

IV. DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE

Cette déclaration de performance extra-financière reprend l'ensemble des catégories d'informations pertinentes pour le Groupe Mr Bricolage conformément au décret n°2017-1265 du 9 août 2017 en application de l'article L.225-102-1 du Code de commerce.

Le Groupe Mr Bricolage a fait le choix de faire vérifier, comme imposé par le décret cité ci-dessus, l'ensemble des rubriques de cette déclaration par les auditeurs du cabinet Deloitte, en qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC (Comité Français d'Accréditation) sous le numéro n°3-1048. Une attestation de conformité et de sincérité remise par les auditeurs est jointe au Rapport de gestion.

Les données présentes dans cette déclaration sont obtenues en respectant les règles décrites dans la note méthodologique, notamment relatives à la définition du périmètre. Cette note se trouve dans la dernière partie de cette déclaration.

IV.A. Modèle d'affaires

IV.A.1 Présentation du Groupe Mr Bricolage

Le Groupe Mr Bricolage est un groupement d'adhérents-entrepreneurs indépendants, spécialiste de la rénovation et de l'embellissement de la maison et du jardin.

Il est né il y a 50 ans de l'union d'une dizaine de quincaillers indépendants de la région d'Orléans qui se sont regroupés sous le nom d'ANPF : Association Nationale des Promoteurs du Faites-le-vous-même. Le Groupe est présent en France et à l'étranger. Les adhérents sont également propriétaires d'une majorité du capital de Mr Bricolage SA.

Le développement du Groupe Mr Bricolage est fondé sur une offre multi-enseignes, multiformat et multicanal.

En réponse à l'évolution des attentes de ses clients, le Groupe investit dans la proximité au travers de :

- ses enseignes : Mr.Bricolage et Les Briconautes
- son statut d'affilié sans enseigne
- ses 2 sites de vente en ligne : www.mr-bricolage.fr et www.le-jardin-de-catherine.com

Mailler le territoire, animer les réseaux et développer un commerce multi-canal sont au cœur du modèle de développement du Groupe Mr Bricolage.

IV.A.2 Les activités du Groupe Mr Bricolage

Le Groupe est organisé autour des sociétés pivots suivantes :

- pour l'activité des Services Aux Réseaux :
 - Mr Bricolage SA, à la fois société mère et centrale de référencement, de services et d'animation des réseaux,
 - Le Club, centrale de référencement, de services, d'animation des réseaux Les Briconautes et affiliés,
 - MB Log, exploitant les entrepôts logistiques intégrés de Voivres et Cahors et les entrepôts prestés principalement en région orléanaise ;
- et, pour l'activité Commerces :
 - Sadeff, principale société gestionnaire des magasins intégrés,
 - Mr Bricolage SA, vente en ligne via ses 2 sites internet.

IV.A.3 Stratégie du Groupe Mr Bricolage

Depuis 2 ans, le Groupe a entamé une grande transformation.

L'enseigne Mr.Bricolage ambitionne de devenir le leader incontesté de la proximité, en étant utile aux clients et en leur apportant bien plus que la mise à disposition de produits. Pour y parvenir, le Groupe s'appuie sur ses trois valeurs fondatrices :

- La proximité : être proche des clients géographiquement mais également proche de leurs besoins et toujours prêts à leur rendre service en magasin ;
- La serviabilité : privilégier la relation et la solution à la transaction ;
- La solidarité : former une communauté d'entrepreneurs solidaires, engagés dans les territoires.

Cette transformation a été engagée afin de mieux répondre à l'évolution des besoins, des usages, des modes de vie. Elle est fondamentale pour permettre de continuer à affirmer la singularité du Groupe Mr Bricolage sur un marché ultra-concurrentiel. La stratégie est ambitieuse : disposer de 1 000 points de vente en 2028, soit un point de vente à moins de 20 minutes de tous les français.

Pour y parvenir, il a fallu notamment :

- Écrire avec les adhérents et les collaborateurs les trois valeurs qui animent le groupement : serviabilité, proximité et solidarité ;
- Définir la plateforme de marque, concrétisée par une identité visuelle modernisée et une nouvelle signature de marque ;
- Reconstruire le site marchand, désormais chaque magasin dispose d'un site local,
- Retravailler l'offre produits et services ;
- Repenser le concept de magasin pour qu'il ne soit pas qu'un point de vente mais un véritable lieu de vie pour les clients ;
- Faire évoluer les formats de magasins Mr.Bricolage.

La proximité demandée par les clients Mr.Bricolage n'est possible qu'en alliant le meilleur du digital avec le meilleur du magasin physique.

C'est pour cela que le nouveau magasin Mr.Bricolage s'appuie sur 4 piliers de commerce :

- Le Fond de Maison pour proposer les produits incontournables (pour réparer, dépanner, décorer, rénover, jardiner, aménager, ...) afin que tout fonctionne à la maison et dans le jardin au quotidien ;
- Les Solutions inventiv pour accompagner nos clients dans tous leurs projets de rénovation et d'embellissement de leurs maison et jardin, à moindre coûts et accessibles par tous ;
- Le comptoir d'Entraide pour mieux servir les clients, c'est le centre de la serviabilité en magasin. Cet espace, en lien avec l'espace clients, traduit l'ancrage de l'enseigne Mr.Bricolage dans l'environnement local et réunit des vendeurs professionnels et experts, des services inclus comme le wifi, la presse, le café et du fast-snacking mais aussi la possibilité pour les clients de disposer de cet espace, pour travailler, échanger, ...
- La Deliverie pour réunir le meilleur du web et le meilleur du local, c'est le point de rencontre de l'offre physique et digitale, plus de 70 000 références à un clic de nos clients, quelle que soit la taille du magasin.

Dans le cadre de sa transformation, le Groupe a annoncé l'accélération du plan de cession portant sur l'intégralité des magasins intégrés (détenus en propre) et le recentrage sur son activité de « Services Aux Réseaux » pour accompagner le développement de ses adhérents et affiliés.

IV.A.4 Informations complémentaires

Certaines informations complémentaires sur le Groupe Mr Bricolage sont données à d'autres endroits de ce document de référence :

- Dans la partie « III – Les Chiffres consolidés de l'année 2018 » du rapport de gestion, les informations financières sur le Groupe sont détaillées ;
- Dans la partie « Informations complémentaires - Renseignements de caractère général concernant l'activité de la société », sont notamment donnés un historique complet du Groupe, le détail de son développement à l'international, un état du marché, le contexte commercial (répartition des ventes par rayon, ...) et concurrentiel (part de marché, ...), l'organisation générale du Groupe ;
- Dans les autres parties de cette déclaration sont données les organisations et ressources dédiées aux enjeux sociaux et environnementaux.

IV.B. Enjeux extra-financiers et risques associés

Le Groupe a déterminé ses enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux à partir d'une analyse des risques induits par ses différentes activités. Chaque direction en charge de ces thématiques a fait une revue des risques. Sont donc notamment intervenus dans cette revue la Direction du Capital Humain et de l'Innovation Sociale, la Direction de la Transformation et de la Communication Corporate, le Secrétariat Général ainsi que la Direction Financière.

Une hiérarchie des risques a été établie à partir de 4 niveaux définis de la manière suivante :

- Significatif : l'enjeu et les risques associés peuvent, si aucune action n'est entreprise ou si le risque n'est pas maîtrisé, empêcher le Groupe d'atteindre ses objectifs,
- Prioritaire : sans remettre en cause l'atteinte des objectifs du Groupe, l'enjeu et les risques associés nécessitent la mise en place d'actions spécifiques avec des moyens identifiés dédiés,
- Important : l'enjeu et les risques associés font partie des éléments traités habituellement par les différentes directions du Groupe,
- Non prioritaire : l'enjeu et les risques associés ont été identifiés sans nécessiter d'action de la part du Groupe ou sans que l'absence d'action ait un impact mesurable.

L'enjeu extra-financier identifié comme significatif par le Groupe porte sur l'accompagnement des différents acteurs du Groupe à la transformation de l'entreprise.

Les enjeux identifiés comme prioritaires par le Groupe sont les suivants :

- Valorisation et développement de notre capital humain : maintien du dialogue social, qualité de vie au travail et l'égalité de traitement ;
- Réduction de l'empreinte environnementale de nos sites, de nos produits et de nos fournisseurs : performance énergétique et gestion des déchets des sites, fabrication et utilisation des produits ;
- Etablissement de relations de confiance avec nos partenaires : sécurité des consommateurs, respect des Droits de l'Homme au niveau de la chaîne d'approvisionnement, lutte contre la corruption et le trafic d'influence.

L'évasion fiscale n'est pas considérée comme un enjeu majeur pour le Groupe, eu égard aux flux financiers et opérationnels essentiellement franco-français, à l'absence de filiales étrangères contrôlées par le Groupe Mr Bricolage et la tenue de sa comptabilité exclusivement en France.

Les paragraphes ci-après permettent d'approfondir chaque enjeu en présentant les actions menées sur l'année 2018 et les résultats obtenus.

IV.C. Enjeux sociaux

IV.C.1 Contexte Social

L'évolution du marché de la distribution implique un changement de stratégie pour l'enseigne. Depuis 2 ans, notre Groupe a entamé une grande transformation afin d'atteindre notre ambition de devenir le champion de la relation humaine.

Cette ambition nécessite la mise en œuvre :

- D'un accompagnement de la transformation de l'entreprise ;
- De la conduite du développement des Hommes ;
- De la valorisation du capital humain.

Deux nouvelles directions ont ainsi été créées pour accompagner la transformation de l'entreprise :

- Direction de la Transformation et de la Communication Corporate ;
- Direction du Capital Humain et de l'Innovation Sociale.

▪ **Effectif total au 31 décembre par catégorie (hors intérim et hors stagiaires)**

	2018				2017			
	Cadres	Maîtrises	Employés	Total	Cadres	Maîtrises	Employés	Total
Centrales	268	67	80	415	261	74	85	420
Logistique	22	28	107	157	24	26	107	157
Total SAR	290	95	187	572	285	100	192	577
Commerces	79	171	1 144	1 394	86	180	1 260	1 526
Total Groupe	369	266	1 331	1 966	371	280	1 452	2 103

Les collaborateurs des magasins qui sont en congés de reclassement sont exclus de ces données.

Au 31 décembre 2018, le Groupe Mr Bricolage emploie 1 966 collaborateurs. L'effectif global du Groupe est en diminution par rapport à 2017, où il était de 2 103 soit une diminution globale de 6,51%. Les effectifs au sein des Centrales sont en légère baisse (-1,19%) et même stable pour l'activité Logistique. En revanche, les effectifs des magasins diminuent de 8,65%, cela s'explique notamment par la réduction du périmètre.

▪ **Effectif moyen par catégorie et par activité (hors intérim et hors stagiaires)**

	2018	2017
Cadres	374	357
Maîtrises	270	289
Employés	1 394	1 524
Total Groupe	2 038	2 170

	2018	2017
Centrales	420	411
Logistique	159	163
Total SAR	579	574
Commerces	1 459	1 596
Total Groupe	2 038	2 170

L'effectif moyen annuel de l'entreprise est déterminé par année civile (du 1er janvier au 31 décembre), tous établissements confondus pris en compte comme indiqué dans la note méthodologique. Il est égal à la moyenne des effectifs mensuels divisée par 12 mois et calculé au prorata pour les acquisitions.

En cohérence avec la baisse d'effectifs au 31 décembre 2018, l'effectif moyen du Groupe Mr Bricolage est de 2038 en 2018 contre 2170 en 2017.

▪ **Licenciements et leurs motifs**

	Motif	2018	2017	Evolution
Centrales	Eco	7	13	-46%
	Autres	17	9	89%
Logistique	Eco	0	0	0%
	Autres	2	1	100%
Total SAR	Eco	7	13	-46%
	Autres	19	10	90%
Commerces	Eco	0	0	0
	Autres	54	44	23%
Total Groupe	Eco	7	13	-46%
	Autres	73	54	35%

Les licenciements économiques des Centrales sont liés au déménagement du site de MB3.0 de Bétheny vers Paris en 2017.

▪ Rémunérations totales et charges sociales

En milliers d'euros	2018	2017
Rémunération du personnel	54 559	60 327
Charges de Sécurité Sociale et de prévoyance	18 310	19 380
Charges liées aux régimes de retraite à cotisations définies	4 742	4 921
Participation et intéressement	97	206
Charges liées aux plans d'attribution d'actions gratuites	(179)	179
Crédit d'Impôt Compétitivité Emploi (CICE)	(1993)	(3359)
Autres	4 625	4 814
Total charges de personnel	80 161	86 467

Les charges de personnel entre 2017 et 2018 sont en légère baisse (-7,29 %) en cohérence avec la diminution des effectifs du Groupe.

IV.C.2 Accompagnement de la transformation de l'entreprise

IV.C.2a **Accompagnement des changements de comportements**

Le Contrat d'Engagement Serviabilité (CES) a été la première action engagée auprès des collaborateurs pour amorcer la transformation humaine au sein du siège social de Mr Bricolage SA. Accompagné par un cabinet extérieur, les directions ont défini la vision d'avenir de leurs métiers, les objectifs pour faire évoluer leurs compétences face aux évolutions du marché et ont construit ensemble un plan d'actions concret pour atteindre les ambitions définies. Pour insuffler une cohésion plus forte, l'ensemble des collaborateurs de Mr Bricolage SA ont participé à une journée de cohésion. Cette journée a permis de poursuivre les travaux relatifs à la transformation et d'impulser une dynamique de groupe. Suite au succès de cet évènement, une journée de cohésion a également été organisée pour la société MB Log. Afin de définir les actions à engager, un questionnaire destiné aux collaborateurs de Mr Bricolage SA, ainsi que des entretiens, ont été menés en fin d'année 2018.

En parallèle, le déploiement du nouveau concept de magasins a été lancé. Il implique notamment un changement des comportements et des postures des collaborateurs dans un nouvel environnement de travail. Des magasins pilotes sont ainsi passés au nouveau concept : Orléans (mars 2018), Parthenay et Avranches (juin 2018), Epernay (novembre 2018) et Achères (décembre 2018). Pour réussir cette transformation, des campagnes de sensibilisation ont été initiées dans le but de présenter aux collaborateurs des magasins le nouveau concept : nouveau mobilier, ambiance plus chaleureuse, espaces dédiés aux échanges, ... Ces campagnes ont pour objectifs de sensibiliser les collaborateurs à l'évolution du marché, aux changements d'habitudes des consommateurs, à appréhender la transformation de leurs métiers et ainsi répondre aux nouvelles attentes de nos clients qui cherchent plus qu'une transaction marchande lorsqu'ils se rendent en magasin.

Par la suite, des sessions de travail et des ateliers sont déclinés avec les équipes des magasins afin de coconstruire un plan d'actions pour mener à bien la transformation du magasin.

Ce travail d'accompagnement des collaborateurs est aujourd'hui mené par un cabinet extérieur et sera à termes conduit par les collaborateurs du Groupe eux-mêmes.

IV.C.2b Accompagnement de la transformation des métiers en faisant évoluer l'offre de formation

Au-delà de l'accompagnement des collaborateurs pour appréhender le nouveau concept de magasin, il convient aussi de faire évoluer les pratiques, notamment l'offre de formation. Un travail sera mené dès 2019 pour faire en sorte que celle-ci soit plus en phase avec la stratégie du Groupe, l'évolution des métiers et du marché de la distribution mais aussi devenir un outil plus agile et plus moderne. L'offre de formation permettra aux collaborateurs de développer leur employabilité en développant ou en acquérant de nouvelles compétences.

Ainsi, un ensemble de 18 formations seront révisées en priorité par notre organisme de formation I.FO.GE.CO pour répondre au mieux et au plus vite aux besoins des collaborateurs. A termes, l'ensemble du catalogue de formations proposées par le centre de formation du Groupe sera révisé.

IV.C.2c Intégration des nouveaux collaborateurs

L'intégration d'un nouveau collaborateur est une étape importante. L'objectif est de fidéliser les nouveaux collaborateurs, de leur donner une place dans l'entreprise et ainsi transformer ce recrutement en succès. La majorité des recrutements concerne les nouvelles générations qui demandent à être impliquées rapidement dans la stratégie de l'entreprise, de la comprendre et d'être en phase avec celle-ci.

C'est pourquoi, un nouveau processus d'intégration a été retravaillé pour l'ensemble des collaborateurs du Groupe, avec des outils chartés à notre identité visuelle. Le livret d'accueil a été refondu de manière à présenter la transformation de l'enseigne et en expliquer les grands axes. Ce livret est remis à l'ensemble des collaborateurs de Mr Bricolage SA et de MB Log et aussi disponible sur l'intranet du Groupe, le Comptoir notamment pour les collaborateurs des magasins.

Des outils innovants ont également été créés par notre organisme de formation. Des formations en e-learning seront déployées en 2019 et serviront notamment pour l'intégration des collaborateurs dans le Groupe.

IV.C.2d La solidarité dans l'ADN Mr.Bricolage

Afin de réenraciner dans le quotidien des collaborateurs l'une des valeurs fortes du Groupe, des actions sont menées pour permettre aux collaborateurs qui le souhaitent d'apporter leur aide sur des projets chers au Groupe Mr Bricolage.

Le partenariat avec la fondation I Loge You a permis en 2018 la rénovation d'une maison dans l'un des villages d'enfants de la fondation Action Enfance.

Des collaborateurs se sont également portés volontaires pour apporter leurs « Coups de main » à l'implantation du nouveau concept dans les magasins pilotes.

IV.C.3 Conduite du développement des Hommes

IV.C.3a Recrutement

Le Groupe Mr Bricolage recrute ses nouveaux collaborateurs en déployant sa politique de recrutement au niveau local pour répondre au maillage géographique spécifique et à la valeur proximité du Groupe.

Ainsi, l'image du Groupe a été mise en avant lors de salons ou forums consacrés à l'emploi, avec une participation à 30 salons de l'emploi partout en France.

Des actions de communication ont été menées tout au long de l'année sur des sites internet consacrés à l'emploi ou sur les réseaux sociaux, ou auprès des acteurs locaux spécialistes de l'emploi.

Plus de 800 annonces ont été diffusées sur le site mr-bricolage.com et sur différents sites d'emploi généralistes et spécialisés.

Plus de 31 000 candidatures ont été reçues et traitées pour répondre au mieux au besoin de recrutement des différentes entités du Groupe.

▪ Les embauches

Le Groupe Mr Bricolage a recruté 964 collaborateurs en 2018, en mettant en œuvre une politique de recrutement locale et de proximité.

Recrutements CDI	2018	2017	Evolution
Centrales	62	72	-14%
Logistique	12	22	-45%
Total SAR	74	94	-21%
Commerces	153	184	-17%
Total Groupe	227	278	-18%

Sur le périmètre Groupe dans son intégralité, le nombre de recrutements en CDD est en baisse par rapport à 2017 avec 737 recrutements en 2018, contre 881 en 2017.

Il est à noter que les recrutements CDI incluent les transformations de CDD en CDI et excluent les mutations et les transferts.

IV.C.3b Formation professionnelle - Renforcer les expertises métier et développer les talents

Le Groupe consacre un investissement majeur à la formation. La volonté du Groupe est que chaque collaborateur puisse être formé régulièrement, que ce soit dans le cadre de son expertise métier ou de son projet professionnel, afin d'envisager ensemble un avenir serein.

Formation 2018		Cadres		Maîtrises		Employés		Total		Total
		H	F	H	F	H	F	H	F	
Centrales	Stagiaires	180	115	7	36	14	37	201	188	389
	Heures de formation	1 643	1 288	91	429	197	259	1 931	1 975	3 906
Logistique	Stagiaires	9	1	6	2	18	17	33	20	53
	Heures de formation	130	7	53	21	173	130	356	158	514
Total SAR	Stagiaires	189	116	13	38	32	54	234	208	442
	Heures de formation	1 773	1 295	144	450	370	389	2 287	2 133	4 420
Commerces	Stagiaires	205	15	128	75	517	310	850	400	1 250
	Heures de formation	1 848	145	1 377	834	5 649	3 529	8 873	4 508	13 380
Total Groupe	Stagiaires	394	131	141	113	549	364	1 084	608	1 692
	Heures de formation	3 621	1 439	1 521	1 284	6 018	3 918	11 159	6 641	17 800

Sur le périmètre Groupe, on recense, en 2018, 1 692 stagiaires, ce qui correspond à un volume de 17 800 heures de formation. La durée moyenne d'une formation est d'un peu plus de 11 heures.

IV.C.4 Valorisation du capital humain

IV.C.4a Entretien des relations sociales

Le Groupe Mr Bricolage attache une grande importance aux relations collectives dans l'entreprise et favorise le dialogue avec les partenaires sociaux. Un Comité de Groupe, un Conseil d'Administration, des Comités d'Entreprise, des CHSCT et des DP composent l'arborescence de ce dialogue social au sein du Groupe Mr Bricolage.

Institué en 2005, le Comité de Groupe se réunit à raison de deux fois par an. Ce comité est informé de l'activité, de la situation financière, des enjeux sociaux et des perspectives économiques et sociales du Groupe.

L'année 2018 marque le passage au Comité Social et Economique (CSE) au sein des entités du Groupe. Pour rappel, le CSE est issu de l'ordonnance Macron du 22 septembre 2017. Cette instance unique vient remplacer les Délégués du Personnel, le Comité d'Entreprise et le CHSCT.

Ainsi, pour organiser le passage au CSE, des élections professionnelles se sont déroulées au sein de l'entité MB Log en fin d'année 2018. Ce dernier a été mis en place en décembre 2018.

Concernant l'entité SadeF, les mandats arrivaient à échéance en mars 2018. La direction a décidé de proroger d'une année supplémentaire les mandats en cours afin de négocier un accord de mise en place du CSE. Cet accord a été négocié sur le dernier trimestre de l'année 2018 et celui-ci a été signé par l'ensemble des organisations syndicales le 28 novembre 2018. Aujourd'hui, le processus électoral est en cours au sein de la société SadeF. Un accord sur le vote électronique a été signé, tout comme le protocole d'accord préélectoral.

Le Groupe met aussi un point d'honneur à bâtir un dialogue social riche et constructif avec les partenaires sociaux. De nombreux accords ont ainsi été négociés ces dernières années.

En 2016, un accord portant sur le « Contrat de Génération » a été signé pour 5 ans au niveau de l'activité logistique. Des plans d'actions favorisant l'insertion des jeunes, le maintien dans l'emploi des plus âgés ainsi que

la coopération intergénérationnelle sont entrés en vigueur au sein des sociétés Sadef et Mr Bricolage depuis le 1er janvier 2016.

Par ailleurs, l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes reste un objectif prioritaire pour le Groupe Mr Bricolage. Un accord majoritaire au sein de la société MB Log a été signé en 2016 pour une durée de 3 ans et un plan d'action a été mis en place au sein de la société Mr Bricolage applicable au 1er janvier 2016 pour une durée de 3 ans.

Le projet de modernisation du temps de travail initié depuis 2016 pour toutes les sociétés du Groupe a abouti à la signature d'un accord le 18 septembre 2018 pour la société Mr Bricolage. Cet accord est entré en vigueur le 1er janvier 2019. L'enjeu principal de cet accord est d'apporter de la flexibilité aux salariés avec des solutions innovantes sur la gestion du temps de travail et ainsi permettre à chacun des collaborateurs de trouver un équilibre entre sa vie privée et sa vie professionnelle.

La Mission Handicap continue son engagement et signe en octobre 2018 un nouvel accord avec les partenaires sociaux favorisant l'emploi des personnes en situation de handicap pour toutes les sociétés du Groupe.

De même, un nouvel accord relatif à l'intéressement d'une durée de 3 ans a été conclu en juin 2018 pour chacune des sociétés Mr Bricolage et MB Log. Cet accord renouvelle la volonté de l'entreprise de partager ses gains avec l'ensemble de ses collaborateurs.

De plus, sur l'année 2018, les NAO ont aussi été une étape importante dans le dialogue avec les partenaires sociaux qui a abouti à un accord NAO signé le 25 janvier 2018 au sein de la société Sadef.

Enfin, il faut noter également qu'en 2018, un administrateur salarié a été nommé au Conseil d'Administration représentant les collaborateurs. Cette mesure vise à favoriser la prise en compte du point de vue des salariés dans les délibérations des conseils et inversement, à aider l'appropriation par tous les salariés de la stratégie de l'entreprise.

IV.C.4b Garantir les conditions d'hygiène et de sécurité

Le Groupe Mr Bricolage porte une attention particulière à la santé et au bien-être de ses salariés et de ses clients. Dans les magasins, la démarche « sécurité » conduit à s'assurer de la mise à jour régulière de tous les documents uniques portant sur les risques professionnels.

En 2016, une étude portant sur l'évaluation des facteurs de pénibilité des collaborateurs a été menée au sein de chaque activité du Groupe. Cette évaluation réalisée par un cabinet extérieur a permis d'insérer, dans les documents uniques, les fiches d'identification des situations types d'exposition, poste par poste.

Depuis 2012, des indicateurs concernant les risques psycho-sociaux et la pénibilité ont été intégrés dans les documents uniques (en particulier pour les magasins, avec le nombre de salariés exposés à la poussière de bois, le nombre de salariés exposés au port de charges, ...).

Une cellule d'écoute vient compléter des actions de prévention des risques psycho-sociaux. Il s'agit d'un espace dédié pour échanger avec des professionnels de l'écoute et de l'accompagnement. Cette cellule est au service des sociétés Mr Bricolage et Sadef.

▪ Suivi des maladies professionnelles

Maladies professionnelles	2018	2017
Affections périarticulaires	6	3
Affections chroniques du rachis	2	0
Affections cutanées	1	0
Symptôme dépressif et nerveux	1	0
Syndrôme du canal carpien	0	0
Tendinopathie	0	2
Tenosynovite du poignet	0	0
Total	10	5

Au niveau du Groupe, le nombre de collaborateurs absents pour cause de maladie professionnelle était de 10 en 2018 (soit 0,51 % des effectifs), contre 5 en 2017.

Le nombre d'accidents avec arrêt comprend les accidents de travail et les accidents de trajet ainsi que les cas de rechute, si les périodes d'arrêt ne sont pas consécutives.

		Nombre d'accidents de travail/trajet avec arrêt	Nombre d'heures travaillées	Taux de fréquence	Nombre de jours perdus	Taux de gravité
Centrales	2017	3	626 014	4,79	45	0,07
	2018	2	753 250	2,66	57	0,08
Logistique	2017	10	279 060	35,83	232	0,83
	2018	9	273 721	32,88	180	0,66
Total SAR	2017	13	905 074	14,36	277	0,31
	2018	11	1 026 970	10,71	237	0,23
Commerces	2017	112	2 454 519	45,63	4 157	1,69
	2018	96	2 394 647	40,09	3 487	1,46
Total Groupe	2017	125	3 359 593	37,21	4 434	1,32
	2018	107	3 421 618	31,27	3 724	1,09

Au niveau du Groupe, le nombre d'accidents avec arrêt est en baisse (-14,40 % d'arrêts entre 2017 et 2018). Le nombre de journées de travail perdues est également en baisse (-16,01%).

IV.C.4c Améliorer la Qualité de vie au travail

Soucieux de porter une attention particulière à la qualité de vie au travail (QVT) des collaborateurs, le Groupe a initié une démarche QVT en 2018. Une réunion regroupant les partenaires sociaux et la gouvernance a permis de dégager plusieurs thématiques (égalité homme/femme, diversité, santé physique et morale, gestion des emplois et parcours professionnels, droit d'expression).

L'objectif de la démarche conduite avec l'aide d'un prestataire est de mesurer, au travers d'indicateurs, la perception qu'ont les collaborateurs de leurs conditions de travail. Cette démarche sera à poursuivre et à coconstruire sur l'année 2019 avec l'élaboration de plan d'actions.

La qualité de vie au travail réside également dans l'organisation spatiale des bureaux : au siège social la salle Entraide a été inaugurée en 2018. Cet espace collaboratif permet à chacun d'échanger dans un cadre convivial et chaleureux.

La signature d'un nouvel accord sur le temps de travail pour Mr Bricolage SA marque un changement également dans les habitudes de travail. Cet accord a permis de dépeussier un accord vieillissant en proposant des solutions innovantes. Ainsi, il permet aux collaborateurs de trouver un équilibre entre sa vie privée et professionnelle en apportant des conditions de travail plus favorable à l'épanouissement de chacun.

Une charte télétravail a été signée dans le cadre de cet accord. Depuis le 1er janvier 2019, chaque collaborateur a la possibilité de travailler à distance.

▪ Le travail et son organisation

	Motif	2018	2017	Evolution
Centrales	Temps plein	401	397	1,01%
	Temps partiel	14	23	-39,13%
Logistique	Temps plein	150	148	1,35%
	Temps partiel	7	9	-22,22%
Total SAR	Temps plein	551	545	1,10%
	Temps partiel	21	32	-34,38%
Commerces	Temps plein	1 265	1 400	-9,64%
	Temps partiel	129	126	2,38%
Total Groupe	Temps plein	1 816	1 945	-6,63%
	Temps partiel	150	158	-5,06%

Sur le périmètre des Centrales et de la Logistique, le travail à temps partiel représente 3,67 %. La proportion d'effectifs en temps partiel est légèrement en baisse par rapport à 2017, où elle concernait 5,55 % des effectifs. La majorité des temps partiels des Centrales correspond à des congés parentaux.

Sur le périmètre Commerces, l'effectif à temps partiel est en légère hausse par rapport à 2017 : 9,25 % contre 8,26 % en 2017. Comme pour les années antérieures, la majorité des emplois à temps partiel concerne les postes en caisse.

Enfin, au niveau du Groupe, la proportion d'effectifs en temps partiel augmente très légèrement (7,63 % des

effectifs en 2018, contre 7,51 % en 2017).

▪ Absentéisme

Nombre d'heures d'absence/ effectif moyen	Année	Maladie	Accident de travail/trajet et maladie	Maternité	Autres*	Total
Centrales	2017	45	1	21	4	71
	2018	38	1	15	7	61
Logistique	2017	74	8	5	9	96
	2018	71	6	4	10	90
Total SAR	2017	54	3	16	5	78
	2018	47	2	12	8	69
Commerces	2017	87	16	11	12	126
	2018	82	28	7	11	128
Total Groupe	2017	78	12	12	11	113
	2018	72	20	9	10	111

L'absentéisme moyen du Groupe Mr Bricolage reste stable avec 111 heures d'absence par effectif moyen (113 heures en 2017). Le principal motif demeure la maladie.

IV.C.4d Respecter l'égalité de traitement

▪ Egalité et parité hommes-femmes :

Il existe des commissions pour mesurer l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, issues de différents accords sur l'égalité professionnelle pour les sociétés Mr Bricolage et SadeF, réaffirmant l'engagement du Groupe dans ce domaine. Ce sujet est abordé au cours des séances du Comité d'Entreprise (CE), consacrées au plan de formation, au bilan de formation, au bilan social ou encore à la présentation du rapport de situation comparée entre les hommes et les femmes.

Dans le but de poursuivre une politique d'égalité de traitement et de vérifier son application, des indicateurs et objectifs ont été définis au travers de plans d'actions (pour les sociétés Mr Bricolage et SadeF) et sous la forme d'un nouvel accord signé en 2015 pour la société MB Log.

Effectif total par sexe au 31/12	2018				2017				
	Cadres	Maîtrises	Employés	Total	Cadres	Maîtrises	Employés	Total	
Centrales	H	153	16	21	190	155	16	23	194
	F	115	51	59	225	106	58	62	226
Logistique	H	14	19	77	110	16	19	76	111
	F	8	9	30	47	8	7	31	46
Total SAR	H	167	35	98	300	171	35	99	305
	F	123	60	89	272	114	65	93	272
Commerces	H	68	93	571	732	75	98	629	802
	F	11	78	573	662	11	82	631	724
Total Groupe	H	235	128	669	1 032	246	133	728	1 107
	F	134	138	662	934	125	147	724	996
		369	266	1 331	1 966	371	280	1 452	2 103

La proportion de femmes dans l'effectif total reste stable avec un taux 47,51 % en 2018 (47,36% en 2017).

La répartition entre les hommes et les femmes et leur représentation dans les catégories socio-professionnelles sont fortement corrélées à la typologie des activités du Groupe.

Ainsi au sein des Centrales, on compte 54,22 % de femmes dans l'effectif total (53,81 % en 2017) et 51,11 % d'entre elles sont cadres (46,90 % en 2017).

A l'inverse, sur l'activité Commerces, la répartition est de 47,49 % de femmes contre 52,51 % d'hommes (les proportions étaient de 47,44 % de femmes et 52,56 % d'hommes en 2017). La proportion de femmes cadres dans cette activité est très faible (1,66 %).

A contrario, les femmes ne représentent que 29,94 % de l'effectif total de l'activité logistique (29,30 % en 2017) et 17,02 % d'entre elles sont cadres.

▪ **Handicap :**

Le Groupe Mr Bricolage poursuit les actions déjà engagées en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap. Le nouvel accord Handicap négocié au cours de l'année 2018 et signé en octobre dernier a redéfini les engagements du Groupe dans ce domaine : le recrutement, l'insertion-formation, le maintien dans l'emploi, le recours au secteur protégé, la communication-sensibilisation, les partenariats. Des objectifs et indicateurs ont été mis en place afin d'améliorer encore d'avantage la politique Handicap du Groupe, de répondre à l'obligation légale d'emploi et d'améliorer la marque employeur, notamment l'image d'entreprise handi-accueillante.

Ce nouvel accord a été soumis à la DIRECCTE pour sa mise en application.

D'autres actions ont également été réalisées en 2018 :

- Journée nationale de l'audition le 8 mars 2018 : mise à disposition d'une borne interactive de tests auditifs pour les collaborateurs du siège social ;
- Participation de la Mission Handicap Mr.Bricolage à un réseau de référents sur le Loiret : partage d'expériences et bonnes pratiques ;
- Participation au forum emploi handicap d'Orléans en novembre 2018 ;
- Mise en place d'un Handidéj'MB à Montereau : matinée de rencontre de candidats en recherche d'emploi et en situation de handicap ;
- Réalisation de quelques communications : « à quoi sert la RQTH ? », « Différence entre incapacité, invalidité et inaptitude », ...
- Recours au secteur protégé : impression et mise sous pli des bulletins de salaires du Groupe par une entreprise adaptée.

	Reconnaissance	2018	2017
Centrales	Sécurité sociale	0	0
	CDDAPH	8	9
Logistique	Sécurité sociale	1	1
	CDDAPH	5	5
Total SAR	Sécurité sociale	1	1
	CDDAPH	13	14
Commerces	Sécurité sociale	15	19
	CDDAPH	75	94
Total Groupe	Sécurité sociale	16	20
	CDDAPH	88	108

CDDAPH = Commission Départementale des Droits et de l'Autonomie des Personnes Handicapées

▪ **Emploi des seniors et des moins de 26 ans :**

Depuis 2009, la gestion des carrières des seniors, l'insertion des jeunes dans leur premier emploi et la coopération intergénérationnelle s'inscrivent dans les priorités du Groupe Mr Bricolage. En 2016, la société MB Log a signé un accord « Contrat de Génération » pour 5 ans, prévoyant des actions pour l'insertion des jeunes (moins de 26 ans et moins de 30 ans pour les jeunes ayant une reconnaissance de travailleur handicapé), le maintien dans l'emploi et l'embauche des seniors (seuil défini à 50 ans et plus) et la transmission des savoirs entre les générations. Les autres sociétés du Groupe ont mis en place des plans d'actions pour 3 ans, dans lesquels sont abordés notamment l'insertion durable des jeunes, le recrutement et maintien dans l'emploi des seniors, le parrainage, les dispositifs d'alternance et d'aide à la mobilité.

Moins de 26 ans 50 ans et plus		2018		2017	
		Nombre	%	Nombre	%
Centrales	Moins de 26 ans	39	9,40%	36	8,57%
	50 ans et plus	60	14,46%	56	13,33%
Logistique	Moins de 26 ans	10	6,37%	10	6,37%
	50 ans et plus	44	28,03%	47	29,94%
Total SAR	Moins de 26 ans	49	8,57%	46	7,97%
	50 ans et plus	104	18,18%	103	17,85%
Commerces	Moins de 26 ans	112	8,03%	108	7,08%
	50 ans et plus	414	29,70%	432	28,31%
Total Groupe	Moins de 26 ans	161	8,19%	154	7,32%
	50 ans et plus	518	26,35%	533	25,44%

Au sein du Groupe, 8,19 % des collaborateurs ont moins de 26 ans (7,32 % en 2017), et 26,35 % ont 50 ans et plus (25,44 % en 2017).

Cette répartition diffère selon les activités : les collaborateurs de moins de 26 ans sur l'activité Commerces sont représentés dans la même proportion qu'au sein du Groupe (8,03 % des effectifs), à comparer à la moyenne du Groupe qui est à 8,19 %. Les collaborateurs de 50 ans et plus sont nombreux au sein de l'activité Logistique, où ils représentent 28,03 % des effectifs. En revanche, sur le périmètre des Centrales, la part des seniors, soit 14,46 %, est en deçà de la moyenne du Groupe (26,35 %).

IV.D. Enjeux environnementaux

IV.D.1 Définition de la politique environnementale

IV.D.1a Règle d'organisation

Le Groupe Mr Bricolage n'a pas de service strictement dédié à la gestion de la protection de l'environnement. La responsabilité échoit par délégation pour partie à la Direction Logistique, à la Direction des Réseaux et au Secrétariat Général. Pour assurer la pérennité et la coordination des projets, notamment dans les domaines de l'environnement, le responsable développement durable centralise et répercute les informations sur les projets, veille au suivi des réglementations et assure la promotion des divers aspects des démarches environnementales dans le Groupe Mr Bricolage.

IV.D.1b Evaluation des enjeux environnementaux

Le Groupe a défini sa stratégie environnementale pour aider à la lutte contre le réchauffement climatique et adapter ses activités pour réduire les risques liés à celui-ci.

Dans ce cadre, une étude a été menée en 2012 par le Groupe Mr Bricolage sur ses émissions de gaz à effet de serre en se basant sur les données d'activités de l'année 2011. Le périmètre de cette étude était limité aux scopes 1 et 2 de la norme ISO 14 064 en appliquant la méthode du bilan carbone.

Suite à ce premier constat, le Groupe Mr Bricolage s'est donné comme ambition de suivre ses émissions de manière périodique afin de vérifier les effets des actions menées pour réduire les impacts de ses activités sur le réchauffement climatique. Afin de prendre en compte l'ensemble des impacts, une étude plus poussée a été menée en 2013 sur les trois scopes de la norme en appliquant toujours la méthode du bilan carbone.

L'enseignement principal de cette étude a été l'évaluation de la part très importante (95.16%) des émissions liées aux produits vendus dans les magasins sur l'ensemble des émissions du Groupe Mr Bricolage. Mis à part le poste « Produit », la répartition des émissions par grandes catégories d'activités est la suivante :

- fret : 44 % (scope 3),
- déplacements : 31 % (scope 3),
- autres (immobilisations, déchets directs, ...) : 22 % (scope 3),
- et énergie : 3 % (scopes 1 et 2).

Les enjeux présentés dans les paragraphes ci-après ont donc été définis à partir de cette évaluation. Les plans d'actions de la politique environnementale du Groupe sont établis pour limiter les émissions des postes identifiés. Les émissions liées aux produits étant les plus importantes, ce poste est déterminé comme prioritaire et fait donc l'objet d'actions suivies chaque année.

Le montant global des dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité de la société sur l'environnement n'est pas identifiable.

Au titre de l'exercice 2018, le Groupe Mr Bricolage n'a constitué aucune provision ou garantie pour risques en matière d'environnement, n'a versé aucune indemnité suite à des actions en réparation de dommage, ni indemnité en exécution d'une décision judiciaire en matière d'environnement, n'a été l'objet d'aucune action menée en réparation de dommages causés à l'environnement.

IV.D.2 Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués

Le Groupe Mr Bricolage ne fabrique pas directement les produits qu'il vend dans ses réseaux de magasins. Il référence pour cela des fournisseurs qui fabriquent ou importent les produits. Le Groupe Mr Bricolage ne consomme donc pas directement de matières premières et ne conçoit pas les produits.

Le Groupe a toutefois un rôle majeur dans les critères de choix de ces produits. Par sa position privilégiée vis-à-vis des fournisseurs, le Groupe peut influencer leur manière d'appréhender les enjeux environnementaux et provoquer des changements de comportements sources d'innovations et de gains mutuels. Des plans d'actions ont donc été mis en œuvre pour évaluer et maîtriser les impacts sur l'environnement des différentes gammes de produits et surtout ouvrir le dialogue sur ces enjeux entre les interlocuteurs internes du Groupe et les fournisseurs de produits.

IV.D.2a Analyse environnementale des produits

L'ensemble des gammes de produits proposées dans le réseau Mr.Bricolage est concerné par la recherche de réduction de leurs impacts sur l'environnement et le respect des populations sur les lieux de fabrication. Les cahiers de charges pour le référencement des produits auprès des fournisseurs sont améliorés pour renforcer les exigences dans ces domaines.

Pour parvenir à ce résultat, le Groupe mobilise ses interlocuteurs internes en les sensibilisant aux enjeux environnementaux. Les collaborateurs de la Direction Commerciale, et notamment les acheteurs, ont été formés aux enjeux portant spécifiquement sur les produits. Des ateliers sont organisés chaque année pour réactualiser les informations sur les enjeux, suivre les avancés des plans d'action définis et établir les feuilles de routes pour les périodes suivantes.

Des outils de collecte de données et d'évaluation environnementale ont été élaborés et utilisés sur certaines gammes de produits afin d'identifier leurs risques environnementaux. Grâce à la mise en place de ces outils, les impacts de chaque étape du cycle de vie des produits sont évalués : la consommation de matières premières pour fabriquer le produit et son emballage, le transport nécessaire pour acheminer le produit jusqu'au magasin, l'utilisation d'énergie au cours de la vie du produit par le client, et la gestion de sa fin de vie. Cela permet de prioriser les actions sur l'étape la plus impactante et ainsi concentrer les actions d'amélioration sur ce qui aura le plus de rentabilité. Le déploiement de ces outils sur de plus en plus de gammes de produits permet au Groupe d'avoir une vision plus complète et déterminer des synergies possibles sur des problématiques touchant différentes gammes de produits.

Ces résultats servent aussi à ouvrir le dialogue avec les fournisseurs pour modifier la conception, la fabrication ou les sources d'approvisionnement des matières des produits référencés par le Groupe. Chaque étape importante des relations avec les fournisseurs permet d'échanger sur ces thématiques. Le Groupe Mr Bricolage ayant décidé une transformation complète de son offre, les changements de gammes sont l'occasion de faire savoir les engagements du Groupe dans ces domaines et de permettre aux fournisseurs de présenter leurs propres avancés sur ces sujets.

D'autres parties prenantes sont progressivement incluses dans le périmètre des plans d'actions afin de bénéficier d'études approfondies, de retours d'expérience, d'outils et méthodes ou même de soutiens financiers et opérationnels. Par exemple, les organismes comme l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) ou les CCI (Chambres de commerce et d'industrie) ont été rencontrés pour présenter la démarche de Mr Bricolage. Les éco-organismes, en charge de la fin de vie des produits, sont également une ressource que le Groupe cherche de plus en plus à utiliser pour leurs compétences en termes d'éco-conception des produits et de leurs emballages ainsi que pour leur rôle dans le domaine de l'économie circulaire.

IV.D.2b Gestion responsable de nos approvisionnements en bois

Le Groupe Mr Bricolage a décidé en 2016 de renforcer sa politique en matière d'approvisionnement en bois utilisé dans ses produits. L'objectif de cette politique est de connaître et d'améliorer les sources d'approvisionnement en bois des fournisseurs référencés quelle que soit la gamme de produits concernée. Elle participe également à préserver la biodiversité en interdisant l'utilisation d'essences de bois considérées comme menacées pour la CITES (Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages) et l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature).

Pour poser cette politique, le Groupe a mis en place des partenariats avec trois organismes reconnus dans ce domaine :

- Earthworm Foundation (anciennement TFT - The Forest Trust),
- FSC® - Forest Stewardship Council,
- PEFC™ - Programme for the Endorsement of Forest Certification.

Ces partenariats permettent de toujours veiller au respect des règles d'approvisionnement responsable des fournisseurs du Groupe ainsi qu'à l'accompagnement des acteurs internes et externes (acheteurs, magasins, fournisseurs, ...).

Le partenariat avec Earthworm Fondation a été initié en 2008. Les plans d'actions ont permis de définir une méthodologie de contrôle renforcée pour certaines filières d'approvisionnement. Les moyens de contrôle au plus près des lieux de production, ainsi que la veille constante de notre partenaire, garantissent une maîtrise des approvisionnements en bois de nos produits.

Avec le FSC®, l'accent a été mis sur les procédures de validation des communications du Groupe (catalogues promotionnels...) pour garantir l'usage correct de la licence de marque FSC®. Cela renforce la visibilité de l'engagement du Groupe auprès de ses clients. En 2018, un représentant du FSC® est venu présenter aux interlocuteurs internes la démarche de certification forestière et les points importants à respecter dans l'utilisation de la licence de marque.

Plusieurs ateliers de sensibilisation des clients particuliers ont été réalisés en 2018 avec le soutien du PEFC™ dans des magasins sous enseigne Mr.Bricolage. La création d'éléments de décoration à partir de bois certifié PEFC™ a été le moyen de sensibiliser les clients à la nécessité de protéger nos forêts.

Le respect des référentiel FSC® et PEFC™ comme critère de choix des produits référencés permet également au Groupe Mr Bricolage de garantir le respect des travailleurs, des populations locales et des peuples autochtones sur les plantations et usines d'où provient le bois.

Le Groupe développe également un partenariat avec l'ONF (Office national des forêts). Cela permet de marquer l'ancrage local du Groupe en participant à la revitalisation de forêts dans les régions au plus près des clients de nos magasins. En 2018, 10 000 arbres ont été plantés sur une parcelle de la Forêt du Gâvre (proche de l'agglomération Nantaise). Une communication est prévue dans les magasins de la région dans le double objectif de faire connaître les engagements du Groupe auprès des clients mais également de donner les outils nécessaires aux conseillers pour mettre en avant les produits respectueux de l'environnement.

IV.D.2c Promotion de la rénovation énergétique des logements

La refonte de certaines gammes de produits met en avant des solutions permettant les économies d'énergie, comme par exemple les équipements de chauffage au bois. Afin de garantir leur qualité et leur fiabilité, des labels reconnus (Flamme verte 4 ou 5 étoiles) ont été retenus dans les critères de référencement de ces produits.

Une autre manière pour le Groupe de contribuer à la maîtrise des consommations énergétiques de ses clients a été la mise en place en 2012 du programme Bricoprime. Ce programme Bricoprime était en place pour inciter nos clients à réaliser des travaux d'économies d'énergie. Pour l'installation de certains équipements (chauffage, isolation, ...), Le Groupe versait une prime aux clients sous forme de cartes cadeaux utilisables dans les magasins Mr.Bricolage.

Le programme a été développé en 2018 pour donner plus d'outils d'aide aux clients particuliers souhaitant réaliser des travaux de rénovation de leur logement, mais ne sachant pas toujours par quoi commencer ou comment financer ces travaux.

Le site www.renovation-mrbricolage.fr a été mis en ligne pour regrouper tous les outils développés pour aider nos clients à rénover leur habitat :

- Le diagnostic énergétique : cet outil permet à partir de quelques questions simples sur l'état du logement de déterminer les travaux à entreprendre pour faire des économies d'énergie. Le client obtient une liste de travaux personnalisée avec pour chacun les économies réalisables.
- Les aides financières : face aux coûts des travaux, les clients recherchent tous les moyens de les financer. Les aides et subventions possibles (crédit d'impôts, prime énergie, Eco-prêt à taux 0%) sont simulées en fonction de leur situation et des travaux à réaliser.
- La Bricoprime : le programme initial perdure en donnant une prime aux clients réalisant certains travaux (installation de poêle à bois ou isolation...). La prime est toujours majorée pour les foyers répondant à certaines conditions de revenus permettant de lutter contre le phénomène de précarité énergétique.
- La renégociation des contrats d'énergie : les factures d'énergie (électricité, gaz) sont de plus en plus élevées. Pour permettre aux clients de dégager des gains financiers, un module propose de renégocier leurs contrats avec les fournisseurs d'énergie.

Pour mettre en avant ce nouveau programme, une opération promotionnelle a été menée fin 2018 permettant l'achat groupé d'énergie. Pour la première fois, le Groupe organise une négociation de l'ensemble des clients et collaborateurs inscrits préalablement sur le site. Les négociations ont permis de proposer des offres exclusives avec des gains sur les factures d'électricité et de gaz plus importants que ceux constatés sur le marché. La période de souscription se poursuit sur le début de l'année 2019. Toutefois, les résultats obtenus à fin 2018 permettent déjà de valider le renouvellement de cette action d'achat groupé en 2019.

IV.D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des sites du Groupe

IV.D.3a Performance énergétique des bâtiments

Le Groupe Mr Bricolage s'est fixé des objectifs de maîtrise et d'économies d'énergie pour ses réseaux de magasins. Ils valent autant pour les magasins existants que pour la conception des futurs établissements.

Ces objectifs se concrétisent par la mise à disposition d'outils d'information et de sensibilisation à destination aussi bien des magasins que des interlocuteurs internes. Le « Guide des économies d'eau et d'énergie pour mon magasin » reprend l'ensemble des zones d'activités du magasin et propose des solutions techniques ou organisationnelles sur sa conception, son éclairage, sa ventilation, ... Ce guide présente également des solutions pour aller encore plus loin comme l'utilisation d'énergies renouvelables. Conçu pour initier le dialogue sur les problématiques de consommations de ressources, il est complété par des fiches ou des documents de préconisation spécifiques à chaque problématique permettant d'aller plus loin dans la recherche de solutions adaptées aux magasins. Un outil d'autodiagnostic permet quant à lui à tout responsable de magasin d'établir un

point de sa situation concernant les impacts sur l'environnement, les conformités réglementaires, la sécurité de son magasin, ... A chaque étape, des rappels ou pistes d'amélioration sont proposés pour aider à établir un plan d'actions cohérent.

Avec la fin des tarifs réglementés d'énergie en 2015, la renégociation de tous les contrats de fourniture d'électricité et de gaz a été entreprise. L'appel d'offres lancé pour toutes les entités du Groupe Mr Bricolage (services aux réseaux, magasins intégrés) et pour les magasins adhérents a permis de mutualiser les volumes pour négocier dans les meilleures conditions avec les fournisseurs d'énergie. Après l'électricité en 2017, un nouvel appel d'offres a été lancé durant l'année 2018, pour renégocier les tarifs des contrats de fourniture de gaz. Dans un contexte de marché de l'énergie fluctuant, le travail de sensibilisation des responsables de magasins se poursuit pour les accompagner dans des actions de réduction de leurs consommations.

Pour améliorer la maîtrise des consommations électriques, l'accent a été mis depuis plusieurs années sur la rénovation de l'éclairage des magasins. Des équipements basés sur la technologie LED adaptés aux besoins des magasins du Groupe ont été référencés. Ce référencement a été complété par un partenariat avec un groupement d'installateurs permettant la mise en place de ces équipements sur toute la France. Des solutions de financement à long terme avantageuses ont également été négociées. Tous ces éléments permettent de présenter aux magasins un dossier « clé en main » pour la rénovation de leur éclairage avec un retour sur investissement court.

Les consommations d'énergie consolidées pour l'année 2018 sont les suivantes :

	Consommation	Nombre de sites	Surface totale concernée	Ratio 2018	Ratio 2017	Ratio 2016
SERVICES AUX RESEAUX						
Electricité	2 363 512 kWh	4 Sites	46 677 m ²	50,64 kWh/m ²	50,84 kWh/m ²	49,62 kWh/m ²
Gaz	1 563 809 kWh	3 Sites	46 089 m ²	33,93 kWh/m ²	29,67 kWh/m ²	28,29 kWh/m ²
COMMERCES						
Electricité	20 097 853 kWh	61 Sites	271 183 m ²	74,11 kWh/m ²	77,14 kWh/m ²	77,99 kWh/m ²
Gaz	9 943 885 kWh	41 Sites	186 889 m ²	53,21 kWh/m ²	49,13 kWh/m ²	49,78 kWh/m ²
TOTAL						
Electricité	22 461 365 kWh	65 Sites	317 860 m ²	70,66 kWh/m ²	73,40 kWh/m ²	74,25 kWh/m ²
Gaz	11 507 694 kWh	44 Sites	232 978 m ²	49,39 kWh/m ²	45,58 kWh/m ²	46,28 kWh/m ²
SITES NON COMPARABLES						
SERVICES AUX RESEAUX ET COMMERCES RESEAU MR BRICOLAGE				COMMERCES RESEAU BRICONAUTES		
Electricité	504 415 kWh	2 Sites		Electricité	50 003 kWh	1 Site
Gaz	1 182 345 kWh	5 Sites		Gaz	164 179 kWh	1 Site

* La définition de « Sites non comparables » est donnée dans la note méthodologique.

L'électricité est principalement utilisée pour couvrir les besoins d'éclairage mais également d'alimentation des équipements (découpe du bois et du verre, ...), de rafraîchissement d'air et dans une moindre mesure de chauffage. Le gaz est lui essentiellement utilisé pour les besoins de chauffage.

La consommation d'électricité des sites comparables s'élève en 2018 à 22,46 GWh pour 65 sites, contre

24,11 GWh pour 67 sites l'année précédente. Le ratio de consommation de gaz passe de 45,58 kWh/m² en 2017 à 49,39 kWh/m² en 2018, soit une augmentation de 8,37%.

IV.D.3b Gestion des déchets

Les activités des sites génèrent deux types de déchets :

- les déchets non dangereux dont les déchets industriels banals (carton, plastique, ...) et les déchets inertes (gravats, ...);
- et les déchets dangereux (piles, accumulateurs, pots de peintures, produits chimiques, emballages souillés, équipements électriques et électroniques, ...).

L'objectif du Groupe Mr Bricolage dans la gestion des déchets produits ou récupérés auprès des clients demeure l'amélioration constante des points suivants :

- le respect de la réglementation en vigueur ;
- la gestion centralisée des prestataires d'enlèvement et de traitements des déchets pour un meilleur suivi et standardisation des démarches administratives ;
- le tri des différents déchets valorisables, tels que le carton, le plastique ou le bois, non plus uniquement en centres agréés mais directement sur les sites quand les conditions le permettent ;
- les solutions économiques et écologiques en capitalisant sur les bonnes pratiques de chaque entité et en recherchant des prestataires plus proches du site (réduction des trajets, ...).

Ces objectifs sont en cohérence avec la notion d'économie circulaire remis sur le devant de la scène ces dernières années. Le Groupe Mr Bricolage reste ouvert aux sollicitations de ses partenaires pour ainsi développer la collecte et la valorisation de ses déchets pour leur donner une seconde vie.

Il est à noter que les activités du Groupe Mr Bricolage ne génèrent que très peu de déchets alimentaires. Seul un site possède un service de restauration intégré. Sinon les autres sites peuvent avoir des espaces dédiés à la restauration où l'alimentation est apportée par les collaborateurs ou disponible via des distributeurs automatiques. La lutte contre le gaspillage alimentaire n'a donc pas fait l'objet de plans d'actions spécifiques dans le Groupe.

▪ Déchets non dangereux

Les indicateurs consolidés de la production de déchets non dangereux pour l'année 2018 sont les suivants :

	Tonnage		Nombre de sites	Surface totale concernée	Ratio 2018	Ratio 2017	Ratio 2016
SERVICES AUX RESEAUX							
Ensemble des déchets	378,93 T		3 Sites	46 089 m ²	8,22 kg/m ²	7,85 kg/m ²	8,31 kg/m ²
Déchets Industriels Banals non triés	110,16 T		3 Sites	46 089 m ²	2,39 kg/m ²	2,38 kg/m ²	2,80 kg/m ²
Carton	245,52 T		3 Sites	46 089 m ²	5,33 kg/m ²	5,03 kg/m ²	5,06 kg/m ²
Plastique	0 T		0 Site	0 m ²	0,00 kg/m ²	0,00 kg/m ²	0,01 kg/m ²
Bois	8,52 T		1 Site	6 894 m ²	1,24 kg/m ²	0,44 kg/m ²	0,54 kg/m ²
Gravats et autres déchets inertes	0,84 T		1 Site	17 200 m ²	0,05 kg/m ²	0,00 kg/m ²	1,05 kg/m ²
Autres déchets triés	13,89 T		2 Sites	24 094 m ²	0,58 kg/m ²	0,40 kg/m ²	0,40 kg/m ²
Taux de tri sur site					70,93 %	69,66 %	66,31 %
COMMERCES							
Ensemble des déchets	4 313,10 T		59 Sites	271 566 m ²	15,88 kg/m ²	15,24 kg/m ²	14,92 kg/m ²
Déchets Industriels Banals non triés	2 822,68 T		58 Sites	269 666 m ²	10,47 kg/m ²	10,40 kg/m ²	10,41 kg/m ²
Carton	622,85 T		49 Sites	236 132 m ²	2,64 kg/m ²	2,68 kg/m ²	2,78 kg/m ²
Plastique	3,01 T		2 Sites	12 064 m ²	0,25 kg/m ²	0,14 kg/m ²	0,30 kg/m ²
Bois	547,37 T		18 Sites	102 494 m ²	5,34 kg/m ²	4,94 kg/m ²	4,16 kg/m ²
Gravats et autres déchets inertes	107,51 T		8 Sites	60 848 m ²	1,77 kg/m ²	2,05 kg/m ²	2,71 kg/m ²
Autres déchets triés	209,67 T		18 Sites	102 264 m ²	2,05 kg/m ²	1,26 kg/m ²	0,71 kg/m ²
Taux de tri sur site					34,56 %	31,74 %	30,55 %
TOTAL							
Ensemble des déchets	4 692,03 T		62 Sites	317 655 m ²	14,77 kg/m ²	14,20 kg/m ²	14,11 kg/m ²
Déchets Industriels Banals non triés	2 932,84 T		61 Sites	315 755 m ²	9,29 kg/m ²	9,28 kg/m ²	9,49 kg/m ²
Carton	868,37 T		52 Sites	282 221 m ²	3,08 kg/m ²	3,04 kg/m ²	3,09 kg/m ²

Plastique	3,01 T	2 Sites	12 064 m ²	0,25 kg/m ²	0,14 kg/m ²	0,24 kg/m ²
Bois	555,89 T	19 Sites	109 388 m ²	5,08 kg/m ²	4,07 kg/m ²	3,96 kg/m ²
Gravats et autres déchets inertes	108,35 T	9 Sites	78 048 m ²	1,39 kg/m ²	2,05 kg/m ²	2,51 kg/m ²
Autres déchets triés	223,56 T	20 Sites	126 358 m ²	1,77 kg/m ²	1,05 kg/m ²	0,63 kg/m ²
Taux de tri sur site	37,49 %			34,68 %	33,10 %	

SITES NON COMPARABLES

SERVICES AUX RESEAUX ET COMMERCE RESEAU MR BRICOLAGE			COMMERCE RESEAU BRICONAUTES		
Ensemble des déchets	93,89 T	1 Site	Ensemble des déchets	17,95 T	1 Site
Déchets Industriels Banals non triés	83,11 T	1 Site	Déchets Industriels Banals non triés	11,30 T	1 Site
Carton	3,00 T	1 Site	Carton	0,00 T	0 Site
Plastique	0,00 T	0 Site	Plastique	0,00 T	0 Site
Bois	6,86 T	1 Site	Bois	0,00 T	0 Site
Gravats et autres déchets inertes	0,00 T	0 Site	Gravats et autres déchets inertes	6,65 T	1 Site
Autres Déchets triés	0,92 T	1 Site	Autres Déchets triés	0,00 T	0 Site

Le ratio de production de l'ensemble des déchets pour les sites de Commerces comparables a augmenté en passant de 15,24 kg/m² (soit 4 300 tonnes pour 61 sites) en 2017 à 15,88 kg/m² (soit 4 313 tonnes pour 59 sites) en 2018.

Le carton reste le déchet le plus trié dans les sites avec 83 % des sites de Commerces comparables. Le carton représente une part de près de 14.5 % du total des déchets non dangereux produits. Le bois garde la deuxième place avec 12.7 % du tonnage total de déchets non dangereux.

Le taux des déchets triés directement sur place dans les sites de Commerces comparables est de 34,56% (+8,87% par rapport à 2017).

▪ Déchets dangereux

Les déchets dangereux sont générés en faibles quantités sur les sites du Groupe Mr Bricolage. La majorité des volumes communiqués ci-dessous est issue de la collecte auprès des clients (déchets d'équipements électriques et électroniques et piles/accumulateurs).

En 2018, 50 sites du Groupe ont fait traiter 44,12 tonnes de déchets dangereux. Le ratio de production de déchets dangereux baisse à 0,17 kg/m² en 2018 contre 0,18 kg/m² en 2017.

Le Groupe est en partenariat avec l'éco-organisme ESR. Cet organisme regroupe depuis 2018 les activités de collecte et de recyclage d'Eco-Systèmes pour les DEEE (Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques) ménagers et de Recylum pour les DEEE professionnels, les lampes et les petits extincteurs. Les équipements électriques et électroniques contiennent souvent des substances ou composants polluants pour l'environnement. Mais ils comportent également un fort potentiel de recyclage des matériaux qui les composent. En adhérant à ces éco-organismes et en soutenant leurs démarches, le Groupe participe à la réduction des impacts environnementaux de la fin de vie des produits, à la préservation des ressources naturelles et à la création d'emplois et d'un savoir-faire industriel dans le secteur du recyclage en France, tout en assurant la traçabilité de ces déchets considérés comme dangereux. Ces éco-organismes jouent également leur rôle dans le domaine de l'économie circulaire.

44 sites sont en convention directement pour bénéficier des solutions d'Eco-Systèmes et 60 sites avec Recylum. Certains sites de Commerces ont une solution de collecte des déchets électriques et électroniques en passant par des magasins de regroupement qui ont une convention avec les éco-organismes ou par d'autres centres de collecte (déchetteries, prestataires spécialisés, ...) pour se défaire de ce type de déchets. Le tonnage de déchets électriques et électroniques collectés sur les sites de Commerces comparables passe de 23,97 tonnes pour 33 sites en 2017 à 18,76 tonnes pour 33 sites en 2018.

La collecte des piles et accumulateurs s'élève en 2018 à 3,45 tonnes pour 20 sites de Commerces comparables. Le ratio reste identique aux années précédentes à 0,04 kg/m².

Les parts des différents déchets par rapport au total de déchets dangereux produits en 2018 sont :

- 48,28 % pour les déchets d'équipements électriques et électroniques,
- 32,73 % pour les pots de peintures, colles ou vernis,
- et 7,98 % pour les piles et accumulateurs.

Les autres types de déchets dangereux (11,01 %) sont les aérosols, les produits acides ou basiques, les produits

phytosanitaires et les cartouches de toner.

IV.D.3c Consommation de papier

Pour assurer la promotion de l'enseigne et des produits qu'il distribue, le Groupe utilise comme support des imprimés publicitaires (catalogues promotionnels, ...) en papier.

En 2018, 62 sites de Commerces comparables ont distribué près de 706 tonnes d'imprimés créés par le service de communication de Mr Bricolage SA, contre 762 tonnes en 2017 pour 65 sites. Les nouvelles sources d'approvisionnement de papier ont permis de proposer dès 2014 une majorité d'imprimés à base de papier recyclé. Il est à noter que le papier provient de sources respectant le référentiel PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification).

IV.D.3d Autres Consommations de ressources des sites

Étant donné son activité, le Groupe Mr Bricolage a une consommation d'eau qui peut être considérée comme peu impactante sur l'environnement et les ressources naturelles. Elle est utilisée principalement pour les usages sanitaires, les lavages de sol et également pour les essais incendie et l'arrosage. Elle représente en 2018 pour les sites de Commerces comparables un volume consommé de 23 726 m³, soit 0,09m³/m²

Les autres consommations comme le fioul (utilisé notamment pour l'alimentation des moteurs de sprinklage) ou le gaz propane (utilisé notamment pour le fonctionnement des chariots élévateurs) sont globalement faibles et ne sont donc pas statistiquement exploitables.

IV.D.3e Maîtrise des atteintes à l'environnement

▪ Rejets pouvant affecter gravement l'environnement

- Air : trois types de pollution atmosphérique potentielle ont été identifiés (gaz de combustion due au chauffage, poussières de bois des machines de découpe et émissions potentielles de HCFC). Tous les équipements (notamment les chaudières et les climatisations) sont entretenus et leur bon fonctionnement est vérifié périodiquement par des prestataires agréés. Étant donné son activité, les atteintes à la qualité de l'air du Groupe Mr Bricolage peuvent être considérées comme négligeables, à l'exception des rejets générés par un incendie sur un site.
- Eau : les activités des sites ne sont pas de nature à générer des rejets aqueux importants ou polluants. Les atteintes à la qualité de l'eau peuvent être considérées comme négligeables.
- Sol : les activités des sites ne sont pas de nature à entraîner des pollutions de sols ou sous-sols. La gestion des déchets, de l'eau et des produits dangereux est réalisée dans des conditions qui permettent la préservation de ces derniers. Les atteintes à la qualité des sols peuvent être considérées comme négligeables, à l'exception du risque de déversement accidentel de produits dangereux.

▪ Nuisances sonores

Les nuisances sonores sont principalement créées par le trafic des camions de livraison, les chariots élévateurs et dans une moindre mesure par les haut-parleurs de parkings.

▪ Nuisances olfactives

Les nuisances olfactives (principalement générées par les canalisations et/ou fosses septiques) peuvent être considérées comme négligeables.

▪ Mesures complémentaires prises pour limiter ces atteintes

- Atteintes aux riverains : les nuisances pouvant affecter les riverains (bruits, odeurs, poussières) sont limitées et maîtrisées localement.
- Atteintes au paysage : l'aménagement extérieur des magasins est réalisé conformément à la réglementation locale, par exemple en termes de biodiversité et d'utilisation des sols.
- Les impacts environnementaux des sites soumis à la réglementation des Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE) sont pris en compte dans les indicateurs environnementaux publiés et dans les mesures prises pour les maîtriser.

IV.E. Enjeux sociétaux

IV.E.1 Santé et sécurité des consommateurs

Les produits font l'objet de contrôles réguliers afin de s'assurer de leur parfaite conformité avec les dispositions contractuelles, législatives, réglementaires et normatives françaises et européennes. Une équipe dédiée dans la coordination de ces contrôles en relation directe avec les fournisseurs de produits est rattachée à la Direction des Achats du Groupe. Une vigilance particulière est donnée aux informations présentes sur les emballages et les documents remis avec les produits pour prévenir tout risque dans l'utilisation des produits.

Dans l'hypothèse où les résultats d'un contrôle feraient apparaître qu'un produit testé n'est pas ou n'est plus conforme au regard de ces dispositions, le Groupe Mr Bricolage a établi une procédure de retrait ou de rappel de produits formalisant l'ensemble des mesures appropriées et indiquant la liste des personnes en charge pour remédier à la situation. La veille constante et les relations avec les administrations en charge des inspections permettent de limiter les impacts pour les clients.

IV.E.2 Actions en faveur des Droits de l'Homme

La société Mr Bricolage a, en 2018, renforcé son dispositif éthique.

Les fournisseurs de produits référencés par le Groupe Mr Bricolage doivent respecter des engagements (et faire respecter ces engagements à leurs propres sous-traitants) sur les enjeux sociaux et environnementaux : respect des principes du Pacte Mondial établi par les Nations Unies, respect des bonnes pratiques commerciales (charte de bonne conduite FMB - Fédération des Magasins de Bricolage et de l'aménagement de la maison - et Unibal - Union Nationale des Industriels du Bricolage, du jardinage et de l'Aménagement du Logement), respect de la réglementation sur le travail, conformité de leurs produits aux normes en vigueur, respect de la qualité des produits, traçabilité des constituants de leurs produits et autres éléments de protection de l'environnement, ... Ces engagements sont formalisés dans le contrat de référencement que tous les fournisseurs de produits signent chaque année avec Mr Bricolage SA.

Mr Bricolage SA a développé d'autres actions pour porter face à ses partenaires internes ou externes, ses engagements en matière de droits de l'homme dans la conduite de ses différentes activités.

A ce titre, la société Mr Bricolage a élaboré un code de conduite des affaires lequel est consultable sur le site mr-bricolage.com.

Ce code de conduite des affaires comporte un dispositif d'éthique rappelant, notamment, le respect de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et des conventions fondamentales de l'Organisation International du Travail, à travers ses engagements en termes de respect des droits de l'homme, de condamnation du travail des enfants ou encore de diversité et de traitement équitable en matière d'emploi et de profession.

La société Mr Bricolage demande par ailleurs à chacun de ses salariés un comportement personnel respectueux des autres.

Les collaborateurs de Mr Bricolage SA ont la possibilité de contacter la ligne lanceur d'alerte, laquelle est notamment destinée à recevoir des alertes qui concerneraient les règles d'éthique énoncées par le code de conduite des affaires.

La société Mr Bricolage a mis en place également un questionnaire d'évaluation destiné à être diffusé à ses partenaires. Ce questionnaire intègre une partie spécifique concernant les questions d'éthique générale et de Droits de l'Homme chez nos partenaires.

IV.E.3 Dispositif de lutte contre la corruption et le trafic d'influence

La société Mr Bricolage a engagé une démarche de lutte contre la corruption et le trafic d'influence, laquelle passe par la mise en conformité du Groupe avec la loi Sapin 2 du 9 décembre 2016 pour la transparence et la modernisation de l'économie. La conviction portée par le Groupe est que l'incarnation de ses valeurs fondatrices – serviabilité, solidarité, proximité – ne va pas sans un sens de l'éthique et que le maintien de l'intégrité en son sein saura garantir l'excellence opérationnelle et les intérêts du Groupe et de ceux qui le composent.

C'est ainsi que la société Mr Bricolage a mené auprès de ses filiales un travail d'identification des risques de corruption, au travers de nombreux entretiens avec ses collaborateurs, de l'analyse de l'existant et de l'activité

du Groupe. La cartographie des risques, qui a vocation à être régulièrement mise à jour, a ainsi été entreprise. Des fiches de risques ont été extraites et des actions mises en œuvre.

La société Mr Bricolage a en outre élaboré un code de conduite des affaires comprenant un dispositif de lutte contre la corruption et un dispositif d'éthique au périmètre plus large. Ce code, consultable sur le site mr-bricolage.com, a été intégré au règlement intérieur et s'impose à tous les collaborateurs.

La société Mr Bricolage offre aux collaborateurs la possibilité, par le biais de sa ligne lanceur d'alerte gérée par un opérateur externe, d'effectuer en toute confidentialité des signalements relatifs à l'existence de conduites ou situations contraires au code de conduite des affaires, notamment mais pas seulement, en termes de corruption.

De façon générale, des sessions de sensibilisation et d'information sur le code de conduite des affaires et la ligne lanceur d'alerte ont été organisées pour les collaborateurs, l'objectif étant de responsabiliser et sensibiliser chacun des salariés du Groupe. Plus spécifiquement, la formation des collaborateurs identifiés comme prioritaires a été mise en place et confiée à un organisme indépendant.

Le Groupe Mr Bricolage poursuit ses travaux concernant les contrôles et l'évaluation de l'efficacité des mesures prises. La société Mr Bricolage a mis en place également un questionnaire d'évaluation de ses partenaires. Il a notamment été diffusé, en priorité, aux principaux fournisseurs de produits du Groupe Mr Bricolage.

IV.E.4 Lutte contre la fraude et l'évasion fiscale

Eu égard aux flux financiers et opérationnels essentiellement franco-français, à l'absence de filiales étrangères contrôlées par le Groupe Mr Bricolage et la tenue de sa comptabilité exclusivement en France, l'évasion fiscale n'est pas considérée comme un enjeu majeur pour le Groupe. Toutefois, le Groupe a réalisé courant de l'année 2018, des actions relatives à la lutte contre la fraude à la TVA (systèmes d'encaissement). Compte tenu de la publication tardive du texte réglementaire relative à l'évasion fiscale, le Groupe Mr Bricolage a décidé de mener une étude de risques courant 2019.

IV.E.5 Autres informations

La lutte contre le gaspillage alimentaire, la lutte contre la précarité alimentaire, le respect du bien-être animal, l'alimentation responsable, équitable et durable sont des enjeux non matériels au vu de l'activité du Groupe et font donc l'objet d'exclusions.

IV.F. Note méthodologique pour la déclaration de performance extra-financière

IV.F.1 Périmètre

Les sites pris en compte dans la déclaration de performance extra-financière sont les sites rattachés juridiquement à la société Mr Bricolage SA et ouverts au 31 décembre 2018, soit 69 sites : 64 sites de Commerces et 5 sites de Services Aux Réseaux.

Sont également pris en compte dans les données sociales les sites fermés mais ayant encore des salariés rattachés aux établissements liés à ces sites. Par contre, les salariés des sites fermés en congés de reclassement sont exclus des indicateurs sociaux.

Il est à noter que le manque de disponibilité des données a entraîné l'exclusion d'un site (Arles).

Le Groupe Mr Bricolage ne contrôle majoritairement aucune filiale à l'étranger qui soit significative en termes de problématique environnementale ou qui emploie des salariés au 31 décembre 2018. Ainsi, les filiales étrangères ne sont pas prises en compte dans la déclaration.

IV.F.2 Modalités de collecte

La période retenue pour la déclaration de performance extra-financière est l'année civile.

Les sources des données quantitatives utilisées dans cette déclaration sont les suivantes :

- documents de traçabilité réalisés par les prestataires permettant la consolidation annuelle des données pour plusieurs sites, accessibles par extranet mis en place par chaque prestataire ou directement envoyé par email par chaque prestataire ;
- factures émises par les prestataires pour chaque site ;
- extrait des systèmes d'information propres à Mr Bricolage SA liés à la gestion des différentes entités du Groupe Mr Bricolage.

Les sources des données qualitatives utilisées dans cette déclaration sont les suivantes :

- le retour des collaborateurs des directions de Mr Bricolage SA,
- les politiques des différentes sociétés du Groupe, traduites par des accords.

Dans le cas de données manquantes, une extrapolation est réalisée selon les différents cas de figure suivants :

- si la donnée manquante concerne les mois de fin d'année (par exemple, décalage entre la période de collecte des données et la date de réception des factures), si les données sont disponibles pour les mois de fin d'année de l'année N-1, ce sont ces données qui seront reprises ;
- sinon, une moyenne est appliquée à partir des éléments des mois, dont les données sont présentes sur l'année N, précédents le mois concerné par la donnée manquante. Cette même règle est appliquée en cas de données manquantes sur tout autre mois de l'année.

Spécificité pour les déchets dangereux

La méthode d'extrapolation décrite ci-dessus peut présenter un risque de sous-évaluation des tonnages pour les déchets dangereux. Les déchets dangereux font en effet l'objet d'enlèvements non réguliers contrairement aux déchets non dangereux qui ont des enlèvements mensuels. Il peut arriver d'avoir un enlèvement effectué sur l'un des mois de fin de l'année N-1 qui n'a pas été comptabilisé sur l'année N-1 et qui ne sera pas comptabilisé sur l'année N dans le cas d'un enlèvement effectué sur ce même mois en année N. En effet, dans ce cas, seul le tonnage concernant le mois de l'année N sera comptabilisé. Cette sous-évaluation ne présente pas un risque important de perturbation de l'analyse des données diffusées car ce cas de figure se rencontre rarement et les tonnages de déchets dangereux produits par le Groupe Mr Bricolage sont dans tous les cas faibles.

Il n'y a pas de distinction dans les données diffusées entre les volumes de déchets issus de l'exploitation du site (par exemple, remplacement des tubes fluorescents de la nappe lumineuse d'un magasin) et les volumes de déchets collectés auprès des clients. Cela concerne notamment les déchets d'équipements électriques et électroniques et les piles/accumulateurs qui peuvent être amenés par les clients.

IV.F.3 Consolidation des données

Les données collectées sont saisies pour obtenir une consolidation des données par type d'activités : Services Aux Réseaux et Commerces.

Le nombre de mètres carrés utilisé pour le calcul des indicateurs correspond à la surface de vente totale des sites de Commerces et à la surface des bâtiments des sites des Services Aux Réseaux.

Une comparaison avec les indicateurs des deux années précédentes est donnée afin de permettre l'analyse des évolutions.

Spécificité pour le calcul du taux de tri des déchets

Le taux de tri est obtenu en divisant le volume de déchets triés directement sur les sites par le volume total de déchets produits par les mêmes sites. Le taux de tri diffusé ne prend donc pas en compte le tri effectué par le prestataire sur ses propres centres de tri une fois l'enlèvement effectué. Cet indicateur « taux de tri sur site » n'est donc pas à confondre avec le taux réel de recyclage ou de valorisation des déchets.

Spécificité pour le bilan des émissions de gaz à effet de serre

Un bilan a été réalisé durant l'année 2013 sur la base des données d'activité de l'année 2012. Il n'est pas possible de réactualiser l'étude chaque année dans les délais de diffusion du Document de référence. Une répartition des émissions est toutefois donnée en pourcentage pour chaque catégorie importante abordée dans l'étude menée en 2013.

Spécificité sur le taux de gravité

Le nombre de jours perdus correspond au nombre de jours calendaires entre la date de début d'absence et la date de reprise, quel que soit le temps de travail contractuel.

Spécificité sur le taux de fréquence

Le nombre d'accidents avec arrêt comptabilise les accidents de travail et les accidents de trajet ainsi que les cas de rechute, si les périodes d'arrêt ne sont pas consécutives. Il est à noter également qu'un arrêt de travail survenant l'année N-1 et continuant sur l'année N sera comptabilisé sur les 2 années de reporting.

IV.F.4 Exclusions spécifiques aux données environnementales

IV.F.4a Tous types de données

Certains sites dont les données manquantes (par exemple pour des sites ayant changé de fournisseurs, ou ayant des dates de facturation différentes de l'année civile, ...) ne permettent pas une comparaison entre les sites sur une période annuelle sont exclus. Les informations disponibles sur ces entités ainsi que celles concernant les sites sous enseigne « Les Briconautes » sont données dans les tableaux nommés « Sites non comparables ».

IV.F.4b Déchets

Ne sont pas comptabilisés les déchets traités directement par les services de la ville ou de la commune (service porte à porte, déchetterie, ...) qui ne font pas l'objet d'une facturation détaillée et spécifique par ces services.

IV.F.4c Consommation de papier

Ne sont comptabilisées que les tonnes de papier issues de la création d'imprimés par les services de communication de Mr Bricolage SA et qui font l'objet d'une déclaration à l'éco-organisme CITEO/Ecofolio.