être réparable et réparé.

ISSUS DE RESSOURCES RESPONSABLES

Parmi les matières premières servant à fabriquer les produits vendus par les entreprises ADEO, le **bois est une des matières premières** pour laquelle les **enjeux environnementaux et sociaux sont les plus forts.** Cela nous conduit à avoir une politique engagée pour **préserver notamment la biodiversité, les ressources naturelles et les communautés.**

Depuis 2018, la politique achat bois 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 (Quality Management System) dans les entreprises ADEO a permis de collecter les documents nécessaires à la justification de la conformité des produits référencés à la politique bois.
Fin 2021, le pourcentage de références conforme à notre politique bois, est de 75% sur l'ensemble des références vendues.
En 2022, notre ambition est d'être à 100% sur toutes les références actives de produits en bois pour les entreprises ADEO utilisant QMS.

	2020	2021	ÉVOLUTION ENTRE 2020-2021
Pourcentage de nouvelles références de produits en bois et/ou à base de bois référencées et issus de sources responsables à périmètre BU constant*	88%	84%*	Périmètre: **nouveaux** produits référencés pour les BUs suivantes : Leroy Merlin France, Russie, Espagne, Italie, Pologne Portugal et Adeo services
Pourcentage de références de produits en bois et/ou à base de bois référencées et issus de sources responsables*	ND	75%	Périmètre; **tous** produits référencés sur les BUs suivantes : les Leroy Merlin : Brésil, Espagne, France, Grèce, Italie, Pologne, Portugal, Roumanie, Russie et Adeo services

* cet indicateur a fait l'objet d'un audit par les commissaires aux comptes

Pour renforcer notre process et l'assurance de notre compliance produits, **nous sommes engagés dans un partenariat global avec l'organisation Preferred by Nature, 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 processus d'application de notre politique et se retrouve déployée dans le Quality Management System. Preferred by Nature accompagne l'ensemble de nos plateformes qualité dans la réalisation des actions de qualification de nos fournisseurs sur la traçabilité de leurs produits bois.

PRODUITS DE FAÇON RESPONSABLE

La fabrication de nos produits a un impact sur la vie de milliers de travailleurs et de leurs familles dans le monde entier.

Notre objectif est d'accompagner nos fournisseurs et leurs usines pour **garantir et améliorer durablement les conditions de travail** et de vie des travailleurs tout en **limitant leur impact direct sur l'environnement.**

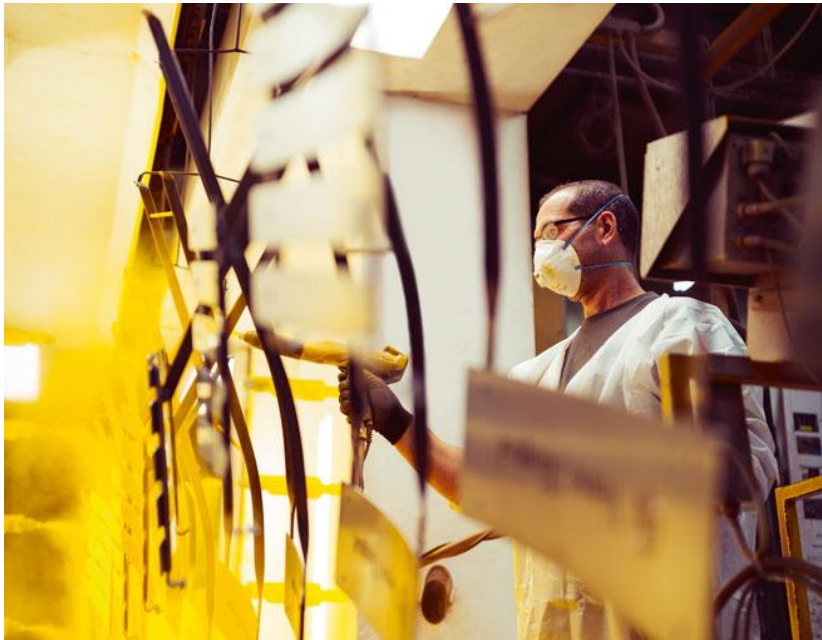
La sélection de nos fournisseurs repose sur deux actions phares :

- la construction d'une relation éthique
- la maîtrise de nos impacts sociaux et environnementaux

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 est 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.

	2020	2021
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	76%	**92%**



Maîtrise de nos impacts sociaux et environnementaux

La qualification sociale et environnementale de nos fournisseurs est une étape clef pour assurer une maîtrise de nos impacts lors de la production de nos produits. Notre processus de qualification, en cours de déploiement sur l'ensemble des fournisseurs, distingue notre rôle de distributeur de marques nationales de notre rôle de concepteur et fabricant de marques propres, nos "Marques Des Habitants" (MDH).

- Fournisseurs de produits de marques nationales : une auto-évaluation qualité, sociale et environnementale est exigée. L'objectif est de couvrir 100% des fournisseurs du groupe ADEO à fin 2022. L'ambition principale est d'évaluer le système de management de nos exigences qualité/impacts positifs des fournisseurs. La démarche a été lancée en 2020 avec une phase d'expérimentation. Elle est obligatoire pour tout nouveau fournisseur depuis 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. A fin 2021, les usines de produits finis MDH ont un audit qualité de 94% et social de 86% tous deux conformes de moins de trois ans. Un audit environnemental est également en cours de déploiement pour les usines ayant des process industriels considérés comme particulièrement impactants ("high impact") pour l'environnement, au regard de la pollution de l'air, de l'eau ou des sols. Au cours de 2021, une campagne de rattrapage sur le parc d'usines existantes a été lancée et a permis d'auditer 67% des usines "high impact". En 2022, l'audit environnemental devient un prérequis à la sélection des usines "high impact" et des plans d'amélioration sont exigés pour les usines existantes dont le résultat n'est pas satisfaisant.

	2020*		2021*	
	% usines de produits finis MDH auditées**	% usines conformes (score A, B, C)**	% usines de produits finis MDH auditées **	% usines conformes (score A, B, C)**
AUDIT QUALITÉ	77%	76%	94%	90%
AUDIT SOCIAL	76%	72%	86%	81%
AUDIT ENVIRONNEMENT (uniquement les usines "high impact")	ND	ND	67%	63,5%

***Evolution des périmètres**
2020 : usines référencées de produits finis MDH (hors sous-traitant de rang 2) pour les Entreprises suivantes : ADEO Services, Leroy Merlin France, Leroy Merlin Italie, Leroy Merlin Pologne, Leroy Merlin Roumanie, Leroy Merlin Espagne
2021 : usines référencées de produits finis MDH (hors sous-traitant de rang 2) pour les Entreprises suivantes : ADEO Services, Leroy Merlin Brésil, Leroy Merlin France, Leroy Merlin Italie, Leroy Merlin Pologne, Leroy Merlin Roumanie, Leroy Merlin Russie, Leroy Merlin Espagne, Zôdio France
**** Sur base 100% des usines référencées**

RESPECTUEUX DE LA SANTÉ DES HABITANTS

Conscient de l'impact sanitaire de ses produits, ADEO s'est engagé au travers d'une politique "substances dangereuses" pour aller au-delà des réglementations existantes, avec une focale sur la pollution de l'air intérieur.

Notre ambition est de **réduire l'exposition des habitants aux substances les plus controversées** qui peuvent se retrouver dans nos produits. La politique "substances dangereuses" est intégrée au code de conduite des 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 action immédiate pouvant conduire au retrait de certains produits commercialisés, avec une attention particulière portée depuis 2020 sur les produits qui contiennent des isocyanates et de la silice cristalline respirable.

Depuis 2021, la politique "substances dangereuses" est progressivement intégrée à notre outil de gestion de la conformité Quality Management System. Tout nouveau produit devra s'y conformer. En 2022, ADEO assurera la traçabilité et mesurera la progressivité de cette conformité au travers d'un KPI dédié aux produits chimiques.
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 ADEO.
Ainsi un produit **'Safe for People' est un produit conforme aux réglementations spécifiques sur les substances dangereuses et à l'obligation générale de sécurité.**
Ce produit ne présente pas de risque pour la santé des consommateurs car il ne contient pas de substances controversées connues à ce jour au-dessus des limites établies dans la RSL (Restricted Substances List) ADEO.

RESPECTUEUX DE LA PLANÈTE

Nous sommes averti et conscient de l'impact considérable de notre production de déchets d'emballage. Ces déchets sont responsables de la pollution de nos océans, de nos sols et il est de notre devoir de réduire leur quantité.

En 2020, notre "politique emballage" a été validée puis partagée à l'ensemble de nos entreprises et de nos fournisseurs. Cette politique a été intégrée dans le Quality Management System (QMS) afin de s'assurer de l'absence de matériaux non recyclables dans nos emballages. **Notre politique d'emballage suit les principes du zéro déchet : refuser - réduire - réutiliser - recycler.**
Cela nous conduit à bannir certains matériaux comme le PVC et le PSE de nos emballages et à réduire l'utilisation de ceux dont la recyclabilité est complexe. Par conséquent, nous favorisons **l'intégration de matières d'origine recyclée et/ou recyclable dans nos packagings.**

Dans ce cadre, d'autres actions d'éco-conception de nos emballages sont également menées afin d'optimiser leur poids et leur volume. Portant sur l'ensemble des étapes du cycle de vie de l'emballage, les objectifs définis devraient ainsi permettre de réduire de manière significative l'impact environnemental de nos emballages.

A titre d'exemple, les actions suivantes ont été menées en 2021 par les équipes pack ADEO Services:

1. Meubles Remix - Sensea : remplacement des éléments de calage en PSE (polystyrène expansé) par du papier-carton. Cette action a permis de réduire de 61 tonnes nos quantités de PSE.
2. Housses de coussin - Inspire : modification de l'emballage de la housse pour coussin initialement en PVC (PolyVinyl Chloride) surmontée d'un cintre indissociable, pour une solution en PE (polyéthylène) souple recyclable a permis de générer une économie de 150 tonnes de PVC et de 30 tonnes de matière.
3. Niveau à bulles - Dexter : la suppression du blister en plastique accolé à la cartonnette de support du niveau a permis de réduire de 6 tonnes par an la quantité de plastique utilisée dans nos emballages.

AVANT

APRÈS

APPORTANT DES FONCTIONS ET DES CARACTÉRISTIQUES DURABLES

Nous favorisons le développement de solutions et produits innovants permettant à nos clients habitants de réduire leur consommation énergétique, leur consommation d'eau. Mais aussi pour mieux isoler leur habitat ou encore jardiner de façon plus naturelle. Dans ce cadre, la Fondation SOLAR IMPULSE nous accompagne au travers d'un partenariat dédié.

ADEO et la Fondation Solar Impulse unissent leurs forces pour identifier des **solutions pour la maison** ayant un **impact positif** sur l'environnement. Notre engagement est d'**accélérer leur développement et favoriser leur commercialisation** dans les magasins et sur les sites internet des entreprises ADEO.

En 2021, notre partenariat se matérialise concrètement autour de 3 axes :

- la sélection de produits que nous intégrons à nos gammes parmi l'offre de 1 300 solutions durables de la Fondation Solar Impulse.
- La recherche de solutions répondant à des problématiques non couvertes par nos offres grâce à l'écosystème des innovateurs de la Fondation.
- La création du premier "Positive Home Challenge" autour de 8 thématiques produits et services. Le but étant de challenger des innovateurs et des fournisseurs pour détecter des solutions innovantes, moins impactantes pour l'environnement et économiquement viables. Lors de ce premier challenge, parmi 300 propositions produits, 53 ont été présentées et 41 produits sont en test dans nos entreprises.

APPORTANT DES FONCTIONS ET DES CARACTÉRISTIQUES DURABLES

En collaboration avec la Fondation Solar Impulse, nous accueillerons la deuxième édition du **“POSITIVE HOME CHALLENGE”,** en 2022, rassemblant notre communauté de fournisseurs internationaux et d’innovateurs pour présenter les innovations les plus prometteuses qui seront testées dans nos entreprises.

Pour cet événement, nous faisons appel aux innovations autour des produits et services pour les habitants sur tous les secteurs (salle de bain, rangement, électricité…) et sur les périmètres suivants :

- **Éco-design**
- **Core housing - Gros oeuvre**
- **Économies et efficience énergétique**
- **Nouveaux matériaux de constructions**
- **Économie d’eau**
- **Économie circulaire et valorisation des déchets**
- **Alternative aux emballages plastiques**
- **Supply chain**

Nous avons la volonté de nous associer avec d'autres partenaires et acteurs externes afin de renforcer l'innovation positive au sein d'ADEO.

Voici quelques exemples d'innovations positives testées et commercialisées :

Nature Protect® Syntilor
peinture : produits biosourcés pour la protection et la décoration du bois, en remplacement des produits non biosourcés (énergies fossiles).

Dulux Easycare+ Scuff Resist Technology
peinture : technologie résistante aux rayures qui empêche les particules de plastique, de caoutchouc ou de bois de se déposer sur la surface pour des murs plus durables.

Wirquin Neo Air
plomberie : un siphon avec système anti-vide intégré.

LED Bulb for Household use
éclairage : une ampoule de base utilisant la technologie LED.

Circular Grab Adhesive
matériaux : nouvelle colle à base d'eau composée de 82 % de matières premières recyclées.

Tile'Up by Celloz
matériaux : nouvelle génération de matériaux de toiture bio-sourcés.

ISOVER St Gobain
matériaux : nouvelle gamme d'isolant combles aménagés avec introduction d'un nouveau liant biosourcé issu de déchets de l'industrie céréalière.

SOPRA XPS Soprema
matériaux : panneau d'isolation thermique utilisant 100% de polystyrène recyclé pour une production plus propre dans le secteur du bâtiment.

Eco Mallas Ecoceramic
carrelage : mosaïque contenant des matériaux recyclés provenant d'autres produits finis déjà fabriqués et qui arrivent à la fin de leur cycle de vie. Un produit de carrelage durable favorisant l'emploi de personnes vulnérables handicapées.

FABRIQUÉS POUR DURER

Concevoir et commercialiser des produits faits pour durer est l'un de nos engagements permettant de limiter notre impact sur l'environnement et d'être utile à nos clients habitants.

Au delà de la mise en conformité de nos systèmes et produits (mise en place de l'indice de réparabilité en France, allongement de la garantie légale à 3 ans en Espagne et au Portugal), en 2021, nous avons mené une démarche volontaire d'animation de la durabilité avec l'ensemble de notre écosystème.

Les concepts de durabilité, fiabilité et réparabilité ont été définis et les indicateurs de mesure sont également suivis (taux de fiabilité, taux de réparabilité, taux de réparation). Nous avons demandé à l'ensemble de nos fournisseurs d'évaluer la réparabilité de leur produit au moment du référencement.

Afin de promouvoir la réparation, plusieurs initiatives locales ont été menées. Nous pouvons citer entre autre la mise en place de forfaits de maintenance et réparation chez LEROY MERLIN Italie, la mise en place de "Repair Café" chez LEROY MERLIN Portugal et LEROY MERLIN France.

ADEO fait partie du Club de la Durabilité, créé et animé par l'association HOP (Halte à l'Obsolescence Programmée).

EMPREINTE *environnementale*

EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

CHANGEMENT CLIMATIQUE

Notre engagement est de **diminuer** notre bilan carbone **de 5% par an pour atteindre -50% de réduction en 2035** et contribuer à la neutralité carbone en 2050. Le respect de cet engagement repose sur l' élaboration d'une stratégie bas carbone couvrant l'ensemble de notre chaîne de valeur compatible avec une trajectoire 2° courant 2022.

La mise en place d'une stratégie bas carbone repose sur l'identification de l'ensemble de l'énergie nécessaire à la réalisation de nos activités ainsi que la mise en place des actions de sobriété énergétique ou de substitution d'énergie.

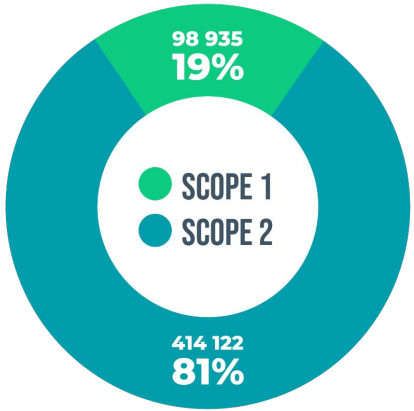
Les actions de notre stratégie bas carbone s'articulent autour des leviers d'actions suivants :

1. Réduire : éco-conception (matière), poids (matière), production locale (distance), efficacité énergétique (fabrication).
2. Préserver - durer : réparabilité, recyclage, réemploi, location, modularité, garantie prolongée.
3. Substituer : les énergies fossiles (fabrication, transport, magasin), les matériaux carbonés (matières).
4. Contribuer : émissions évitées notamment par la vente de produit faibles émissions pour l'habitat, émissions séquestrées, compensation.
5. Inventer : des nouveaux business qui permettent d'accroître la taille de l'entreprise tout en limitant l'impact carbone de l'activité ADEO.

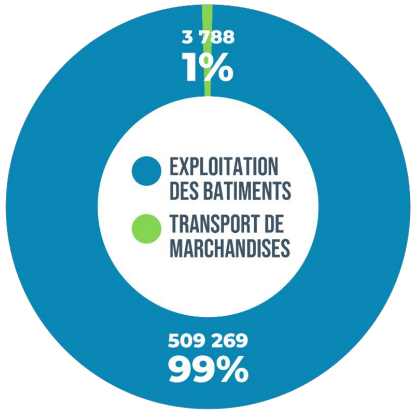
En 2021, **le bilan carbone, scope 1 & 2 ADEO représente**

513 057
tCO_2eq

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS
par scope (tCO_2e)



RÉPARTITION DES ÉMISSIONS
du scope 1 et 2 par usage (tCO_2e)



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*, par l'optimisation du taux de chargement des camions et le développement de l'intermodalité des transports.

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Distances parcourues liées au transport de marchandises depuis le centre logistique vers les magasins par répartition modale	km	-	-	-	-	**276 970 312**	**-**
Route	km	109 331 458	118 017 108	131 659 372	144 251 984	**182 288 235**	**26%**
Rail	km	-	-	-	-	**78 856 632**	**-**
Fluvial-maritime	km	-	-	-	-	**15 825 444**	**-**

*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.

En 2021, certaines de nos entreprises adoptent des pratiques en faveur d'une logistique plus vertueuse :

- **LEROY MERLIN Roumanie** utilise des camions de standard Euro 3 pour moins de 2% des trajets parcourus. Plus de 65% des trajets sont fait par des camions de standard Euro 5 et plus de 25% de trajets avec des camions Euro 6. D'autre part, des automobiles hybrides pour les voitures de fonction sont utilisées.

- **LEROY MERLIN Espagne** est également engagé en faveur d'une logistique plus vertueuse par son adhésion au projet "Lean and Green" qui promeut une réduction des émissions de gaz à effet de serre liée aux activités logistiques.
C'est pourquoi LEROY MERLIN Espagne déploie les actions suivantes : utilisation de camions hybrides pour les livraisons dans les magasins urbains, utilisation d'énergies vertes dans les entrepôts, optimisation des flux : changement de routes pour plus d'efficacité, ouverture des nouveaux entrepôts et fermeture d'autres.

- **LEROY MERLIN France** ouvre des entrepôts régionaux à Nanteuil le Haudouin, Villette d'Anthon et Lunéville permettant un meilleur positionnement barycentrique et une économie d' 1 500 000 km par an. Par ailleurs, l'utilisation des palettes métalliques permet d'économiser 100 000 palettes en bois sur une année. Sur les lignes logistiques le permettant, l'intermodalité par le rail-route est déployée et ce sont près de 130 000 tonnes de marchandises qui ont été livrées via le rail en 2021. Concernant la flotte de véhicules utilisée, 97 tracteurs sur 99 fonctionnent au gaz soit 12 de plus par rapport à 2020. Ils permettent de livrer plus de 70% des volumes régionaux. Enfin, près de 90% des transporteurs référencés ont signé la charte objectif CO2 de l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie).

- **LEROY MERLIN Portugal** utilise des solutions de transport alternatif comme les camions à gaz GNL permettant d'empiler la marchandise. Le taux d'occupation de la flotte lourde est donc de +8,3% avec une diminution estimée de -15,6% de tonnes de CO2 émises par palette soit une diminution globale de 17,8%. D'autre part, l'ouverture d'un entrepôt de 3 500m2 réservé au carrelage permet d'avoir moins de produits cassés grâce à sa proximité avec les producteurs.

EXPLOITATION DE NOS SITES

La distribution de nos produits repose sur un maillage territorial d'entrepôts et de magasins.
Notre priorité est de réduire l'empreinte carbone de ce réseau.

Ainsi, 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, en 2021 :

LEROY MERLIN Italie possède 40 magasins avec une certification énergétique soit +25% par rapport à 2020.

BRICOMAN Italie a 100% de ses sites (entrepôts et magasins) certifiés selon la norme ISO 50001 qui définit un cadre d'exigence relatif au management de l'énergie.

LEROY MERLIN Portugal a 100% de ses magasins avec une certifications énergétique délivrée par l'ADENE (agence nationale de l'énergie). De plus, 8 magasins sont équipés de panneaux photovoltaïques.

LEROY MERLIN France a toutes ses nouvelles constructions certifiées BREEAM. À ce jour, 2 magasins sont certifiés et 3 autres sont en cours de certification. De plus, 3 magasins sont certifiés BREEAM "in use" : certification sur la partie exploitation.

LEROY MERLIN Pologne et plus particulièrement le magasin de Zgorzelec intègre une ferme photovoltaïque installée fin 2020 qui a produit 50 655 kWh en 2021.

Notre plan de rénovation des magasins est ambitieux. Il est conduit par la diminution de l'empreinte carbone, le confort des collaborateurs, celui de nos clients et repose sur les actions suivantes :

- l'équipement de tous nos sites avec une gestion technique centralisée (GTC) permettant de mesurer et piloter à distance les flux d'énergie, réguler la température et les heures de fonctionnement des installations techniques.
- L'équipement de nos sites en LED.
- L'alimentation de nos sites en électricité d'origine renouvelable.

Concernant les consommations d'énergie, nos 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.

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Pourcentage de l'alimentation électrique de nos sites en énergie verte	%	-	-	-	31%	**35%**	**+ 4 PTS**
Consommation de gaz au cours de la période dans nos sites*	kWh	-	-	-	-	**262 978 990**	**-**
Magasins	kWh	125 363 923	149 159 473	163 533 513	162 495 557	**236 488 905**	**46%**
Entrepôts	kWh				-	**24 527 725**	
Services internes	kWh				-	**1 962 360**	

À titre d'exemples :

	POURCENTAGE DES MAGASINS DISPOSANTS DE L'ÉCLAIRAGE LED SUR LA ZONE DE VENTE
BRICOMAN Italie, LEROY MERLIN Italie, LEROY MERLIN Russie	100%
LEROY MERLIN Brésil	95%
BRICOCENTER Italie	90%
LEROY MERLIN Roumanie	89%
BRICOMART Espagne et LEROY MERLIN Pologne	83%
BRICOMAN France	78%
ZÔDIO France	75%
LEROY MERLIN Espagne	62%
LEROY MERLIN France	53%

Certaines de nos entreprises achètent de l'énergie dite « verte » car issue d'une source de production renouvelable ou produite directement sur leurs sites grâce aux énergies renouvelables.

A titre d'exemples :

- 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, LEROY MERLIN Brésil, LEROY MERLIN Roumanie, LEROY MERLIN Russie** adoptent cette même pratique pour certains de leurs magasins.
- **LEROY MERLIN France** a installé 2 500 m2 de panneaux photovoltaïques sur 3 nouveaux magasins : Puget, Fréjus et Vénissieux.
- **LEROY MERLIN Italie, LEROY MERLIN Grèce, BRICOMART Espagne et BRICOMAN Italie** ont rejoint **LEROY MERLIN Espagne et LEROY MERLIN Portugal** et alimentent désormais 100% de leurs magasins en électricité verte.
- En 2021 : 8 magasins et les services internes de **LEROY MERLIN Portugal** sont équipés d'installations photovoltaïques pour produire de l'électricité, 6 magasins chez **LEROY MERLIN France,** 1 magasin chez **LEROY MERLIN Pologne,** 22 magasins chez **LEROY MERLIN Italie,** 23 magasins chez **BRICOMAN Italie,** 1 magasin chez **LEROY MERLIN Russie,** 16 magasins chez **BRICOMART Espagne** et 25 magasins chez **LEROY MERLIN Espagne.**

- En 2021, une majorité de nos entreprises a mis en place des panneaux solaires pour la production d'eau chaude sanitaire comme par exemple **LEROY MERLIN Espagne** (5 magasins), **BRICOCENTER Italie** (1 magasin), **LEROY MERLIN France** (30 magasins), **BRICOMART Espagne** (19 magasins), **BRICOMAN Italie** (5 magasins) ou encore **LEROY MERLIN Pologne** (26 magasins)

Ressource en eau

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.**

A titre d'exemple :

En 2021, certaines de nos entreprises comme **BRICOMAN Italie, LEROY MERLIN Espagne, LEROY MERLIN Brésil, LEROY MERLIN Pologne, BRICOMART Espagne, BRICOMAN France, LEROY MERLIN France** ou encore **ZÔDIO France** totalisent 69 magasins équipés pour collecter l'eau de pluie afin de l'utiliser pour l'arrosage des espaces verts et/ou les sanitaires.

		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Consommation d'eau au cours de la période dans nos sites	m^3	-	-	-	-	**2 168 730**	**-**
Magasins	m^3	1 325 834	1 553 079	1 724 488	1 725 531	**1 965 187**	**14%**
Entrepôts	m^3	-	-	-	-	**159 013**	**-**
Services internes	m^3	-	-	-	-	**44 530**	**-**

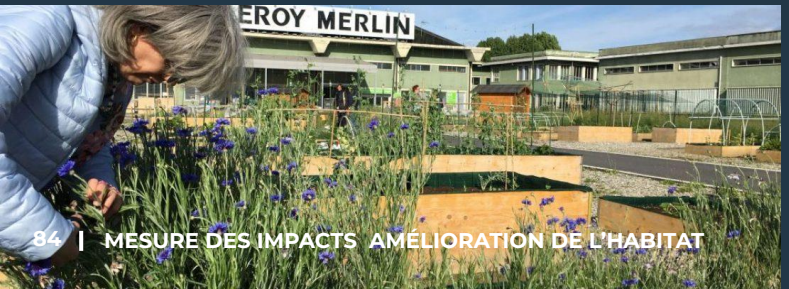
Ressources naturelles

Notre responsabilité sur nos écosystèmes locaux est importante. La création des magasins, entrepôts et 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 des actions qui visent à compenser notre impact notamment sur la ressource bois et qui permettent de restaurer ou de préserver la biodiversité.

A titre d'exemple citons :

- Dès 2015, **LEROY MERLIN France** a tissé un partenariat avec Reforest'Action. Plus de 227 000 arbres ont été plantés depuis 2015. En 2021, ce sont près de 34 000 arbres qui ont été plantés sur le territoire national.

- En 2021, **ADEO SERVICES** poursuit son programme de plantations d'arbres. Pour impacter positivement l'environnement, ADEO a pris l'engagement en 2016 de planter 1 arbre pour chaque nouveau collaborateur rejoignant l'une de ses entreprises. Cette action se poursuit en 2021 complétée par d'autres plantations en compensation par exemple de déplacements de collaborateurs. C'est ainsi que pour les 34 790 collaborateurs embauchés en CDI en 2020, autant d'arbres ont été plantés en France, en 2020 et 2021, sur 5 sites différents avec notre partenaire Reforest'Action. Par ailleurs, la logistique "grand import" qui confrontée à l'urgence d'approvisionner nos équipes magasins en équipements de protection (masques, gants...) en début de crise COVID 19, a choisi de compenser les émissions de CO2 liées aux transports de ces EPI (Équipement de Protection Individuelle) par la plantation de 33 000 arbres avec Reforest'action 3 000 arbres à Lipusz en Pologne, 10 000 arbres à Monchique au Portugal, 10 000 arbres à Palencia en Espagne, 10 000 en France sur 3 sites.



- Depuis 2019, **LEROY MERLIN Pologne** est partenaire de State Forests of Poland, une organisation gouvernementale polonaise qui œuvre pour le reboisement des forêts nationales. En 2021, 286 hectares ont été plantés avec la participation de 400 collaborateurs. Par ailleurs, l'entreprise agit également localement sur la biodiversité locale. C'est pourquoi 46 ruches réparties sur les sites de 11 magasins permettent de produire du miel et d'organiser des ateliers de sensibilisation à la biodiversité auprès des clients.

- **LEROY MERLIN Roumanie** en partenariat avec des ONG nationales : EcoAssist et Crestem Romania Impreuna, a planté 13 000 arbres en 2021. Les collaborateurs ont également contribué à une plantation manuelle de 250 arbres à Constanța.

- **LEROY MERLIN Italie** met à disposition des habitants des jardins potagers partagés répartis sur les sites de 2 magasins dans le cadre de son projet « Orto Fai Da Noi ». Au total, près de 4 000 m² 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 CO_2 Revolution a continué la plantation des arbres dans des zones impactées par des feux de forêt. En plus des plantations manuelles en 2021, 20 000 arbres ont été plantés à l'aide des drones dans le cadre de l'initiative "#LeroyMerlinReforesta" qui transforme les likes sur les réseaux sociaux de l'entreprise en arbres à planter. Par ailleurs, l'entreprise a construit et installé 83 hôtels à insectes.

- **LEROY MERLIN Russie** a réalisé des plantations d'arbres principalement dans la région d'Altai pour une surface totalisant 119 hectares dans le cadre de son projet « Forestmania ».

- **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”. Pour chaque produit certifié FSC acheté, un arbre est planté en Amazonie. LEROY MERLIN Brésil a également participé à la restauration de 36 hectares d'agroforesterie dans 3 villes de l'état de Pará-Pacajá, Anapu qui figuraient dans la liste des dix villes brésiliennes avec le plus grand nombre d'alertes de déforestation en juillet 2019.

- **BRICOCENTER Italie** et plus précisément le magasin de Milan Corsica a contribué à la plantation de 10 millions de semences pour les abeilles.

- **BRICOMAN Italie** plante des arbres et des plantes à chaque ouverture d’un nouveau magasin pour réduire l'impact de chaque nouvelle construction. En 2021, l’entreprise a conclu un partenariat avec Treedom afin qu'à chaque nouvelle ouverture 50 arbres fruitiers soient plantés.

- **LEROY MERLIN France** construit ses magasins avec des bardages en bois depuis 2010 (bois français ou européen et certifié PEFC). Les enseignes sont éclairées avec des LED et utilisent une technologie de rétro-éclairage derrière une bâche. Par ailleurs, l’éclairage extérieur est éteint après 23h. Outre la visibilité extérieure du magasin, l'accent est fortement mis sur l'aménagement paysager des espaces verts et des zones de parking avec l'utilisation d'essences locales.

- **LEROY MERLIN Espagne** éteint l’éclairage extérieur entre minuit et 6h du matin pour diminuer la pollution lumineuse.

- **ZÔDIO France** agit pour réduire la pollution lumineuse : l'éclairage des enseignes s’arrête à 23h et l'éclairage intérieur des magasins à 21h. En plus, pour moins de pollution sonore, les livraisons de commandes se font uniquement entre 7h et 12h.

Pédagogie client, écosystème

Pour que toutes les solutions positives soient adoptées par nos clients, ils doivent être 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 afin d'améliorer leur habitat.**

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

A titre d'exemple :

- **LEROY MERLIN Italie** a installé des éco-compacteurs de bouteilles en plastique dans 38 de ses magasins. Pour chaque 150 bouteilles déposées, un client reçoit un bon d'achat LEROY MERLIN.
  En 2021, les clients ont déposé presque 2 millions de bouteilles. Grâce au partenariat avec le consortium Coripet, les bouteilles sont recyclées en rPET (Recycled Polyethylene Terephthalate).

- **ZÔDIO** a organisé un événement en ligne : "la semaine ZÔDIO green". Durant cet évènement, les réseaux sociaux ZÔDIO ont communiqué autour de la pédagogie éco-responsable, des astuces, du faire soi-même, de la seconde vie et du consommer responsable.

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 Pologne** met en avant la vente de récupérateurs d'eau et accessoires associés dans ses magasins. L'entreprise réalise depuis le début de l'année, un record de près de 24 860 produits vendus.

- **LEROY MERLIN France** renouvelle en 2021 son opération de collecte et recyclage d'anciens radiateurs et lance 3 nouvelles opérations : l'une avec Screlec/Batribox pour recycler des batteries, une autre avec Black & Decker pour recycler les appareils électroportatifs (progression de collecte de 27% mai 2021 vs mai 2020) et enfin une dernière avec Ecosystem sur le recyclage des ampoules.

- **LEROY MERLIN Espagne** se mobilise depuis 2016 pour animer des ateliers sur l'environnement dans les écoles espagnoles. Depuis l'initiation du programme "Hazlo Verde" plus de 614 000 jeunes et 600 collaborateurs ont participé. La 5ème édition en 2021 a rassemblé 245 collaborateurs bénévoles et 119 000 participants.

- **LEROY MERLIN Brésil** a lancé un projet "Origens" pour mettre en avant les artisans locaux qui utilisent des méthodes traditionnelles de fabrication. Plus de 300 références sont disponibles sur le site et la marketplace.

Gestion des déchets

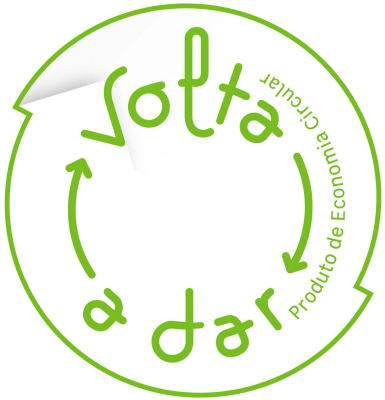
L'activité de nos magasins produit des déchets : cartons, plastiques, bois, gravats, déchets industriels banals (DIB) et déchets industriels spéciaux tels que la peinture. **Ces déchets sont une véritable source de nouvelles matières premières pouvant être recyclées ou valorisées.** Les différentes actions mises en place dans nos entreprises visent à atteindre l'objectif suivant : **100% de nos sites trient leurs déchets et les valorisent lorsque les filières de recyclage existent.** La majorité des entreprises ADEO équipe leurs magasins d'un espace de tri et anime la performance sur la gestion des déchets en magasin et en entrepôt. **Des actions sont aussi mises en place pour donner une seconde vie aux produits.**

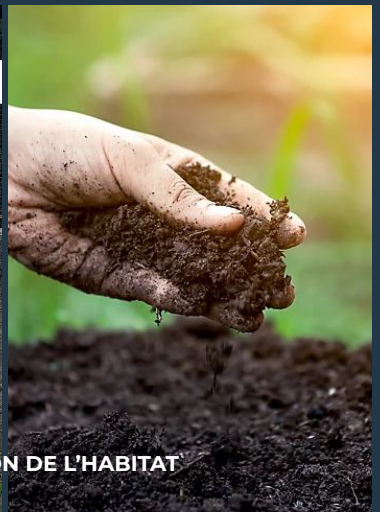
		2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2020-2021
Pourcentage de déchets triés dans nos sites	%	-	-	-	55%	**59%**	**+ 4 pts**

A titre d'exemple :

- **LEROY MERLIN France** a mis en place un outil de gestion des déchets qui permet de mesurer et d'animer mensuellement la performance de tri des magasins. En parallèle, la constitution d'une "team zéro déchet" a permis de challenger et de sensibiliser aux bonnes pratiques en magasin. Ces deux actions conjointes ont eu pour résultat un gain de 4 points en termes de taux de tri, celui-ci passant à 63% en 2021. La mise en place de nouvelles filières de tri en 2022 (gravat et plâtre) permettra encore d'améliorer ce taux de tri.

- **LEROY MERLIN Portugal** a développé une gamme de produits d'isolation qui utilise l'ancienne collection des uniformes que portent les collaborateurs en magasin. LEROY MERLIN Portugal organise également des campagnes autour de l' économie circulaire : l'entreprise récupère des anciens convecteurs électriques, des escaliers en aluminium et les chaussures de protection de ses clients pour les réintroduire dans le cycle de fabrication de nouveaux produits.





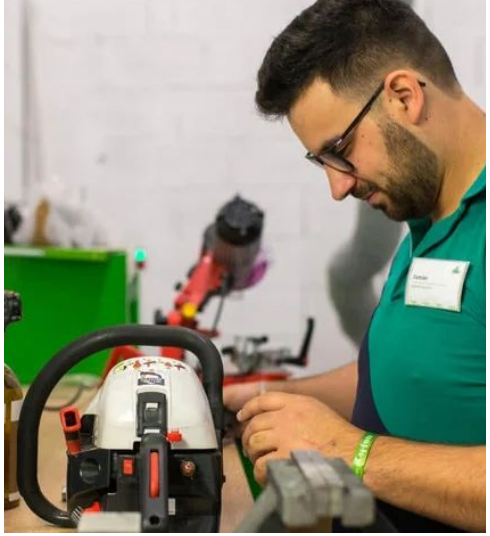
- **LEROY MERLIN Espagne** a lancé un projet en collaboration avec son principal fournisseur de produits en bois. Il consiste à récupérer directement les déchets de bois générés dans les magasins de Galice pour que le fournisseur broie ces déchets de bois et les utilise comme matière première pour créer de nouveaux produits qui sont vendus en magasin. Depuis mai 2021, plus de 460 tonnes de déchets ont été recyclées et utilisées dans la fabrication des produits des marques ADEO Delinea et Spaceo.

- **LEROY MERLIN Brésil** a déployé le projet “OrgâniCO2” en avril 2021 avec le magasin Interlagos et le centre de distribution de San Paolo. Tous les déchets organiques de ces sites (3,3 tonnes par mois en moyenne) ont été transformés en compost sur place grâce à la construction des stations de compostage. Le compost a été ensuite utilisé pour la production des jardins biologiques des communautés locales. Par ailleurs, dans le cadre du projet “Posta”, les anciens uniformes ont été recyclés en couvertures qui ont été données aux institutions sociales. Le reliquat a été réinséré comme matière première dans d'autres chaînes de production. En 2021, près de 2 000 couvertures ont été produites et distribuées par 29 institutions dans 6 états brésiliens.

- **LEROY MERLIN Brésil** a mis en place un partenariat avec Molecoola . Un guichet de collecte de déchets a été mis à disposition des clients pour y déposer : papier, plastique, métal, verre, piles, déchets électroniques, pots de peinture et aérosols. À chaque apport, le client cumulait des points utilisables dans les magasins via le programme de fidélité. Cette initiative a été déployée dans 15 magasins. Par ailleurs, LEROY MERLIN Brésil a mis en place la collecte dans ses magasins des ampoules usagées, piles et appareils électroniques. En 2021 un total de 247,7 tonnes de déchets ont été collectés et envoyés dans les bonnes filières de tri.

- **LEROY MERLIN Russie** a déployé un test de station de tri sélectif pour les clients sur les parkings de 3 magasins. Plus de 33,6 tonnes de bouteilles, de plastiques, papiers, métaux et verre ont été collectées et envoyées au recyclage. A noter que dans beaucoup de villes en Russie les déchets des particuliers ne sont pas triés, tout est concentré dans une seule et même poubelle. Depuis février 2021, les magasins de Moscou envoient leurs peintures, produits électriques, produits en bois et en plastique non-vendus à l'entrepôt de South Gates pour qu'ils soient recyclés. Cela équivaut à plus de 1 850 tonnes de déchets sur une année.

- Enfin, cette année, **18 Entreprises ADEO,** soit 2 300 collaborateurs sur 220 sites ont participé à l'évènement international **« World cleanup day».** Ils ont ramassé les déchets abandonnés autour de leurs sites et dans des espaces naturels. Tous les services internes et les magasins se sont mobilisés pour cette vaste opération de nettoyage. Ensemble, ils ont ramassé plus de 25 tonnes de déchets.



Économie circulaire

L'économie circulaire vise à réduire le gaspillage des matières premières et à diminuer l'impact environnemental à tous les stades de la vie d'un produit.

La volonté commune des entreprises ADEO est d'intervenir sur l'ensemble du processus.

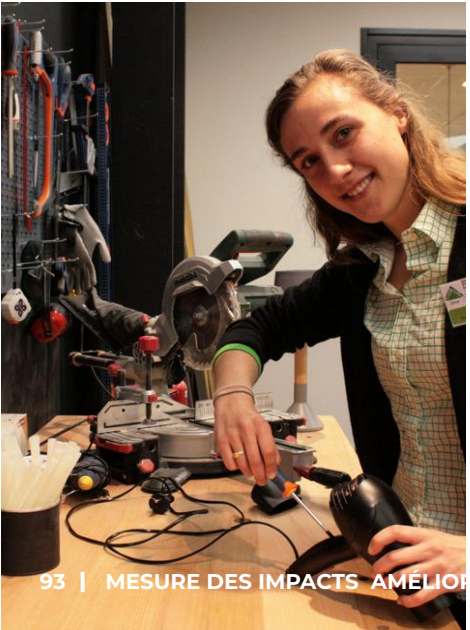
Lors de la conception des produits par la réduction des emballages (produits et transport) et via notre démarche "Positive Products".

En magasin en faisant la promotion de la réparabilité des produits, par la mise à disposition des pièces détachées et la gestion de la seconde vie des produits.

Lors de la digitalisation de nos activités par la prolongation de la durée de vie, la seconde vie et le recyclage du matériel informatique.

RÉPARABILITÉ ET SECONDE VIE DES PRODUITS

Plusieurs initiatives locales ont été testées puis déployées dans les entreprises pour **promouvoir la réparabilité des produits et prolonger leur durée de vie.**

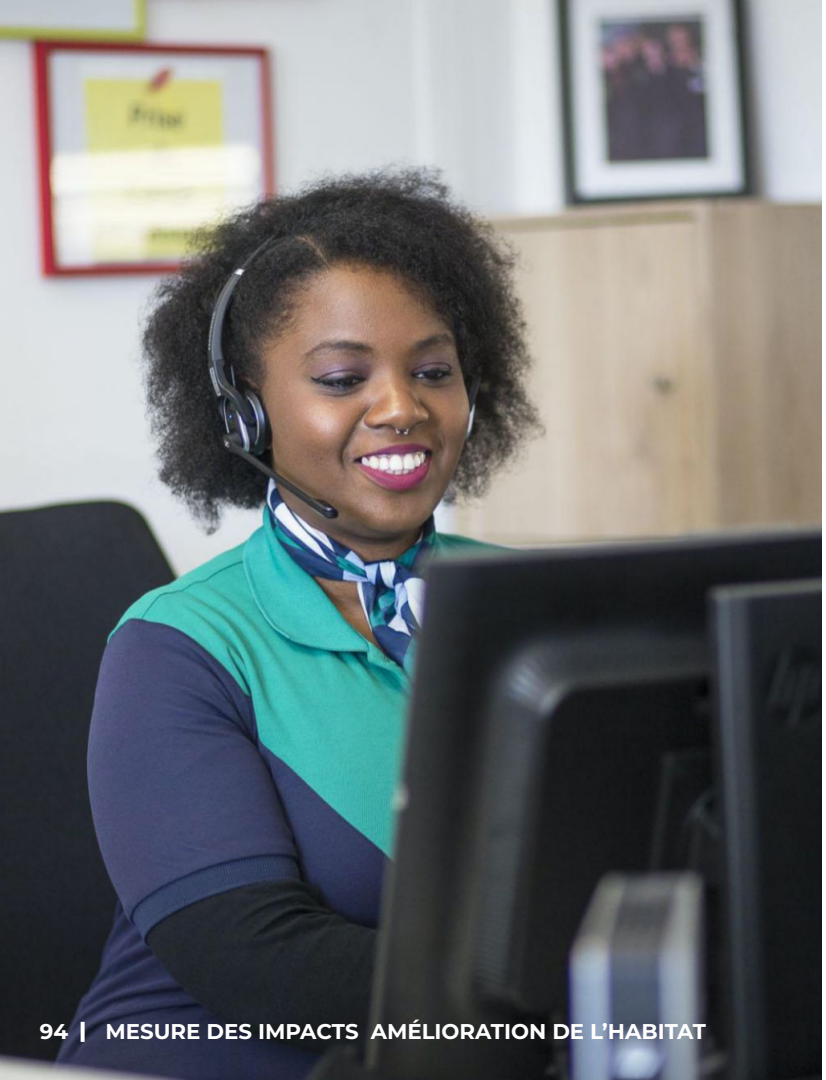


A titre d'exemple :

- **LEROY MERLIN France** a permis aux clients habitants de venir apprendre à réparer leurs produits au sein de la « dépannerie ». Ces ateliers ont eu lieu dans plusieurs magasins. En 2021, le partenariat avec la startup Spareka, le "Do It Yourself" de la réparation, a permis d'aider plus de 14 500 clients.

- **LEROY MERLIN France** a également mis en place des zones de vente réservés aux produits de seconde vie dans plus de 50 magasins. L'objectif était de re-commercialiser à prix réduits des produits provenant du retour marchandise ou du Service Après Vente. Les produits qui ne trouvaient pas preneur en magasin ont fait l'objet de dons aux associations locales.

- **LEROY MERLIN France** a aussi testé une plateforme d'achat de produits d'occasion sur le site leroymerlin.fr. Il était proposé de racheter sous forme de bons d'achats des produits inutilisés par les clients. Ces produits étaient ensuite reconditionnés par un partenaire puis remis en vente sur la marketplace.



NUMÉRIQUE RESPONSABLE

Pour lutter contre le réchauffement climatique, nous envisageons de faire des **choix conscients et responsables sur nos modes de fonctionnement et notamment sur notre utilisation du numérique.**

Sensibilisation

ADEO Services, ZÔDIO, LEROY MERLIN Italie, LEROY MERLIN Roumanie, LEROY MERLIN France et BRICOCENTER Italie ont participé aux actions Digital Clean Up.
Ces entreprises ont fait un nettoyage des données dans les boîtes e-mail et des répertoires “drives”. Les applications mobiles ont été sélectionnées pour allonger la durée de vie et diminuer la consommation d’énergie des smartphones.
Une capsule de formation e-learning “numérique responsable” a été déployée **dans toutes les entreprises ADEO.**

Durée de vie des ordinateurs

ADEO Services a prolongé la durée de 3 à 4 ans.
LEROY MERLIN Brésil de 5 à 7 ans. **LEROY MERLIN Espagne** et **LEROY MERLIN Roumanie** vont jusqu’à la fin de vie des appareils.

Seconde vie du matériel

LEROY MERLIN France et **ADEO Services** reconditionnent, recyclent et font des dons aux associations. **LEROY MERLIN Espagne** et **LEROY MERLIN Roumanie** procèdent au recyclage spécialisé DEEE.

SYNTHÈSE DES *indicateurs*

NOTRE DÉVELOPPEMENT HUMAIN

		2020	2021
EFFECTIF AU 31 DÉCEMBRE	Nb	**124 922**	**144 321**
RÉPARTITION PAR TRANCHE D'ÂGE			
moins de 25 ans	Nb	16 713	20 080
de 25 ans à 34 ans inclus	Nb	44 407	50 195
de 35 ans à 44 ans inclus	Nb	37 803	43 095
de 45 ans à 54 ans inclus	Nb	20 615	24 327
de 55 ans à 64 ans inclus	Nb	5 213	6 455
de 65 ans et plus	Nb	171	169
RÉPARTITION PAR SEXE			
Hommes	Nb	69 235	80 139
Femmes	Nb	55 687	64 182

		2020	2021
EFFECTIF AU 31 DÉCEMBRE	Nb	**124 922**	**144 321**
RÉPARTITION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE			
FRANCE	Nb	**30 047**	**33 927**
dt Leroy Merlin France:	Nb	26 913	28 618
dt Bricoman France:	Nb	2 171	2 160
dt Zôdio France	Nb	963	974
dt Weldom Services	Nb		574
dt Adeo Services	Nb		1 601
RUSSIE	Nb	**36 592**	**43 693**
dt Leroy Merlin Russie	Nb	36 592	43 693
ESPAGNE	Nb	**17 810**	**20 825**
dt Leroy Merlin Espagne:	Nb	14 120	15 966
dt Bricomart Espagne	Nb	3 690	4 859

		2020	2021
ITALIE	Nb	**12 411**	**13 602**
dt Leroy Merlin Italie:	Nb	7 386	7 962
dt Bricocenter Italie:	Nb	1 454	1 551
dt Bricoman Italie:	Nb	3 571	4 089
POLOGNE	Nb	**12 160**	**13 044**
dt Leroy Merlin Pologne:	Nb	12 160	13 044
BRÉSIL	Nb	**10 926**	**10 545**
dt Leroy Merlin Brésil:	Nb	10 926	10 545
PORTUGAL	Nb	**4 976**	**5 661**
dt Leroy Merlin Portugal:	Nb	4 976	5 661
ROUMANIE	Nb		3 024
dt Leroy Merlin Roumanie:	Nb		3 024

NOTRE DÉVELOPPEMENT HUMAIN

	UNITÉ	2020	2021
Taux de fréquence des accidents du travail	Taux	**14,61**	**13,03**
Taux de gravité des accidents du travail	Taux	**0,60**	**0,55**
Embauches	Nb	**41 370***	**53 019**
Licenciements	Nb	**3 669**	**3 908**
Employee Net Promoter Score (EXI)	sans unité	**40**	**45**
Taux de turnover (collaborateurs en CDI >= mi-temps)	%	**12%***	**15%**
Nombre total d'heures travaillées	heure	**187 591 261**	**224 565 465**
Nombre d'heures d'absence pour maladie	heure	**10 851 656***	**12 410 892**
Taux absentéisme pour maladie	%	**5,5%***	**5,2%**
Pourcentage de collaborateurs formés au code de conduite éthique ADEO	%	**87%**	**87%**
Pourcentage de femmes occupant des positions de direction spécifique	%	**25%**	**26%**
Nombre d'heures de formation	%	**2 382 063***	**3 411 706**
Nombre d'heures de formation par collaborateur au cours de la période	h/collaborateur	**19,1***	**23,6**

*Donnée 2020 retraitée

AMÉLIORATION DE L'HABITAT

	UNITÉ	2020*	2021
Pourcentage de nouvelles références de produits en bois et/ou à base de bois référencées et issus de sources responsables	%	88%	84%
Pourcentage de références totales de produits en bois et/ou à base de bois référencées et issus de sources responsables (donnée non auditée)	%	ND	75%
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	%	76%	92%
Distances parcourues liées au transport de marchandises depuis le centre logistique vers les magasins par répartition modale	km	-	276 970 312
Route	km	144 251 984	182 288 235
Rail	km	-	78 856 632
Fluvial-maritime	km	-	15 825 444

*données 2020 publiées (périmètre de 12 entreprises)

	UNITÉ	2020*	2021
Pourcentage de l'alimentation électrique de nos sites en énergie verte	%	31%	35%
Consommation de gaz au cours de la période dans nos sites*	kWh	-	262 978 990
Magasins	kWh	162 495 557	236 488 905
Entrepôts	kWh		24 527 725
Services internes	kWh		1 962 360
Consommation d'eau au cours de la période dans nos sites	m^3	-	2 168 730
Magasins	m^3	1 725 531	1 965 187
Entrepôts	m^3	-	159 013
Services internes	m^3	-	44 530
Pourcentage de déchets triés dans nos sites	%	55%	59%

ANNEXE

ANNEXE 1

TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES 10 PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES	CHAPITRE(S) DU DOCUMENT
Droits de l'homme	
1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme	**1.** Notre 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.** Notre développement humain **2.** Amélioration de l'habitat
Normes internationales du travail	
3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective	**1.** Notre 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.** Notre développement humain **2.** Amélioration de l'habitat
Environnement	
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
Lutte contre la corruption	
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.** Notre 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 les filiales du périmètre de la déclaration repris ci après (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 cartographie des risques extra-financiers a été établie par la Direction des Risques, Compliance et Assurances. La méthodologie d'analyse des risques extra-financiers a reposé sur trois grandes étapes structurantes au cours desquelles les parties prenantes internes d'ADEO ont été impliquées et consultées :

1. définition d'une bibliothèque de risques extra-financiers et de scénarios, construite à partir des 17 Objectifs de Développement Durable de l'ONU en lien avec l'activité d'ADEO et des enjeux du Groupe issus de l'analyse de matérialité.

2. Chaque risque extra-financier a ensuite fait l'objet d'une cotation au niveau des services internes d'Adeo et auprès des principales filiales du Groupe (8 filiales intégrés à l'exercice) en croisant les impacts immédiats avec les impacts liés à la pérennité pour obtenir le risque brut et en prenant en compte le niveau de maitrise des risques pour le risque net.

3. Les risques ont ensuite été hiérarchisés en prenant la moyenne supérieure des cotations obtenues auprès de chaque filiale interrogée.

A l'aune des résultats obtenus, les 43 risques ont été regroupés en 9 macro-risques considérés comme importants (avant prise en compte des actions de maîtrise) en cohérence avec la stratégie We Make It Positive représentée par la maison Impact Positif.

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.

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 1er 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 Impacts Positifs.

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 2021, 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, ZÔDIO FRANCE, BRICOMART ESPAGNE, LEROY MERLIN PORTUGAL, LEROY MERLIN ROUMANIE, WELDOM Services et ADEO Services.** Le périmètre de reporting de la DPEF 2021 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".

Extension du périmètre de la DPEF 2021 avec l'intégration des filiales suivantes :

- LEROY MERLIN ROUMANIE
- WELDOM Services
- ADEO Services

PRÉCISIONS MÉTHODOLOGIQUES CONCERNANT LES INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX

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

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

- Taux de turnover (collaborateurs en CDI >= mi-temps) : depuis l'année 2020, le taux de turnover est calculé mensuellement.
  Le taux de turnover annuel correspond à la somme des taux de turnover mensuels.
- Bilan Carbone Scope 1 et 2 : périmètre reporting RSE de la DPEF + Kbane. 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.

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 2021 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 Impacts Positifs 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 Impacts Positifs 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 Impacts Positifs.
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 2020 et 2021.

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 / CA TTC.
Nous l'avons ensuite appliqué aux autres magasins de la même tranche de CA TTC.
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 =< 3 000 m²
- magasins de moyenne surface : 3000 < surface de vente intérieure =< 7 000 m²
- magasins de grande surface: 7000 < 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 limites méthodologiques concernant les données quantitatives reportées par nos entreprises sont les suivantes :

INFORMATION	PÉRIMÈTRE CONCERNÉ	DESCRIPTION
Déchets	**LEROY MERLIN ITALIE, BRICOCENTER ITALIE, BRICOMAN ITALIE, LEROY MERLIN POLOGNE**	Poids des déchets collectés par les collectivités locales non disponibles (données non communiquées par ces collectivités).
Déchets	**LEROY MERLIN 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.

8. Modifications des données 2020 à posteriori :

INFORMATION	PÉRIMÈTRE CONCERNÉ	DESCRIPTION
Nombre d'heures d'absence pour maladie	**LEROY MERLIN FRANCE** **BRICOMAN FRANCE** **ZÔDIO FRANCE**	Prise en compte des heures d'absence liées à la maladie professionnelle et à la maladie COVID.
Taux absentéisme pour maladie	**LEROY MERLIN FRANCE** **BRICOMAN FRANCE** **ZÔDIO FRANCE** **LEROY MERLIN BRÉSIL**	Prise en compte des heures d'absence liées à la maladie professionnelle et à la maladie COVID.
Nombre d'heures de formation	**LEROY MERLIN ESPAGNE** **LEROY MERLIN RUSSIE**	Donnée 2020 non exhaustive et corrigée en 2021.
Nombre d'heures de formation par collaborateur au cours de la période	**LEROY MERLIN ESPAGNE** **LEROY MERLIN RUSSIE**	Donnée 2020 non exhaustive et corrigée en 2021.
Nombre d'embauches	**LEROY MERLIN ESPAGNE**	Erreur calculatoire en 2020.

WWW.ADEO.COM

Photos : ADEO Companies - Gettyimages