

ANPF
Groupement des Magasins

Groupe
Mr.Bricolage



DPEF | 2023

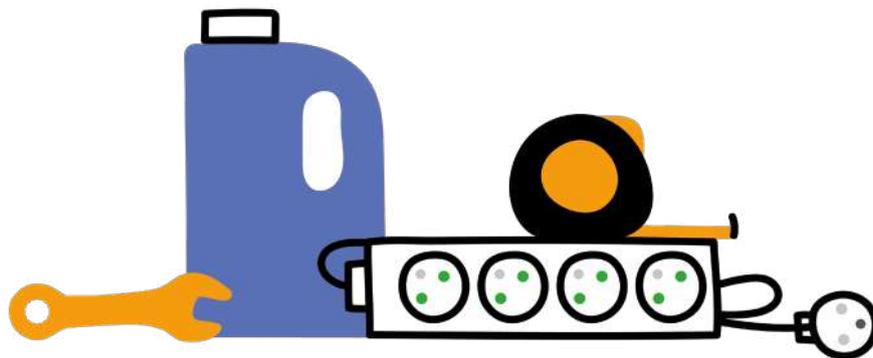
Déclaration de Performance Extra Financière

| | | |
|-----------|---|-----------|
| A. | Modèle d'affaires | 4 |
| A.1 | Historique..... | 4 |
| A.2 | Organigramme | 4 |
| A.3 | Présentation du Groupe..... | 5 |
| A.4 | Les activités des sociétés du Groupe..... | 5 |
| A.5 | Stratégie du Groupe..... | 5 |
| A.5a | <i>Concept magasin</i> | 5 |
| A.5b | <i>Plan stratégique 1Pacte</i> | 5 |
| A.6 | Gouvernance de la RSE..... | 6 |
| A.6a | <i>COFIL RSE Magasins</i> | 6 |
| A.6b | <i>COFIL RSE Produits</i> | 6 |
| A.6c | <i>COFIL RSE Social</i> | 7 |
| B. | Enjeux extra-financiers et risques associés | 9 |
| C. | Enjeux sociaux | 10 |
| C.1 | Valoriser le Capital Humain | 10 |
| C.1a | <i>Qualité de vie au travail et organisation du temps de travail</i> | 10 |
| C.1b | <i>Bien-être et santé au travail</i> | 11 |
| C.1c | <i>Favoriser l'égalité professionnelle et la diversité</i> | 11 |
| C.1d | <i>Récompenser la performance individuelle et collective</i> | 12 |
| C.1e | <i>Les relations sociales</i> | 12 |
| C.1f | <i>Avantages sociaux</i> | 12 |
| C.2 | TRANSFORMATION HUMAINE ET DEVELOPPEMENT DES HOMMES..... | 13 |
| C.2a | <i>Accompagner le développement des hommes</i> | 13 |
| C.2b | <i>Intégrer les nouveaux collaborateurs et proposer une expérience collaborateur riche, singulière et innovante</i> | 15 |
| C.2c | <i>Accompagner l'évolution des organisations</i> | 16 |
| C.2d | <i>Moderniser le parcours de recrutement et développer l'attractivité de l'entreprise</i> | 17 |
| C.2e | <i>Engager les communautés</i> | 17 |
| D. | Enjeux environnementaux | 18 |
| D.1 | Définition de la politique environnementale..... | 18 |
| D.1a | <i>Règle d'organisation</i> | 18 |
| D.1b | <i>Evaluation des enjeux environnementaux</i> | 18 |
| D.2 | Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués..... | 18 |
| D.2a | <i>Référencement des produits</i> | 19 |
| D.2b | <i>Gestion responsable de nos approvisionnements en bois</i> | 19 |
| D.3 | Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments..... | 20 |
| D.3a | <i>Performance énergétique des bâtiments</i> | 20 |
| D.3b | <i>Gestion des déchets</i> | 21 |
| D.3c | <i>Consommation de papier</i> | 23 |
| D.3d | <i>Autres Consommations de ressources des sites</i> | 23 |
| D.3e | <i>Maîtrise des atteintes à l'environnement</i> | 24 |
| D.4 | Mobilité responsable | 24 |
| E. | Enjeux sociétaux | 26 |
| E.1 | Sensibilisation des parties prenantes aux enjeux RSE | 26 |
| E.2 | Solidarité et proximité..... | 26 |
| E.3 | Santé et sécurité des consommateurs | 27 |
| E.4 | Actions en faveur des Droits de l'Homme | 27 |
| E.5 | Dispositif de lutte contre la corruption et le trafic d'influence | 27 |
| E.6 | Protection des données personnelles..... | 28 |
| E.7 | Action de promotion de la pratique d'activités physiques et sportives..... | 28 |
| E.8 | Autres informations | 29 |
| F. | Note méthodologique pour la déclaration de performance extra-financière | 30 |
| F.1 | Périmètre..... | 30 |
| F.2 | Modalités de collecte | 30 |
| F.3 | Consolidation des données | 30 |
| F.4 | Exclusions spécifiques aux données environnementales | 31 |
| F.4a | <i>Tous types de données</i> | 31 |
| F.4b | <i>Déchets</i> | 31 |
| G. | Tableaux de synthèse | 32 |

Cette déclaration de performance extra-financière reprend l'ensemble des catégories d'informations pertinentes pour le Groupe ANPF 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 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 BECOUZE, en qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC (Comité Français d'Accréditation) sous le numéro n°3-1880.

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.

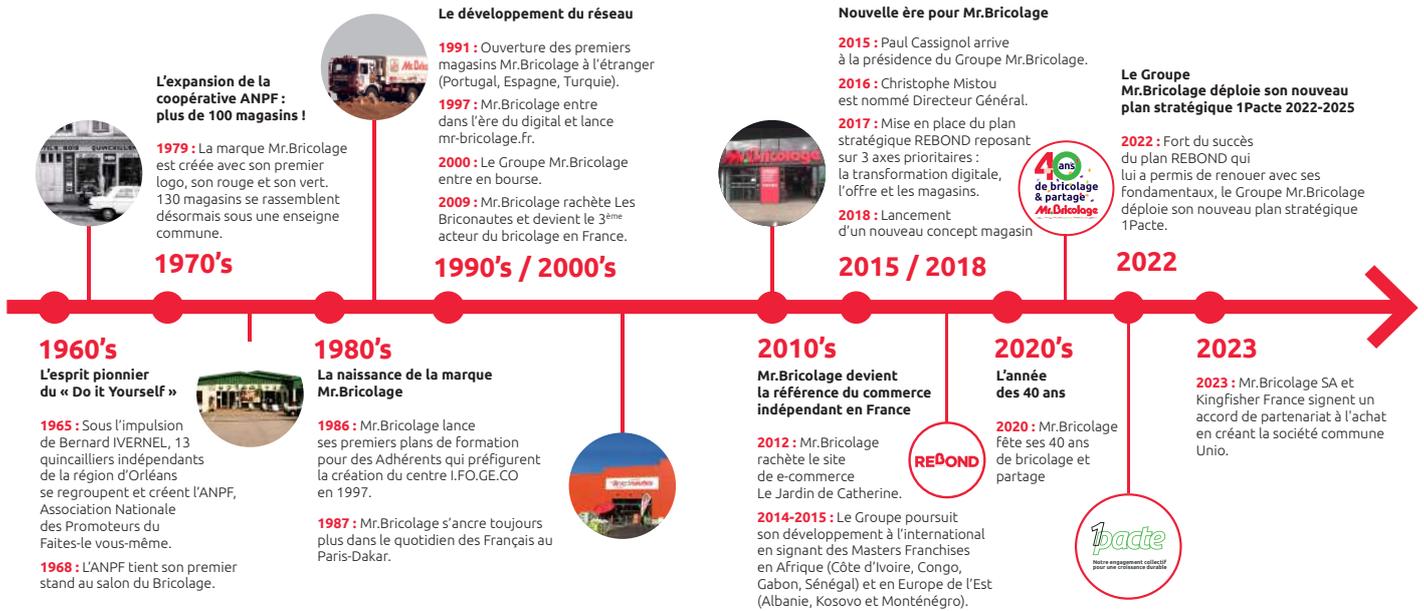


À noter :

La société ANPF et ses filiales SIFI, SIMB et SIFA n'ont, par leurs activités propres, qu'un impact social, sociétal ou environnemental minime. C'est pourquoi les indicateurs et politiques sur les enjeux RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) décrits dans cette Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) sont présentés au niveau de la société Mr.Bricolage SA, de ses propres filiales (Le Club et MB Log) et d'Ifogeco (filiale de l'ANPF). Le magasin Mr.Bricolage basé à l'Horme et géré par, la filiale de Mr.Bricolage SA, MB L'HORME, a ouvert au public en avril 2023. Les données concernant ce site n'ont pas été prises en compte dans les indicateurs présentés dans cette déclaration.

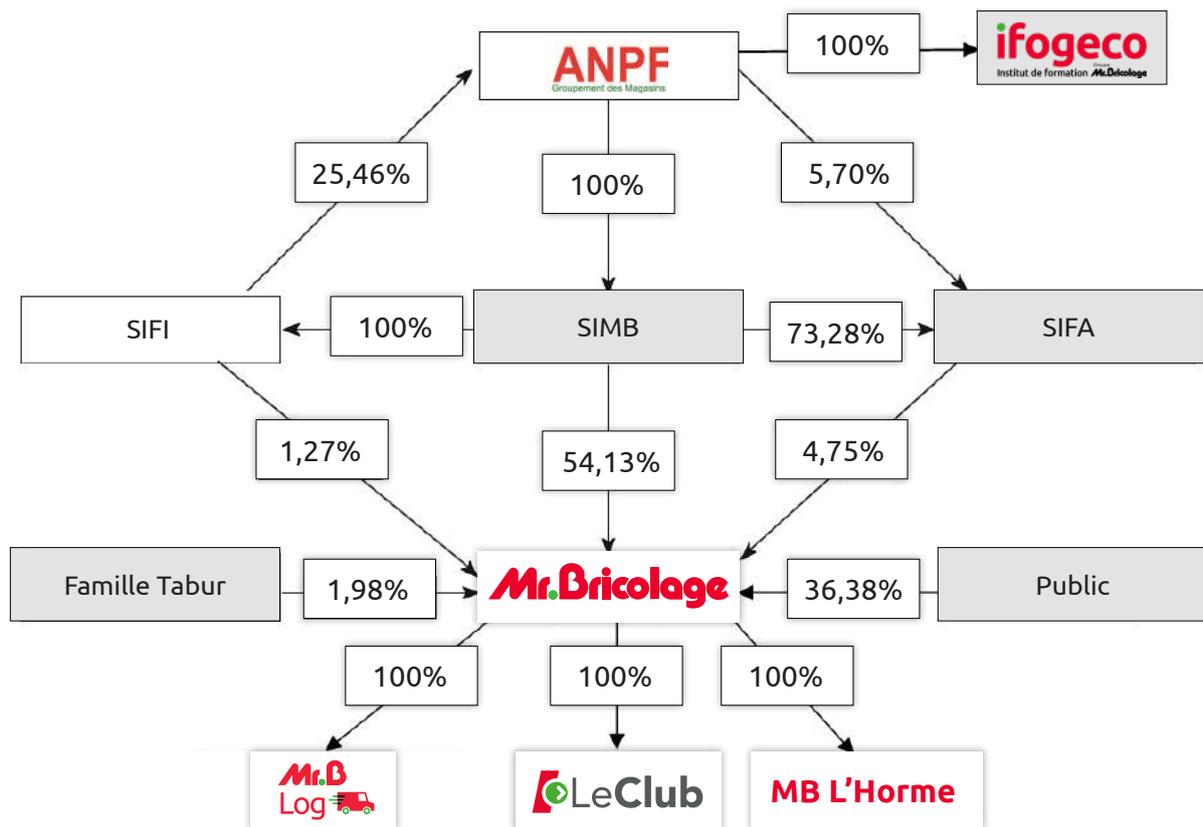
A. Modèle d'affaires

A.1 Historique



A.2 Organigramme

Le capital de la société ANPF est détenu par les sociétés d'exploitation des magasins sous enseigne Mr. Bricolage.



Mr. Bricolage SA contrôle d'autres filiales mais n'ayant pas d'activité exercée au 31/12/2023 et a des participations dans d'autres sociétés sans y exercer un contrôle. Il est à noter la création de la société **Unio** en 2023. C'est une entreprise commune avec **Kingfisher France**, dit joint-venture, qui a pour objectif de **renforcer les liens avec des fournisseurs communs nationaux et internationaux, de leur proposer de nouvelles opportunités commerciales et de créer de la valeur ajoutée**. Pour cette première année d'activité, les données de cette société ont été exclues du périmètre de cette déclaration.

A.3 Présentation du Groupe

ANPF sous sa dénomination complète « Action Nationale des Promoteurs du Faites-le-vous-même » est une société anonyme à Conseil d'Administration, gérant principalement des titres de participation.

Le Groupe fédère les adhérents-entrepreneurs indépendants sur le segment de la proximité dans le domaine de la rénovation et de l'embellissement de la maison et du jardin. Il est le seul à leur proposer trois alternatives :

- L'enseigne Mr.Bricolage, dotée d'une très forte notoriété et de nombreux services en contrepartie d'engagements réciproques formalisés au travers de contrats appelés « Charte de l'adhérent » ;
- L'enseigne Les Briconautes, jouissant d'une notoriété locale et de services à la carte ;
- L'indépendance via le statut d'affilié, bénéficiant des conditions d'achats du Groupe, sans enseigne ou avec leur enseigne propre.

Les Briconautes et les affiliés sont quant à eux, liés par un « Contrat d'adhésion ».

Il est à noter que la « charte de l'adhérent » et le « contrat d'adhésion » n'imposent pas d'obligation aux magasins en matière sociale, environnementale ou sociétale, autres que la protection de l'image de l'enseigne. Toutefois, le rôle du Groupe dans la mobilisation de ses magasins sur ces thématiques a été réaffirmé dans son Plan stratégique 1Pacte (voir paragraphe A.5b Plan stratégique 1Pacte).

A.4 Les activités des sociétés du Groupe

Le Groupe est organisé autour des sociétés pivots suivantes :

- Les sociétés **SIMB, SIFI et SIFA** sont des sociétés holdings dont l'activité principale est la gestion de titres de participation ;
- **Pour l'activité des Services aux Réseaux :**
 - **Mr.Bricolage SA** est à la fois la société mère et la centrale de référencement, de services et d'animation des réseaux, ainsi que pour le service de vente en ligne mr-bricolage.fr ;
 - **Le Club** est la centrale de référencement, de services, d'animation des réseaux Les Briconautes et affiliés ;
 - **MBLog** exploite les entrepôts logistiques intégrés de Voivres (72) et Cahors (46) ainsi que les entrepôts prestés principalement en région orléanaise ;
 - La société **Ifogeco** est un organisme de formation professionnelle.
- **Pour l'activité de commerce :**
 - **MBL'HORME** exploite un magasin physique de vente de produits de bricolage, jardin et aménagement de la maison ouvert au public en 2023

A.5 Stratégie du Groupe

A.5a Concept magasin

Le magasin Mr.Bricolage s'appuie sur un concept qui repose sur plusieurs piliers :

- **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 ;
- **L'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 Délivrie** pour réunir le meilleur du web et le meilleur du local, c'est le point de rencontre de l'offre physique et digitale, toutes nos références de produits à un clic de nos clients, quelle que soit la taille du magasin.



A.5b Plan stratégique 1Pacte

À la suite du succès de la transformation du Groupe et à son recentrage sur son activité cœur de métier des Services aux Réseaux, le Groupe met en œuvre le plan stratégique 1Pacte pour la période 2022 à 2025. Résolument tourné vers l'avenir et le respect des valeurs communes à l'ensemble des parties prenantes, 1Pacte a été défini pour appuyer le développement et la compétitivité du réseau tout en plaçant la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) au cœur de son modèle de développement.

Le plan 1Pacte combine 4 objectifs :

- **L'Offre** : l'élargissement et le renouvellement de l'offre de Mr.Bricolage, sa visibilité et son accessibilité en magasins et sur le web, en s'appuyant notamment sur la modernisation des entrepôts et le développement de la livraison directement des fournisseurs aux clients ;
- **Les Clients** : le renforcement de la connaissance clients pour mieux les servir et les fidéliser ;
- **Les Réseaux** : le développement du réseau avec plus de 1000 points de vente fin 2025 (initialement visé pour fin 2028), et l'accélération du déploiement du concept magasin ;
- **La RSE** : porter le Groupe vers l'avenir et l'inscrire dans une croissance durable à travers trois chantiers :
 - L'environnement des magasins pour rendre les points de vente plus vertueux lors de leur

- construction et pendant leur exploitation ;
- L'environnement des produits pour mieux s'approvisionner et favoriser les produits avec une démarche écoresponsable ;
- L'environnement social pour améliorer la qualité de vie au travail des collaborateurs du réseau et du siège.

Pour atteindre ces 4 objectifs, le Groupe s'appuie sur 2 leviers :

- La poursuite de la transformation humaine de l'organisation, siège et réseau, c'est-à-dire :
 - L'amélioration de l'expérience collaborateurs au siège et en magasins pour fidéliser et attirer les talents ;
 - L'accompagnement resserré des équipes en magasin dans le déploiement du concept magasin ;
 - Le renforcement du lien de serviabilité entre le siège et le réseau, au bénéfice de la performance de toutes les entités du Groupe.
- La performance des systèmes d'information pour unifier et connecter les réseaux, optimiser l'efficacité à tous les niveaux de l'organisation et créer de nouvelles opportunités. Pour mettre en œuvre ce plan stratégique, le Groupe a prévu des investissements importants pour financer en particulier la **modernisation de la Supply Chain et des systèmes d'information**, auxquelles s'ajouteront les ressources allouées à la **transformation des réseaux** et le **déploiement du concept magasin**.

A.6 Gouvernance de la RSE

La Responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) n'est pas affaire d'une seule direction qui aurait la charge d'appliquer une politique. La démarche RSE est insufflée **aux cœurs des métiers** pour que chaque entité du Groupe (sociétés, directions, services, collaborateurs...) l'intègre à son niveau dans son travail quotidien.

Pour mobiliser l'ensemble de ses parties prenantes, **trois comités de pilotage (COFIL)** sont en place pour **mener les chantiers du plan 1Pacte liés à la RSE**.

Pour garantir la cohérence, chaque COFIL reporte l'état d'avancement de ses travaux au Comité de Direction.

A.6a COFIL RSE Magasins

- **Rôle** : Rendre les points de ventes plus vertueux dans la construction et l'exploitation de leurs bâtiments
- **Objectifs : 4 thématiques principales sont développées**
 - **Construction et insertion dans l'environnement** : Donner le cadre pour permettre la construction ou la rénovation de bâtiments respectueux de l'environnement et inciter à mettre en œuvre les solutions techniques les plus innovantes ;
 - **Consommation d'eau et d'énergie** : Permettre aux adhérents de maîtriser et optimiser leurs

- consommations d'énergie et d'eau par le partage de solutions simples aux solutions les plus engageantes ;
- **Déchets et fin de vie des produits** : Faire des déchets et des produits en fin de vie une matière valorisable ou réutilisable ;
- **Mobilité responsable** : Donner à nos clients et collaborateurs les moyens d'utiliser les alternatives aux véhicules utilisant des énergies fossiles pour se rendre sur nos sites ou se faire livrer.



A.6b COFIL RSE Produits

- **Rôle** : Modifier notre offre de produits et de services pour y intégrer des critères de référencement en accord avec nos engagements RSE
- **Objectifs** :
 - **Développer et sélectionner des produits responsables et respectueux de l'environnement** : Eco-conception, sélection responsable, emballage, innovation, transparence, fin de vie, durabilité, réparabilité, recyclage, seconde main ;
 - Faire de notre marque de distributeur (MDD) **Inventiv le fer de lance de la RSE** appliquée aux produits ;
 - Chercher les moyens d'avoir une **contribution positive sur l'environnement** :
 - > Ancrage local : production et approvisionnement au plus proche (région, fabriqué en France, UE...) ;
 - > Réduire notre empreinte carbone, diminuer et compenser notre impact environnemental ;
 - > Focus particulier sur le transport et notre Supply Chain ;
 - Engager nos communautés dans la démarche : fournisseurs, adhérents, clients.

A.6c COFIL RSE Social

- **Notre Ambition** : Être les champions de la relation humaine, avec la déclinaison de cette ambition auprès de nos collaborateurs
- **Objectifs** :
 - Accroître le **bien-être physique et moral** au travail autour de 3 axes stratégiques :
 - > **L'égalité et la diversité**, avec le Groupe de travail « égalité et diversité » ;
 - > **Le partage de la valeur** créée et l'organisation du temps de travail avec le Groupe de travail « rémunération et avantages » ;
 - > **Les conditions de travail physique avec le Groupe de travail « le siège de demain »**,
 - Engager les collaborateurs et le réseau par la communication et une démarche participative.

Les ressources que nous mobilisons

Mr.Bricolage

Au 31 décembre 2023

La valeur créée



Nos ressources financières

- ✓ **Capitaux propres consolidés de :**
 - L'ANPF = 100 346 K€
 - Mr.Bricolage = 119 350 K€
- ✓ **Revenus issus des activités ordinaires :**
 - Ventes de marchandises = 205 559 K€ (dont Ventes e-commerce = 9,7 M€)
 - Prestations de services aux magasins et fournisseurs = 87 761 K€

Nos services et outils métiers

- 3 entrepôts logistiques
- Un centre de formation : **ifogeco**
- Des Systèmes d'Informations Groupe
- Un site marchand *mr-bricolage.fr*



Notre plateforme de marque qui définit ce que nous sommes et ce que nous voulons devenir

Vision

Aujourd'hui les clients ont besoin de sentir que la relation est plus importante que la transaction et que la maison et le jardin sont des mots qui comptent pour la qualité de vie de chacun.

Mission

Faire que chaque client, réalisant ses projets de rénovation ou d'embellissement pour sa maison et son jardin se sente compris et accompagné quand il le désire.

Ambition

Être reconnue comme la marque la plus attentive à chacun de ses clients, la plus serviable, la championne de la relation humaine.

Raison d'être

Nous sommes des entrepreneurs solidaires. Nous sommes des commerçants de proximité serviables, pour rendre la vie plus agréable dans la maison et le jardin.



Une performance économique partagée

- Chiffre d'affaire consolidé Mr.Bricolage = 293,3 M€
- EBITDA consolidé de Mr.Bricolage = 32,8 M€
- Résultat consolidé de Mr.Bricolage = 20,4 M€
- Actionnariat collaborateurs via le FCPE = 1,47% du capital de Mr.Bricolage
- Participation et intéressement salariés

Une enseigne en développement

- Implantation dans 11 pays



Nos ressources environnementales

- 4 bâtiments physiques gérés directement par Mr.Bricolage
- Énergie consommée : 2 164 007 kWh



Enjeux environnementaux maîtrisés

Évolution consommation d'énergie = -22%
Déchets triés sur site : 82,79%



Notre organisation



3 entités



8 administrateurs dont 2 indépendants



1 entité



8 administrateurs



Supply Chain
• Activités de logistique, d'importation et d'exportation

Services support
• Soutien aux magasins sur diverses thématiques :
Systèmes d'information, finance, développement durable

Animation réseaux
• Mise en œuvre de la stratégie d'enseigne en le soutien de responsables régionaux
• Accompagnement magasins

Concept et développement
• Définition du concept marchand
• Recherche de nouveaux sites et partenaires en France et à l'international

Marketing
• Stratégie de prospection et de fidélisation des clients

Digital et expérience client

- Définition de l'expérience client
- Digitalisation du parcours d'achat

Offre de services et de produits
• Définition des gammes produits et positionnement de la gamme distributeurs
• Négociation fournisseurs
• Référencement produits

Des services au réseau

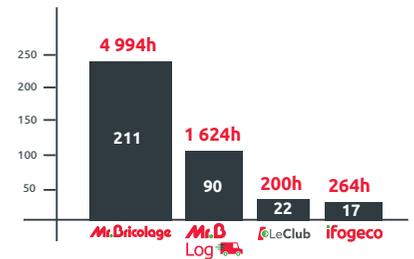
Notre identité d'enseigne

- Détention des Marques **Mr.Bricolage** **Briconautes**
- Marque de distributeur **inventiv**
- Concept magasin Mr.Bricolage



Des collaborateurs formés

Nombre de collaborateurs et d'heures de formation



L'identité de l'enseigne adoptée

38 points de vente déployés au Concept magasin sur l'année



111 magasins au concept à fin 2023

B. Enjeux extra-financiers et risques associés

La société ANPF et ses filiales SIFI, SIMB et SIFA n'ont, par leurs activités propres, qu'un **impact social, sociétal ou environnemental minime**. C'est pourquoi les indicateurs et politiques sur les enjeux RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) décrits dans cette Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) sont présentés au niveau de la société Mr.Bricolage SA et de ses filiales.

Le Groupe a déterminé ses enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux à partir d'une analyse des risques induits par ses 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 humaine de l'entreprise.

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

- **Valorisation et développement de notre capital humain** : qualité de vie au travail, l'égalité de traitement, récompense de la performance ;
- **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 ;
- **Établissement de relations de confiance avec nos partenaires** : sécurité des consommateurs et respect des Droits de l'Homme au niveau de la chaîne d'approvisionnement.

Les paragraphes ci-après permettent d'approfondir chaque enjeu en présentant les actions menées sur l'année 2023 et les résultats obtenus.

Des tableaux de synthèse sont proposés à la fin de cette déclaration.

Mr.Bricolage a lancé en 2023 une étude pour mettre à jour la liste de ses enjeux extra-financiers. L'objectif est d'appliquer la méthode d'analyse de double matérialité pour prioriser ces enjeux. Des échanges avec les principales parties prenantes du Groupe sont organisés début 2024 afin de collecter le maximum d'avis et s'assurer de l'exhaustivité et du positionnement de tous ces enjeux. Cette analyse sert de base pour les travaux en cours de mise en conformité du Groupe à la réglementation européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Cette nouvelle directive vise à mettre à jour la manière dont les entreprises diffusent leurs données extra-financières.

C. Enjeux sociaux

Confronté aujourd'hui à **des enjeux majeurs d'attractivité et de fidélisation** des collaborateurs, le Groupe Mr.Bricolage doit proposer **une expérience singulière et unifiée** grâce à l'accompagnement personnalisé de chaque collaborateur dans le développement de ses compétences, au bénéfice de l'organisation. Pour ce faire, la Direction des Ressources Humaines réunit depuis septembre 2023 l'ensemble des expertises métiers (recrutement, développement des Hommes et des compétences, transformation, formation, stratégie sociale et politique de rémunération, accompagnement des collaborateurs) et intègre le périmètre de la communication corporate

— C.1 Valoriser le Capital Humain

Autonomes, compétents, responsabilisés dans leur travail, les collaborateurs du Groupe Mr.Bricolage sont accompagnés par le siège pour être de véritables acteurs de leur parcours professionnel. Pour les attirer et les fidéliser, Mr.Bricolage déploie d'importants investissements pour **innover et améliorer durablement le bien-être et la qualité de vie au travail** de l'ensemble des collaborateurs.

C.1a Qualité de vie au travail et organisation du temps de travail

En 2019, Mr.Bricolage SA s'est engagé dans une démarche d'**innovation en matière de temps de travail** en mettant en place (1) un nouvel accord temps de travail et (2) une charte télétravail pour tester ce nouveau mode d'organisation du travail. Au 1er septembre 2022, après deux années de pilote, la charte télétravail a été mise à jour pour permettre le télétravail entre 1 et 5 jours par semaine, à la discrétion du collaborateur et sous réserve des éventuels temps de présence obligatoires déterminés par le manager, au moins 24 heures avant.

Depuis le 1er janvier 2023, un avenant de refonte de l'accord temps de travail vient s'adapter à l'évolution de l'organisation du travail. Il prévoit :

1. Le droit à la déconnexion

- Au regard de l'évolution des méthodes de travail et pour garantir l'équilibre entre la vie personnelle et la vie professionnelle des collaborateurs, le droit à la déconnexion est considéré comme fondamental.
- Respect des temps de repos notamment dans les situations de télétravail : il est demandé aux managers et aux collaborateurs de ne pas solliciter leurs collègues et collaborateurs avant 8h et après 20h ;
- Les collaborateurs n'ont pas l'obligation de synchroniser leur boîte mail et la messagerie Teams sur leur téléphone portable personnel ;
- Afin de sensibiliser chacun au respect des temps de travail et de repos et d'informer les utilisateurs des mesures de déconnexion mises en place, le message suivant apparaît systématiquement au bas des messages électroniques : Dans le cadre du droit à la déconnexion, nous vous informons que si vous recevez ce mail en dehors de votre temps de travail, il n'est pas destiné à être lu ou traité avant votre reprise de poste.

2. Annualisation des CP

A partir du 1er janvier 2023, l'acquisition et la pose des congés payés se fait du 01/01 au 31/12.

3. Décompte et le suivi du temps de travail

Le contrôle du temps de travail est réalisé sur l'outil de gestion des temps Nibelis. Les collaborateurs doivent déclarer leur présence dans l'outil de gestion des temps en précisant leur situation : présentiel, télétravail, formation, déplacement, etc.

4. Mise en place

Dans le même temps, l'accord temps de travail de la filiale MBLog a été revu avec une mise en application au 1^{er} septembre 2023 reprenant les dispositions tel que le droit à la déconnexion et le décompte et le suivi du temps de travail. Ce nouvel accord prévoit également la mise en place de la flexibilité des horaires pour les collaborateurs non-cadre des services administratifs.

Chaque année, la qualité de vie au travail est mesurée notamment à travers les entretiens de télétravail et de suivi des forfaits cadre. Tous les collaborateurs du Groupe Mr.Bricolage sont rencontrés par les Responsables RH et les Chefs de projets RH afin d'échanger avec eux sur :

- Leur organisation présentiel / distanciel ;
 - Leur charge de travail ;
 - Le respect des temps de repos et de déconnexion ;
 - L'entretien du lien avec leurs collègues pendant leur période de télétravail pour prévenir l'isolement ;
 - Leur équilibre vie personnelle / vie professionnelle.
- En 2023, c'est **650 entretiens** télétravail et forfait cadre réalisés.

Dans le même temps, afin de réduire la pénibilité du travail des Agents Logistique et des Techniciens Logistique au sein de la filiale MBLog et de prévenir le risque d'accident de travail et de maladies professionnelles, la formation Prévenir les risques liés aux manutentions manuelles mise en place en 2021 par Ifogeco s'est poursuivie en 2023 formant ainsi **74 collaborateurs soit 95 % des collaborateurs de l'exploitation.**

C.1b Bien-être et santé au travail

a) Bons gestes et bonnes postures

Pour réduire la pénibilité du travail, l'entreprise a mis en place des sessions de sensibilisation pour accompagner les collaborateurs du siège à adopter les bons gestes et les bonnes postures sur leur poste de travail.

À ce jour, **9 collaborateurs du siège ont été formés par 2 ergonomes** du service santé au travail, **6 sessions de sensibilisation** organisées en 2023 avec une participation de **18 collaborateurs.**

b) Prévention du cancer

À l'occasion de l'évènement national « octobre rose », le Groupe a sensibilisé ses collaborateurs à la prévention du cancer à travers différentes activités :

- **Webinaire sur la sensibilisation aux dépistages des cancers :** Destiné à l'ensemble des entités du Groupe, le webinaire était animé par la chargée de prévention et santé publique du Centre Régional de Coordination des Dépistages des Cancers. Elle a notamment (1) abordé les cancers du sein, colorectal et du col de l'utérus et (2) formulé des recommandations en termes d'âge pour le dépistage et les avantages associés à cette démarche. À la suite du webinaire, des **entretiens individuels** ont été proposés aux collaborateurs afin d'évaluer leur situation en matière de dépistage et pour leur fournir des conseils personnalisés.

- **Ateliers autopalpation mammaire :** Animés par une sage-femme en visioconférence, les ateliers proposés permettaient aux collaboratrices d'apprendre les bons gestes à faire chez soi pour détecter plus facilement tout changement au niveau des seins et d'insister sur l'importance d'une consultation médicale tous les 2 ans.



C.1c Favoriser l'égalité professionnelle et la diversité

L'égalité professionnelle des Femmes et des Hommes est un enjeu majeur pour le Groupe Mr.Bricolage. En ce qui concerne Mr.Bricolage SA, un accord sur l'égalité professionnelle entre les Femmes et les Hommes est entré en vigueur le 1er janvier 2022 pour une durée de 3 ans. Pour la société MBLog, un accord s'applique jusqu'au 31 décembre 2023. (voir le tableau ci-dessous).

Résultat index égalité Femmes / Hommes

| | Ifogeco* | Le Club* | MBLog | Mr.Bricolage SA |
|------|----------|----------|--------|-----------------|
| 2022 | NA | NA | 93/100 | 96/100 |
| 2023 | NA | NA | 94/100 | 95/100 |

*Effectif inférieur à 50 collaborateurs

Mr.Bricolage poursuit par ailleurs ses efforts pour se rendre accessible aux collaborateurs en situation de handicap. Le comité de pilotage RSE et son groupe de travail égalité, diversité et inclusion ont proposé aux collaborateurs du siège **une journée dédiée au handicap** le 23 novembre 2023. Les ateliers de sensibilisation organisés ont permis à la quarantaine de collaborateurs mobilisés de déconstruire leurs préjugés et de faire évoluer leur regard sur le handicap. Cette demi-journée fut l'occasion de mieux connaître certains handicaps, d'en mesurer les impacts pour la personne concernée et d'évoquer l'importance de faire connaître et reconnaître son handicap par son employeur.

C.1d Récompenser la performance individuelle et collective

a) Évolution salariale

De façon inédite, les évolutions salariales 2023 ont été anticipées sur le calendrier habituel pour répondre aussi rapidement que possible aux conséquences de l'inflation sur le pouvoir d'achat des collaborateurs. Dès le 1^{er} janvier 2023, les salaires de base de tous les collaborateurs du Groupe ont augmenté à hauteur de 4% pour les non-cadre et de 3 % pour les cadres.

Dans le même temps, le salaire minimum Groupe supérieur de 50€ au SMIC, mis en place en 2022 a été reconduit.

Une majoration du salaire de base en fonction de l'ancienneté a été mise en place pour les collaborateurs MBLog.

b) Revues des rémunérations et de compétences Le dispositif RH mis en place en 2022 a été reconduit en 2023 :

- En début d'année, tous les collaborateurs du Groupe sont rencontrés par leur manager dans le cadre **des Entretiens de Compétences** pour échanger sur l'accompagnement au développement de leurs compétences, le suivi et la mesure et de leurs objectifs ;
- Le manager est ensuite reçu par le **comité de**

rémunération qui étudie et arbitre les demandes d'augmentation individuelles afin que les salaires reflètent au plus près l'impact des postes sur le développement de l'entreprise, en adéquation avec le triptyque *Autonomie – Compétences – Responsabilités*.

Toutes les sociétés du Groupe bénéficient d'un nouvel accord d'intéressement avec la reconduction d'un indicateur de surperformance pouvant aller jusqu'à 2,5% de la masse salariale.

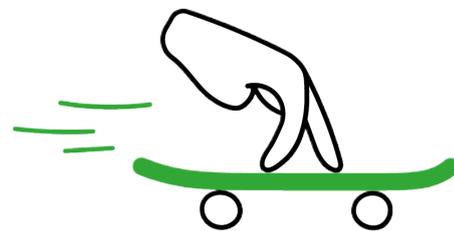
Concernant l'actionnariat salarié, après consultation du PSE, l'abondement jusqu'à 1000€ par bénéficiaire et par année civile a été reconduit en 2023.

C.1e Les relations sociales

Le Groupe attache une grande importance aux relations collectives dans l'entreprise et favorise le dialogue avec les partenaires sociaux.

En 2023, **élections du nouveau CSE** pour les sociétés Mr.Bricolage et Ifogeco. Conformément à l'organisation du travail hybride permettant le télétravail de 1 à 5 jours par semaine, la direction a décidé d'avoir recours au **vote électronique pour l'élection du nouveau CSE Mr.Bricolage** pour permettre à tous de voter facilement lors des scrutins.

En 2023, **12 accords** ont été négociés avec les représentants du personnel des entités Mr.Bricolage, MBLog et Ifogeco, **dont 11 ont aboutis** à la conclusion d'un accord collectif.



C.1f Avantages sociaux

Fort du succès de la semaine de la rémunération organisée en 2022, la DRH a organisé en 2023 **les matinales de la rémunération et des avantages sociaux** pour présenter aux collaborateurs les nouveaux dispositifs et s'assurer de leur bonne compréhension par l'ensemble des collaborateurs. Les 4 matinales organisées en 2023 portaient sur la refonte du **nouvel accord temps de travail** et **l'annualisation des CP** pour les collaborateurs de Mr. Bricolage SA, **la mise en place du Plan d'Épargne retraite Obligatoire**, tout savoir sur **le Plan d'Épargne Entreprise et le Percol**, et le bilan sur l'intéressement et la participation de l'exercice 2022. Pour se mettre en conformité avec la nouvelle réglementation issue de la Loi PACTE, Mr.Bricolage et Ifogeco ont fait évoluer le dispositif de retraite surcomplémentaire avec la mise en place d'un Plan d'épargne Retraite Obligatoire (PERO). Ce dispositif a été étendu à la société Le Club.

C.2 Transformation humaine et développement des hommes

Mr.Bricolage est une entreprise particulièrement dynamique qui a initié en 2018 une grande Transformation de son organisation pour la moderniser, la fluidifier et responsabiliser chaque collaborateur dans son travail. À cet effet, nous portons et incarnons chez Mr.Bricolage un **trptyque gagnant : Compétences – Autonomie – Responsabilité**, dont chacun à son niveau est garant. Par ailleurs, Mr.Bricolage est un Groupe pleinement engagé envers ses collaborateurs, siège et magasins, pour les accompagner dans le développement de leurs compétences, au bénéfice de l'organisation et de la performance du Groupe. Mr.Bricolage met un point d'honneur à respecter une stricte égalité de traitement, d'évolution et de rémunération, entre tous ses collaborateurs, sans distinction.

C.2a Accompagner le développement des hommes

a) Évolution du dispositif de formation pour les fonctions supports

Afin de proposer un plan de développement des compétences inclusif, motivant et évaluable, qui respecte la prudence budgétaire imposée par le contexte économique et responsabilise sur **la priorisation des actions de formations** les plus impactantes, le dispositif de formation pour tous les collaborateurs a évolué pour mieux répondre aux besoins de l'entreprise et aux attentes des collaborateurs. Désormais, l'enjeu est de proposer **des formations en adéquation avec les axes stratégiques des différentes directions.**
Pour ce faire :

- L'équipe Fidélisation des compétences et performance durable réalise un entretien avec chaque membre du CODIR pour **identifier les projets collectifs 2024 en lien avec les axes stratégiques des équipes ;**
- Catalogue de formation à l'appui (2023), chaque collaborateur fait part de ses besoins et envies de formation à travers un formulaire en ligne.

Les objectifs :

- 1. Partager un socle de compétences et valeurs communes ;**
- 2. Clarifier le rôle du manager Mr.Bricolage et homogénéiser les pratiques ;**
- 3. Développer l'intelligence relationnelle et enrichir la relation manager-managé pour la rendre performante et mature ;**
- 4. Valoriser les liens intergénérationnels pour encourager la complémentarité au service de la performance.**

b) Accompagner nos managers : l'itinéraire "Être manager Mr.Bricolage"

Mis en place en 2023 auprès des managers du siège et proposé à l'ensemble du réseau de magasins Mr.Bricolage, **l'itinéraire manager** a été suivi en

2023 par **46 managers siège, 5 managers Supply Chain et 20 managers réseau.** L'itinéraire manager est un parcours de formation certifiant en interne, différenciant et immersif aux couleurs de l'enseigne. Il s'articule autour de **11 capsules** (1 capsule par mois) sur différentes thématiques (e-learning, classe virtuelle ou présentielle, quizz, échanges entre pairs, etc.) et des accompagnements par coachings flash.



c) Accompagner le développement des compétences sur le réseau

Mis en place en 2021, le blended learning (temps de formation synchrones et asynchrones) s'est renforcé en 2023 pour offrir plus de souplesse dans l'organisation du travail des collaborateurs en magasin. **En 2023**, on compte **2778 apprenants uniques formés** grâce aux formations en présentiel, aux e-learning et aux parcours Blended Learning proposés par Ifogeco. A ce jour, l'offre e-learning propose **92 modules** pour se former en toute autonomie et à distance.

- **14 parcours de formation** blended learning dont **7 en 100% distanciel**, parmi lesquelles : Vendre avec le site e-commerce, Comprendre et agir contre la démarque, Maîtriser son temps et ses priorités, Garantir la sécurité au quotidien, Découvrir les indicateurs commerciaux, etc.

- **5 formations 100% Distanciel**, en **2 classes virtuelles**, parmi lesquelles : Appliquer la législation sociale, Appliquer la législation commerciale, Devenir tuteur, Actualiser son certificat individuel phytosanitaire, etc.

- **11 Capsules « Managériales »** parmi lesquelles : Développer des relations constructives et désamorcer les conflits, Accompagner son équipe : les entretiens et la formation, Recruter et intégrer les nouveaux collaborateurs, etc.

Par ailleurs, **deux titres professionnels** permettent aux collaborateurs de valoriser leur expérience au sein de l'enseigne et de valider un diplôme allant du Bac (AMUM) au Bac + 2 (MUM).

d) Accompagner le développement des compétences sur le siège

La Fabrique du Papillon : accompagner le bien-être et la prise de recul de nos collaborateurs
Développé en interne par des coachs certifiés, La Fabrique du Papillon, est un dispositif de conférences et d'ateliers pour prendre du recul sur son travail et développer compétences émotionnelles et

relationnelles (4 cycles, 10 ateliers).

La saison 1 s'est terminée au printemps 2023, en quelques chiffres clés :

- **4 cycles** : *Oser aller vers soi, Oser aller vers l'autre, Oser des relations vraies, Oser prendre sa place dans le collectif* ;

- **10 ateliers** proposés et **50 participants** aux ateliers ;

- **6 conférences** : Comprendre la fatigue mentale pour mieux se préserver, Oser aller vers soi, Osons aller vers l'autre et débloquons nos programmations autobloquantes, la place du corps, etc.

Des actions de coaching ciblées

À l'occasion des revues de compétences et de rémunération réalisées chaque année - rencontre de chaque manager pour échanger sur chaque membre de son équipe - **des actions de coachings** peuvent être proposées aux collaborateurs. Ces coachings sont de plusieurs types : **coaching long** (en interne ou en externe) ou **flash** (en interne). L'objectif est d'accompagner le collaborateur dans la gestion d'une problématique professionnelle, permettre l'exploration des modes de pensées, des émotions et des comportements, d'identifier des clés d'amélioration, d'aborder de nouveaux challenges, et de trouver des solutions.

- **En 2023, 9 actions coachings ont été réalisées** pour les collaborateurs du siège ;

- La démarche est également proposée au réseau. **16 coachings** ont été réalisés par IFOGECO pour des collaborateurs magasins en 2023.

> Poursuite de la formation Communication constructive

La serviabilité est au cœur du métier de Mr.Bricolage. Afin de faire progresser toute l'organisation sur ce volet essentiel et cultiver la préférence Mr.Bricolage dans le cœur des clients, tous les collaborateurs du siège sont invités à suivre un atelier de 3 heures sur la communication constructive favoriser une communication sereine et efficace avec les adhérents-entrepreneurs du réseau et leurs équipes.

> Poursuite de la formation Négociation durable
L'objectif de cette formation est d'harmoniser les pratiques dans l'acte de négociation, s'ouvrir à l'innovation et à l'élaboration de plans stratégiques à long terme. **En 2023, 11 collaborateurs du siège ont bénéficié de cette formation** sur-mesure initiée en 2021.

e) La formation des collaborateurs MBlog

En 2023, l'accompagnement initié il y a 3 ans, auprès des collaborateurs de l'exploitation s'est poursuivi pour former un public, peu formé d'ordinaire, sur la connaissance globale de la supply chain, et les risques chimiques et liés aux manutentions.

Agents logistiques

- La chaîne logistique : consolider ses compétences et favoriser la dynamique de groupe
- Prévenir les risques liés aux manutentions manuelles
 - Formation aux risques chimiques

Objectifs :

- Accompagner les agents logistiques dans la connaissance de l'environnement supply chain dans son ensemble, développer leur polyvalence et la synergie entre les équipes ;
- Permettre aux agents logistiques d'être acteurs de leur santé et sécurité au travail. Les accompagner dans l'observation et l'analyse de leur situation de travail pour être capable de mettre en place les mesures de protections nécessaires.

Techniciens logistiques :

- Prévenir les risques liés aux manutentions manuelles
- Formation aux Risques chimiques
 - Manager au quotidien
 - Excel TCD et Recherche V

Objectifs :

- Permettre aux techniciens logistiques d'être acteurs de leur **santé et sécurité au travail**. Les accompagner dans l'observation et l'analyse de leur situation de travail pour être capable de mettre en place les mesures de protections nécessaires ;
- Permettre aux techniciens logistiques d'adopter une poste de manager d'équipe et d'intégrer les techniques de base du management. Leur donner les moyens pratiques de concevoir et réaliser des tableaux et des graphiques croisés dynamiques pour analyser et synthétiser l'activité.

Responsables service logistique :

- Manager en situation complexe
- Suivi de budget

Objectifs :

- Permettre aux responsables de service logistique d'être en mesure de créer les conditions optimales de la performance des équipes autour de l'adaptation de son mode de management et de la communication, pour donner du sens et une vision commune ;
- Permettre aux collaborateurs d'atteindre le niveau EXCEL requis sur leur poste. Une formation sur-mesure a été mise en place pour 22 collaborateurs de l'administration des ventes et de l'approvisionnement.

C.2b Intégrer les nouveaux collaborateurs et proposer une expérience collaborateur riche, singulière et innovante

Pour Mr.Bricolage, bien intégrer les nouveaux collaborateurs est indispensable pour les fidéliser

dans la durée. Leur arrivée est particulièrement soignée pour qu'ils se sentent accueillis et attendus, dès leur arrivée. Grâce à **un parcours d'intégration complet** qui s'inscrit dans la durée, les équipes s'engagent pour faire vivre une expérience Mr.Bricolage singulière dès l'arrivée dans les effectifs (et même avant).

a) Un parcours d'intégration augmenté et innovant grâce à la mise à jour en 2023 des outils existants

- **Création d'un flyer reprenant les étapes du parcours d'intégration** : ce flyer est remis à chaque nouveau collaborateur dans son pack d'intégration et expliqué au cours de la 1^{ère} semaine par l'équipe fidélisation des compétences et performance durable ;

- **Création d'un Guide de l'intégration** à destination des managers qui reprend les différentes étapes du parcours d'intégration : préparation en amont, conseils pour le jour-J, parcours d'intégration préconisé et suivi de l'intégration. Accessible sur l'intranet, ce guide est remis à chaque manager dès son arrivée.

- **Mise en place de la démarche du Miroir** pour réussir le début de la collaboration. Ce dispositif innovant permet de croiser les regards avec les personnes avec lesquelles le nouveau collaborateur a été amené à travailler le plus lors de sa période d'essai.

➤ **Les + pour le nouveau collaborateur** : vivre une expérience d'intégration enrichie, valoriser les points forts et encourager les axes d'évolutions dès la 1^{ère} période d'essai et clarifier les attendus.

➤ **Les + pour l'enseigne** : valoriser la capacité à incarner les valeurs Mr.Bricolage et le triptyque **Compétences – Autonomie – Responsabilité** et identifier les besoins d'accompagnement complémentaires éventuels.

b) Cap intégration, la réunion des nouveaux collaborateurs

Pour permettre aux nouveaux arrivés **d'échanger et de s'acculturer à l'enseigne**, à ses valeurs et sa stratégie, la DRH a mis en place une réunion collective pour créer un esprit de promo et une émulation positive. La première réunion, qui a allié présentations Groupe et ateliers ludiques, s'est tenue le 19 décembre 2023 avec **12 nouveaux collaborateurs**.

c) Poursuite des rituels de suivi dans le parcours d'intégration

Tout au long de sa première année, chaque collaborateur est suivi par un membre de l'équipe Fidélisation des compétences et performance durable avec **des points d'étapes réguliers** : 1^{ère} semaine, 1 mois, 6 mois et 12 mois. Au cours de ses premiers mois, il est également invité à suivre une

sensibilisation aux codes de la marque avec l'équipe communication corporate, puis **une immersion en magasin de 2 à 3 jours** pour découvrir le terrain et les différents métiers.

d) Déclinaison et proposition d'un parcours d'intégration pour le réseau

Fort de son succès auprès des collaborateurs siège, ce parcours d'intégration a été adapté pour être diffusé aux magasins du réseau qui sont confrontés à des tensions importantes sur le recrutement et la fidélisation des compétences.

Porté par les responsables de région, les recruteurs et l'équipe Fidélisation des compétences et performance durable, le dispositif est proposé clé en main aux magasins. Tous les contenus essentiels ont été rédigés pour accompagner chaque équipe dans l'accueil et la fidélisation d'un nouveau collaborateur : guide, livret accueil, check list, feedback de suivi des collaborateurs, box de bienvenue, annonce arrivée, affiche, formulaire renseignements, EPI, fiche de rôle Parrain, fiche remise package administratif, autorisation des droits à l'image, etc.

D'abord proposé en pilote aux adhérents membres de la commission RH pendant 3 mois, ce dispositif a été **testé auprès de 18 nouveaux collaborateurs** et ajusté avant d'être déployé à l'ensemble du réseau Mr.Bricolage à l'automne 2023.

C.2c Accompagner l'évolution des organisations

Exemple de la mise en place d'un dispositif d'accompagnement internalisé pour accompagner la fusion des équipes DSI et Direction Expérience Client (DEX).

Dans le cadre du plan 1Pacte, il a été décidé de **rapprocher les directions DSI et DEX pour gagner en agilité et améliorer les services rendus**. Dans ce contexte, la DRH a travaillé sur un dispositif d'accompagnement sur mesure dont le cadre pourrait être utilisé dans d'autres circonstances similaires au siège. Le rapprochement de ces deux équipes aux quotidiens et aux missions différentes s'imposait notamment pour mettre en œuvre le projet de déploiement du SI à l'ensemble du réseau, un chantier complexe qui mettaient à mal les relations avec le réseau. Les deux équipes rencontraient des difficultés pour se mobiliser sur des enjeux communs et travailler ensemble. Grâce à un plan d'actions ciblé mené entre avril et décembre 2023, le rapprochement des équipes est désormais opérationnel et fructueux.

- **Avril - septembre** : Diagnostic interne pour identifier les leviers et les freins au changement et propositions ;

- **Octobre** : Partage de la feuille de route de la nouvelle direction auprès des équipes ;

- **Séminaire Équipe Direction du 28 au 29**

novembre 2023 : Mieux se connaître pour mieux fonctionner ensemble.

C.2d Moderniser le parcours de recrutement et développer l'attractivité de l'entreprise

a) Rendre le réseau acteur de son recrutement et plus autonome

En 2023, le service recrutement opère une transformation de son service au réseau avec la création d'un nouveau site de recrutement pour Mr.Bricolage. Déployé en août 2023, ce dispositif innovant permet de :

- **Renforcer l'attractivité de Mr.Bricolage** en permettant aux candidats de découvrir facilement les valeurs et la singularité de l'enseigne ;
- **Faciliter la recherche des offres** en y intégrant une possibilité de recherche géographique (sur carte) et simplifier le dépôt de candidatures (candidatures spontanées ou liées à une offre) ;
- **Mettre en avant des collaborateurs** de Mr.Bricolage et leurs parcours (collaborateurs magasins, siège, alternants) ;
- **Donner accès à un catalogue de vidéos pédagogiques** pour mieux connaître le Groupe et ses engagements (RSE, formation, valeurs, etc.)

b) Faire vivre la communauté des alternants

Consciente que les alternants constituent un vivier de compétences sur lesquelles elle peut capitaliser, l'entreprise soigne particulièrement les alternants. Pour leur permettre de se connaître, de partager sur leurs missions et de s'entraider, l'équipe Fidélisation des compétences et performance durable a mis en place **une communauté animée par des actions concrètes** : groupe WhatsApp, organisation de déjeuners pour se retrouver et partager, soirée afterwork, organisation d'une soirée tuteurs-alternants en juin 2023 pour partager sur les rôles et missions de chacun, présentation des duos tuteurs et alternants en vidéo, organisation d'une 1ère matinale pour marquer la rentrée des alternants.

À la fin 2023, Mr.Bricolage SA comptait une quinzaine d'alternants sur les fonctions supports.

c) Tisser des liens avec le monde étudiant en développant les partenariats écoles-entreprises

En 2023, Mr.Bricolage a noué un partenariat avec deux écoles. Lors de chacune des trois visites organisées, une quinzaine d'étudiants ont passé plusieurs heures dans les locaux à la rencontre des experts Mr.Bricolage pour échanger sur l'entreprise et les métiers.

C.2e Engager les communautés

a) La commission RH et Transformation : experts siège et adhérents engagés au service de la Transformation du réseau Mr.Bricolage

Créée en novembre 2022, la commission RH et

Transformation est composée d'experts siège et de sept adhérents du réseau. Dans un secteur où les problématiques d'attractivité et de fidélisation des collaborateurs sont importantes, ils s'engagent pour **harmoniser les pratiques RH Groupe Mr.Bricolage et proposer une expérience unifiée.**

Ensemble, ils suivent le déploiement des rituels managériaux en magasins et du parcours d'intégration, réfléchissent aux innovations sociales possibles en magasin, testent des dispositifs RH pour fidéliser leurs collaborateurs, etc.

b) Tournées régionales

Au-delà des groupes de travail, les adhérents Mr.Bricolage se réunissent une fois par mois lors de la visio-conférence mensuelle avec le comité de direction et lors des tournées régionales. Celles d'automne 2023 ont largement été orientées autour des ressources humaines et de l'uniformisation des pratiques RH à l'échelle du réseau. Dans chaque réunion, deux ateliers de réflexion/travail ont été proposés autour de (1) la mutualisation des formations sur le réseau et (2) les innovations sociales et les engagements à prendre pour développer l'attractivité RH des magasins.

c) La communauté des Managers

Au-delà de l'Itinéraire Manager proposé aux managers du siège, **des capsules Boost'up** ont été mises en place pour partager les expériences de management entre pairs, renforcer les liens existants et grandir ensemble au service de l'organisation. A l'occasion de ces capsules, **11 thématiques** ont été abordées parmi lesquelles prendre sa place en tant que manager, prendre des décisions, mon équipe sous pression, aider le mode projet, etc. Elles ont réuni en 2023 une soixantaine de managers.

D. Enjeux environnementaux

D.1 Définition de la politique environnementale

D.1a Règle d'organisation

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. La gestion opérationnelle de la protection de l'environnement repose sur les différentes directions en charge de l'exploitation de sites : Direction Supply Chain, Direction des Réseaux et Secrétariat Général.

Pour marquer l'importance **des enjeux du Développement Durable** pour Mr.Bricolage, le Secrétaire Général a été nommé **Directeur de la Transition écologique**. Tout en conservant son titre

de Secrétaire Général, sa mission a été réaffirmé d'anticiper l'évolution et l'adaptation des activités de Mr.Bricolage au changement climatique. Il a la charge **d'accompagner la transition écologique des activités du Groupe**, à tous les niveaux : de la conception des magasins et des produits à l'acculturation de tous les collaborateurs de l'entreprise à cette nouvelle donne écologique.

D.1b Évaluation 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 dans un premier temps par le Groupe 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**. À la suite de ce premier constat, le Groupe s'est donné comme ambition de suivre ses émissions 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 sur les trois scopes de la norme en appliquant toujours la méthode du bilan carbone.

L'enseignement principal de cette dernière étude a été l'évaluation de la part très importante (supérieur à 95%) des émissions liées aux produits vendus dans les magasins sur l'ensemble des émissions du Groupe. Mis à part le poste « Produit », la hiérarchie des grandes catégories d'activités (de plus important en termes d'émissions au moins important) est la suivante : fret, déplacements, autres (immobilisations, déchets directs, ...) et énergie.

En se limitant aux émissions de gaz à effet de serre du poste « Énergie » (consommation d'électricité et de gaz), les émissions pour 2023 sont évaluées à 218 tonnes équivalent CO2.

Pour actualiser le bilan carbone du Groupe, une nouvelle étude a été lancée en 2023 prenant en compte tous les scopes de la norme ISO 14 064. Les résultats sont attendus en 2024 ce qui permettra de confirmer ou mettre à jour les enjeux du Groupe en termes d'émissions de gaz à effet de serre. Il n'est donc pas possible à date de diffuser les émissions dues au transport amont et aval pour les activités de logistique exercées par la filiale MB LOG. L'évaluation de ces émissions ainsi que le plan d'actions spécifiques qui en découle seront donc diffusés dans la déclaration de performance extra-financière de l'année 2024. Cette actualisation du bilan carbone servira également dans le cadre des travaux en cours de **mise en conformité du Groupe à la réglementation européenne CSRD** (Corporate

Sustainability Reporting Directive).

Les paragraphes ci-après rendent compte des plans d'actions de la politique environnementale du Groupe, établis pour limiter les émissions des postes identifiés.

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 2023, le Groupe n'a constitué aucune provision ou garantie pour risques en matière d'environnement, n'a versé aucune indemnité à la suite d'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.

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

Le Groupe 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 ne consomme donc pas directement de matières premières.

Le Groupe joue 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.

D.2a Référencement 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.

Après une première phase d'expérimentation sur les années 2021 et 2022, le dispositif d'appels d'offres pour le référencement de produits a été complètement révisé. Il garantit qu'à chaque phase les critères d'engagement sur le principe du développement durable soient présents :

- En amont de l'appel d'offres, avec la préparation du **cahier des charges**, afin de définir les enjeux spécifiques à la gamme de produits concernés ;
- Durant l'appel d'offres, lors des échanges avec les fournisseurs sur les **engagements du Groupe** et leurs propres avancés sur ces sujets. Cela se formalise par **un questionnaire spécifique aux enjeux environnementaux mais aussi sociaux et sociétaux.**

Ce questionnaire est mis à jour régulièrement pour

prendre en compte les nouveaux enjeux ou ajouter des questions spécifiques sur certains engagements. Une analyse détaillée et un classement des fournisseurs sont donnés aux chefs de produits pour les accompagner dans la sélection du fournisseur le mieux-disant ;
- Après l'appel d'offres, pour vérifier que tous les engagements pris par le fournisseur sélectionné soient respectés.

Une formation à tous les chefs de produits a été réalisée en 2023 avec la participation des membres du copil RSE Produits. De nouvelles sessions de formation sont prévues début 2024 pour approfondir les outils mis à disposition pour évaluer les fournisseurs.

D.2b Gestion responsable de nos approvisionnements en bois

Un critère important pour le référencement des produits est le respect de la politique du Groupe en matière d'approvisionnement en bois utilisé dans les 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,
- 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 initié en 2008 permet de définir chaque année un plan d'actions. 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.

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

En 2023, un nouveau règlement européen a été publié pour renforcer la lutte contre la déforestation. La modification des processus internes et des systèmes d'information est en cours. Une phase de formation des interlocuteurs tant internes qu'externes a été initiée et se poursuivra en 2024.

D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments

D.3a Performance énergétique des bâtiments

Le Groupe s'est fixé des objectifs de maîtrise et d'économies d'énergie pour ses sites.

● Actions tous sites confondus (indépendants et périmètre consolidé)

Un service de renégociation des contrats de fourniture d'électricité et de gaz est proposé à tous les sites du Groupe. Face à la complexité des offres et la volatilité des marchés de l'énergie, ce service permet, avec des appels d'offres lancés périodiquement sur un périmètre étendu (entités du Groupe et magasins adhérents ou affiliés), de mutualiser les volumes pour négocier dans les meilleures conditions avec les fournisseurs d'énergie. Afin de mieux maîtriser les risques de fluctuation du marché d'énergie, les volumes d'électricité qui seront consommés en année N+1 sont achetés tout au long de l'année N sur le marché. Cela permet de bénéficier des opportunités en cas de baisse du marché tout en garantissant la continuité de la fourniture.

L'année 2023 a toutefois vu les tarifs augmentés de façon importante, ce qui a constitué un argument supplémentaire pour convaincre les magasins à rénover leurs bâtiments pour les rendre moins énergivores.

● Actions vers les magasins indépendants

Des actions de sensibilisation sont faites aux magasins du réseau afin de les inciter à :

> **Maîtriser leurs consommations**, en respectant des consignes et écogestes simples ;

> **Investir dans de nouveaux équipements**, avec des solutions référencées chez des partenaires.

Les principales solutions référencées portent sur :

> **L'éclairage** (un des postes les plus énergivores de nos magasins) : un fournisseur d'éclairage LED permet de proposer à nos adhérents une solution clé en main comprenant le dimensionnement, la fourniture des luminaires et leur installation ;

- **Le chauffage et rafraîchissement** : un fournisseur de

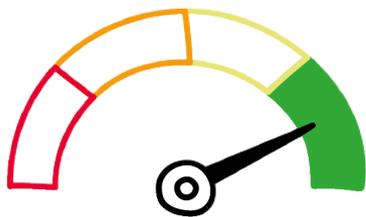
pompe à chaleur a été référencé, en intégrant un fluide frigorigène moins impactant pour l'environnement. L'accompagnement du fournisseur comprend toutes les étapes de l'étude à la maintenance ;

- **Le pilotage** : un système de GTB (Gestion Technique du Bâtiment) permet de mieux suivre les consommations, faire que les consignes soient respectées et les dérives détectées. La solution propose une adaptation aux contraintes de chaque magasin.

Deux webinaires ont été organisés pour nos magasins : un webinaire centré sur les obligations du Décret Tertiaire (réglementation imposant des objectifs de réduction de consommation énergétique) et un autre sur les solutions référencées (éclairage et chauffage/rafraîchissement). De nouveaux webinaires seront proposés aux magasins durant l'année 2024 pour les inciter à rénover leurs bâtiments.

● **Actions spécifiques aux sites du périmètre consolidé de cette déclaration**

Pour établir des plans d'actions de réduction des consommations d'énergie, des audits énergétiques ont été réalisés les années précédentes sur les sites du siège de Mr.Bricolage SA et des plateformes logistiques de MBLog. Les résultats de ces audits permettent d'évaluer les mesures et les travaux nécessaires afin de maîtriser les consommations d'énergie des différents sites.



En 2022, le Groupe a réalisé d'importants travaux sur son siège pour améliorer la performance énergétique :

- Des nouveaux boîtiers de commande de chauffage et la climatisation ont été installés sur tout le site et raccordés à une nouvelle Gestion Technique Centralisée ;
- Les radiateurs ancienne génération des sanitaires et bureaux non desservis par le système de pompe à chaleur en place ont été remplacés par des radiateurs à inertie plus performants.
- Dans le contexte du développement du télétravail, les espaces les moins utilisés ont été mis sous détection de présence pour le déclenchement du chauffage et de la climatisation. Grâce à la gestion technique centralisée, des scénarii de présence ont été créés pour optimiser le chauffage et la climatisation afin de réduire les consommations énergétiques.
- L'éclairage des bureaux et couloirs encore équipés de néons ont été remplacés par de l'éclairage LED.

En parallèle, le Groupe a engagé le siège de Mr.Bricolage à la Chapelle-Saint-Mesmin dans un plan de sobriété énergétique dont les principales mesures sont :

- La diminution de la consigne de chauffage pour une température ambiante d'occupation de 18°C +/- 1°C ;
- L'extinction de l'éclairage du parking à 21h00 ;
- La baisse de la température de chauffe des ballons d'eau chaude à 55°C ;
- L'arrêt de l'éclairage de façade à 20h00 et suspension de l'éclairage de la cour intérieure ;
- Le remplacement de la GTB du bâtiment.

Des actions de sobriété ont également été mises en place dans les plateformes logistiques, avec notamment la baisse du niveau de chauffage dans les entrepôts.

| | Consommation | Nombre de sites | Surface totale concernée | Ratio 2023 | Ratio 2022 | Ratio 2021 |
|--------------------|---------------|-----------------|--------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Électricité | 1 516 369 kwh | 4 sites | 47 669 m2 | 31,81 kwh/m2 | 39,88 kwh/m2 | 45,43 kwh/m2 |
| Gaz | 647 638 kwh | 3 sites | 46 089 m2 | 14,05 kwh/m2 | 19,72 kwh/m2 | 30,08 kwh/m2 |

L'électricité est principalement utilisée pour couvrir les besoins d'éclairage mais également de chauffage et de rafraîchissement d'air (pour les bureaux). Le gaz est lui utilisé pour les besoins de chauffage.

La consommation d'électricité des sites s'élève en 2023 à 1,52 GWh pour 4 sites, contre 1,86 GWh en 2022, soit une baisse de plus de 18%. Le ratio de consommation de gaz passe de 19.72 kWh/m² en 2022 à 14.05 kWh/m² en 2023, soit une baisse de près de 30%. Le recours massif au télétravail avait déjà permis de baisser les consommations d'énergie. Mais ce sont surtout les nouveaux équipements installés les années précédentes et le suivi des mesures de sobriété qui expliquent les baisses de consommations constatées.

D.3b Gestion des déchets

● Actions vers les magasins indépendants

Plusieurs gammes de produits sont concernées par la reprise obligatoire, par les magasins, des équipements en fin de vie des clients. En fonction de la surface de vente dédiée à ces gammes, les magasins doivent mettre en place des dispositifs de collecte et de traitement des produits ramenés par leurs clients.

Conformément à la réglementation, le Groupe est adhérent au titre de Producteur auprès de plusieurs éco-organismes en charge de mettre en place les filières dites « REP » (Responsabilité Élargie du Producteur). Le Groupe finance les activités de ces éco-organismes en reversant une contribution pour chaque produit vendu de la marque Inventiv (MDD – Marque de Distributeur). Mr.Bricolage SA est d'ailleurs actionnaire de plusieurs de ces éco-organismes, afin de participer à l'organisation de ces filières.

Le Groupe négocie avec ces éco-organismes les solutions de reprise et impulse le déploiement en magasins. La multiplication des types de produits à reprendre auprès des clients nécessite l'adaptation des solutions aux magasins du Réseau car la majeure partie des magasins dispose de peu de place pour stocker ces produits repris.

> **Le Groupe est en partenariat avec l'éco-organisme EcoSystem.** Cet organisme regroupe les activités de collecte et de recyclage des équipements électriques et électroniques, des lampes et les petits extincteurs. Ces équipements contiennent souvent des substances ou composants polluants pour l'environnement, mais ils comportent également un fort potentiel de recyclage des matériaux qui les composent.

> **Le Groupe est également en partenariat avec l'éco-organisme Screlec** qui organise la collecte et le traitement des piles et accumulateurs.

> **L'éco-organisme EcoDDS s'occupe de mettre en place la filière des produits chimiques.** La collecte de ce type de produits, initiée en 2021, se développe avec les campagnes successives. Les magasins bénéficient d'une solution adaptée pour la reprise des produits chimiques acryliques et solvantés. Cet éco-organisme est également habilité pour la gestion de la reprise de l'outillage du peintre.

> **Le Groupe a également un partenariat avec EcoMaison** qui traite plusieurs gammes de produits : les meubles et autres éléments d'ameublement, les articles de bricolage et jardin, ainsi que les produits de construction. La collectes de ces produits a fait l'objet d'une communication particulière en 2023 pour inciter les magasins à faire bénéficier leurs clients de solution de reprise même si pour le moment les volumes rapportés sont faibles.

> **L'éco-organisme Ecologic traite pour les magasins la fin de vie des machines motorisées thermiques.**

En adhérant aux éco-organismes et en soutenant leurs démarches auprès des magasins indépendants, 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 en créant les liens nécessaires entre les producteurs ou récupérateurs de déchets et les fabricants de produits qui ont besoin de matières.

Lors du salon annuel de Mr.Bricolage, les solutions de reprise ont été communiquées aux magasins, en insistant dans l'édition 2023 sur les nouvelles filières : les articles de bricolage et jardin, ainsi que les produits de construction.

● **Actions spécifiques aux sites du périmètre consolidé de cette déclaration**

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 dans la gestion des déchets produits ou récupérés auprès des collaborateurs demeure l'amélioration constante des points suivants :

> Le respect de la réglementation en vigueur ;

> 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, et qui s'est concrétisé en France par une loi dédiée publiée en février 2020. Le Groupe 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 ne génèrent que très peu de déchets alimentaires. Les 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.

Les indicateurs consolidés de la production de déchets dangereux et non dangereux pour l'année 2023 sont donnés ci-dessous :

> Déchets dangereux

| | Tonnage | Nombre de sites | Surface totale concernée | Ratio 2023 | Ratio 2022 | Ratio 2021 |
|--------------------------------------|----------|-----------------|--------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Ensemble des déchets | 337,04 T | 4 Sites | 47 669 m ² | 7,07 kg/m ² | 6,47 kg/m ² | 7,49 kg/m ² |
| Déchets Industriels Banals non triés | 58,02 T | 4 Sites | 47 669 m ² | 1,22 kg/m ² | 1,08 kg/m ² | 2,51 kg/m ² |
| Carton | 190,16 T | 4 Sites | 47 669 m ² | 3,99 kg/m ² | 3,67 kg/m ² | 4,35 kg/m ² |
| Plastique | 63,48 T | 3 Sites | 40 775 m ² | 1,56 kg/m ² | 1,34 kg/m ² | 0,55 kg/m ² |
| Bois | 10,74 T | 2 Sites | 39 195 m ² | 0,27 kg/m ² | 0,13 kg/m ² | 0,18 kg/m ² |
| Gravats et autres déchets inertes | 0,00 T | 0 Site | 0 m ² | 0,00 kg/m ² | 0,00 kg/m ² | 0,00 kg/m ² |
| Autres déchets triés | 14,64 T | 3 Sites | 46 089 m ² | 0,32 kg/m ² | 0,50 kg/m ² | 0,60 kg/m ² |
| Taux de tri sur site | | 82,79 % | | | 83,24 % | 66,49 % |

Le ratio de production de l'ensemble des déchets pour les sites s'élève à 7,07 kg/m² (contre 6,47 kg/m² en 2022). Cela représente 337.04 tonnes de déchets générés sur 3 sites (contre 298,34 tonnes en 2022). Le carton, le plastique et le bois sont les déchets les plus triés. **Le taux des déchets triés** directement sur place dans les sites est de **82,79%**.

> Déchets dangereux

Les déchets dangereux sont générés en faibles quantités sur les sites du Groupe. Ils sont liés aux retraits de la vente de certains produits contenant des substances dangereuses ainsi qu'à la collecte de certains déchets auprès des collaborateurs (déchets d'équipements électriques et électroniques et piles/accumulateurs).

En 2023, les 4 sites du Groupe ont fait traiter 22,78 tonnes de déchets dangereux (contre 10,98 tonnes en 2022 pour 2 sites). Le ratio de production de déchets dangereux est de 0,48 kg/m² en 2023 contre 0,38 kg/m² en 2022.

Les différentes typologies de déchets dangereux produits par les sites du Groupe sont notamment les déchets issus :

- Des produits pâteux (peinture, colle, vernis...),
- Des équipements électriques et électroniques,
- Des piles ou accumulateurs,
- Des aérosols,
- Des poudres.

Le siège de Mr.Bricolage ainsi que les 2 plateformes logistiques de MBL ont une solution de collecte et de traitement des déchets électriques et électroniques par convention d'enlèvement directement sur site avec l'éco-organisme EcoSystem. Les collaborateurs peuvent également ramener sur les sites leurs anciens

équipements. Pour les autres déchets dangereux, les sites passent par des prestataires habilités pour le traitement de ce type de déchets.

D.3c Consommation de papier

Pour assurer la promotion de l'enseigne et des produits qu'il distribue, le Groupe utilise comme supports des imprimés publicitaires (catalogues promotionnels, ...) en papier. Ils sont créés par le service communication de Mr.Bricolage SA. 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 **PEFCTM** (Programme for the Endorsement of Forest Certification).



D.3d Autres Consommations de ressources des sites

● Consommation d'eau

Étant donné son activité, le Groupe 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.

Toutefois, durant l'été 2023, le contexte de vigilance s'est renforcé sur la disponibilité et la consommation de l'eau en France. Il a donc été décidé de mettre en place différentes actions.

● **Actions vers les magasins indépendants**

En 2023, deux récupérateurs d'eau d'une capacité de 1000 litres chacun ont été installés au siège de Mr.Bricolage. Ces deux récupérateurs reliés à la toiture permettront d'arroser les plantes intérieures et extérieures ;

Face aux crises de sécheresse, le gouvernement avait mis en place un plan d'actions pour une gestion résiliente et concertée de l'eau durant l'été 2023. Dans le cadre de ce plan national, nous avons communiqué aux magasins le guide de sobriété en eau qui a été établi en concertation avec les autres enseignes de distribution (rassemblées sous l'association Perifem) ;

Les mesures applicables aux magasins du réseau sont notamment : la mise en place d'un suivi régulier des consommations d'eau, l'équipement des robinets d'éco-mousseurs et de détecteurs de présence, la sensibilisation des collaborateurs/clients/prestataires de nettoyage, l'optimisation du réglage des laveuses, la programmation des arrosages ou leur arrêt total dès le déclenchement du niveau « vigilance » du plan national.

● **Actions spécifiques aux sites du périmètre consolidé de cette déclaration**

En juin 2023, une association est intervenue au siège réunissant en présentiel et distanciel les collaborateurs des différentes filiales autour du sujet du climat et de son impact sur la ressource en eau. Durant cette matinée de conférence et animation, les collaborateurs ont pu prendre conscience du lien étroit entre climat et eau, constater l'état des lieux des ressources en eau à l'échelle du territoire national et du Loiret et en savoir plus sur les écogestes et les produits vendus en magasins permettant de réduire la consommation d'eau.

> Consommations d'autres énergies

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.

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 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 sites 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.

D.4 Mobilité responsable

D.4a Évolution de la flotte automobile

Dès 2021, le siège de Mr.Bricolage s'est doté de bornes de recharge pour véhicules électriques. Ces bornes sont utilisables par les collaborateurs autant pour les véhicules de fonction ou de service que pour les véhicules personnels. La décision a été prise en 2023 de remplacer par des véhicules électriques, les véhicules de sa flotte automobile, gérée de manière centralisée pour tous les sites du périmètre de cette déclaration. Ce remplacement se fera à chaque échéance des contrats de location. Cela devrait

permettre le passage à une flotte complètement électrique sous 3 ans. Ce choix répond aux ambitions de notre plan 1Pacte pour rendre nos déplacements plus durables.

D.4b Politique de déplacements professionnels

Les déplacements professionnels se trouvant directement concernés par les défis posés par le changement climatique. La politique voyage a été repensée afin de renforcer le lien avec notre ambition de décarbonation et des frais de déplacements professionnels revalorisés.

Les principes qui ont été posés dans cette politique de déplacement sont les suivants :

- Des voyages professionnels moins fréquents mais plus pertinents ;
- Prioriser le train par rapport à l'avion ou à la conduite sur longue distance ;
- Préférer dans la mesure du possible, des hôtels engagés en faveur du développement durable (signalés dans (l'outil de réservation en ligne)
- Repenser les déplacements routiers avec le covoiturage, l'autopartage et les véhicules propres.

D.4c Sensibilisation des collaborateurs

Dans le cadre de la Semaine Européenne de la Mobilité de septembre 2023, les collaborateurs du siège ont été réunis autour du thème de la mobilité durable. Cela a permis notamment de :

- Prendre conscience de l'impact des transports sur le climat et des enjeux sanitaires et sociaux ;
- S'ouvrir aux différents modes de déplacement pour repenser la mobilité durablement.

Nous avons accueilli une association qui a réalisé une conférence sur le sujet, ainsi qu'un représentant du réseau de transport en commun afin de promouvoir l'utilisation de ces transports mais aussi du vélo. Un challenge a été proposé également aux collaborateurs les défiant de venir au siège autrement qu'en autosolisme, en covoiturant ou en venant en vélo par exemple.

Durant le mois de mai 2023, dans le cadre de la semaine de la sécurité routière au travail, chaque

jour, un article et un test de mise en situation par thématique ont été publiés sur l'intranet du Groupe. Ont notamment été abordés les thématiques suivantes : Le téléphone et la conduite, la vitesse et la ceinture, la fatigue et la conduite ainsi que l'impact de l'alcool sur la conduite. Des animations ont également été mises en place au siège : mise en situation avec des lunettes déformantes simulant un état d'ébriété, présence de la préfecture du Loiret sur un stand de sensibilisation, questions tests.

E. Enjeux sociétaux

E.1 Sensibilisation des parties prenantes aux enjeux RSE

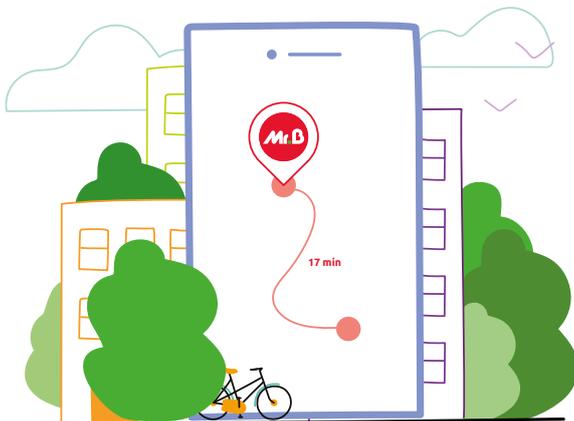
Il est nécessaire d'acculturer nos parties prenantes aux enjeux RSE du Groupe. Il est également important de remettre en question nos enjeux au regard de l'actualité et des retours de nos parties prenantes internes et externes : collaborateurs, adhérents, salariés magasins, fournisseurs, clients, riverains, etc...

● Actions vers les magasins indépendants et aux sites du périmètre consolidé de cette déclaration

Depuis juin 2022, un article est publié chaque mois sur l'intranet du Groupe (accessible aux collaborateurs, adhérents, salariés des magasins). Un des enjeux du Groupe est abordé à chaque fois et un questionnaire permet de recueillir les retours des lecteurs. Chaque newsletter reprend ce qu'est l'enjeu du mois, pourquoi il est matériel pour le Groupe, ce qu'on peut faire pour diminuer les risques associés, ce qui est fait dans le Groupe et les perspectives (contexte environnemental, évolutions réglementaires, etc.).

Les sujets abordés durant l'année 2023 sont : Transition énergétique, Pollution environnementale, Lutte contre les discriminations, Gestion raisonnée des ressources, Réduction du plastique, Gestion durable de l'eau, Enjeux environnementaux de la Supply Chain, Achats responsables et sélection de produits, Fin de vie des produits et responsabilité élargie du producteur, Gestion durable du bois, Développement des énergies renouvelables.

Les journées « Cap intégration » ont été lancées en 2023 pour accueillir les nouveaux collaborateurs, échanger et poursuivre leur acculturation à l'enseigne, à ses valeurs, sa stratégie, à la connaissance de leur environnement et de leurs collègues. L'occasion également d'instaurer des moments de sensibilisation et échanges sur différents sujets du développement durable. La 1^{ère} journée s'est déroulée en décembre au siège. Nos nouveaux collaborateurs ont été sensibilisés à la gestion des déchets et ont pu apprendre à se connaître autour de la construction de composteurs



en palettes qui permettront de collecter les biodéchets du siège et de les valoriser en compost pour les carrés potagers présents au siège.

● **Actions vers les clients consommateurs**

Afin d'encadrer la communication des entreprises et favoriser la promotion des produits et services en ligne avec la transition écologique et énergétique, l'Etat a mis en place deux obligations à partir de 2022 :

- **L'obligation de se déclarer sur la plateforme** www.publicite-responsable.ecologie.gouv.fr
- **Le dépôt d'un contrat climat**: liste d'engagements sur leurs communications avec des indicateurs de mesures.

Après avoir réalisé le bilan des actions réalisées en 2022, Mr.Bricolage SA a souscrit une nouvelle fois à un contrat climat et mis à jour ses engagements et indicateurs pour l'année 2023.

Pour aider les magasins assujettis dans la définition de leurs engagements, le siège a mis à disposition les engagements pris par Mr.Bricolage SA et applicables en magasin pour les outils de communication créés par le service publicité de Mr.Bricolage.

Parmi les engagements pris par Mr.Bricolage SA, il est possible de citer :

- Mettre en avant des labels internes et externes qui permettent d'identifier les **produits répondant à des critères d'engagement** sur le principe du développement durable ;
- Mettre en avant les **produits fabriqués en France** ;
- Mettre en avant les produits à **faible consommation énergétique** ;
- Promouvoir les **services écoresponsables** (peinture sur mesure, réparation, location...);
- Promouvoir des **comportements de consommation durables** ;
- Imprimer les catalogues sur **papier recyclé** et issu de forêts gérées durablement ;
- Et favoriser les imprimeurs labellisés **Imprim'vert**.

———— **E.2 Solidarité et proximité**

Afin de faire vivre les valeurs du Groupe, solidarité et proximité, plusieurs actions ont été réalisées durant l'année 2023 :

● Le 14 juin, **journée mondiale des donneurs de sang**, les collaborateurs ont été invité à participer aux collectes de l'Etablissement Français du Sang se déroulant sur Orléans et ont questionné sur leur souhait de donner leur sang au sein du siège. C'est ainsi que le 30 novembre a été accueillie, au siège de Mr.Bricolage, une équipe de l'EFS pour permettre aux collaborateurs de donner leur sang sur leur lieu de travail.

● **Une vingtaine de palettes de produits** (colles, meubles salle de bain, plasticulture) **ont été données** à une association locale qui s'inscrit dans un projet d'inclusion sociale et de l'insertion par

l'activité économique. **Grâce à ce don, l'association a mené 3 actions de solidarité :**

- Dans un premier temps, l'association a mis en place une vente des objets à petits prix pour que leurs salariés puissent en bénéficier ;
- Ils ont ensuite outillé leurs services espaces verts, chantiers verts et multiservices ;
- Finalement, ils ont transmis les objets dont ils n'avaient pas utilité à une ressourcerie partenaire afin de créer une véritable chaîne solidaire.



———— **E.3 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 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**.

Il est à noter qu'avec le développement de **gammes de produits à Marques de Distributeur (MDD) ces dernières années, un contrôle renforcé des fournisseurs concernés a été mis en place**. Des audits sont réalisés chaque année sur une sélection de fournisseurs. Ces audits évaluent les procédures et actions mises en place par les fournisseurs pour garantir la conformité réglementaire, le respect des conditions de travail, d'hygiène et sécurité... Chaque audit fait l'objet d'un rapport comportant un plan d'actions d'amélioration. Un dossier de spécifications techniques est établi permettant également de formaliser les engagements de chaque fournisseur.

E.4 Actions en faveur des Droits de l'Homme
Les fournisseurs de produits référencés par le Groupe 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 INOHA - anciennement Unibal, Les Industriels du nouvel habitat), 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.

À 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.

E.5 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. De plus, cette démarche de lutte contre la corruption s'inscrit parfaitement dans le projet d'entreprise de la société Mr.Bricolage puisque la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) qui couvre l'éthique des affaires et la loyauté des pratiques est désormais **au cœur de notre modèle de développement.**

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 a été mise à jour durant l'année 2022. Des fiches de risques ont été établies 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. Le dispositif a été mis à jour en 2022 pour tenir compte de la loi du 21 mars 2022 sur la protection du lanceur d'alerte.

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 entre la fin de l'année 2022 et le 1er trimestre 2023, l'objectif étant de **responsabiliser et sensibiliser** chacun des salariés du Groupe. Plus spécifiquement, 120 collaborateurs identifiés comme prioritaires ont fait l'objet de formation en 2023 par 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 repensé également **le questionnaire d'évaluation de ses partenaires principaux, les fournisseurs.** Ce questionnaire sera intégré dans le nouvel outil en cours de déploiement pour le suivi des données sur les fournisseurs de produits.

E.6 Protection des données personnelles

Le Groupe Mr.Bricolage a pris des engagements sur la manière dont sont traitées les données personnelles collectées dans le cadre de ses activités :

- **Transparence** : Lors de la collecte et du traitement des données personnelles en communiquant toute information sur la finalité et les destinataires des données ;
- **Légitimité** : collecte et traitement de données

personnelles uniquement aux fins indiquées ;

- **Conservation & Sécurité** : collecte et conservation des données personnelles conformément à la réglementation et pour la durée nécessaire ;

- **Accès, rectification, opposition** : possibilité d'accéder, de modifier ou de corriger les données personnelles ainsi que s'opposer à l'utilisation des données personnelles.

Un Délégué à la Protection des Données a été nommé. Il est joignable via une adresse générique dpo@mrbricolage.fr. Cette adresse comme les engagements sont diffusés sur le site marchand de Mr.Bricolage.

Un module e-learning en ligne sur le site IFOGECO accessible pour tous les collaborateurs a été développé sur la mise en application du Règlement RGPD. Plusieurs publications à destination des collaborateurs du Groupe et des magasins ont été également réalisées sur l'intranet du Groupe.

E.7 Action de promotion de la pratique d'activités physiques et sportives

Le Groupe souhaite **fédérer les équipes** et créer de la **cohésion interservices** notamment par la mobilisation envers des causes ou simplement par la pratique du sport en prenant à sa charge les inscriptions des collaborateurs **sur diverses courses locales**.

Les Foulées Roses sont des marches et courses organisées en ouverture de l'opération nationale Octobre Rose au profit de La Ligue contre le cancer du Loiret. Pour l'édition 2023 de cet événement, de nombreux collaborateurs et collaboratrices du siège qui se sont mobilisés pour participer à ces courses. En 2023, un groupe de discussion accessibles aux collaborateurs du siège de Mr.Bricolage a été créé afin de relayer les actions de cohésion interservices. Les premières actions proposées ont été notamment de rejoindre un groupe de sport (course à pied, foot en salle, padel). Parmi les actions du groupe de sport « *Course à pied* », 4 collaborateurs ont participé à la « **Course des 3 ponts** » en novembre 2023. C'est une course à pied de 10 km de nuit reliant 3 ponts orléanais emblématiques.



E.8 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.

Le Groupe n'a pas mené d'actions particulières visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans la réserve.

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

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 2023. Le magasin Mr.Bricolage basé à l'Herme et géré par, la filiale de Mr.Bricolage SA, MB L'HORME, a ouvert au public en avril 2023. Les données concernant ce site n'ont pas été prises en compte dans les indicateurs présentés dans cette déclaration ;
- Le site rattaché juridiquement à la société ANPF, soit IFOGECO.

Le Groupe ne contrôle majoritairement aucune filiale à l'étranger qui soit significative en termes de problématique environnementale ou qui emploie des salariés au 31 décembre 2023. Ainsi, les filiales étrangères ne sont pas prises en compte dans la déclaration.

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 courriel par chaque prestataire,
- Factures émises par les prestataires pour chaque site,
- Extrait des systèmes d'informations propres à Mr.Bricolage SA liés à la gestion des différentes entités du Groupe.

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 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 site) 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.

F.3 Consolidation des données

Les données collectées sont saisies pour obtenir une consolidation des données pour les Services Aux Réseaux, et si cela est pertinent, l'activité Formation.

Le nombre de mètres carrés utilisé pour le calcul des indicateurs correspond 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 de la déclaration de performance extra-financière. 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 ouvrés moyens entre la date du lendemain de l'accident et la date de reprise, quel que soit le temps de travail contractuel. Il est à noter que pour un arrêt de travail survenant l'année N-1 et continuant sur l'année N seront comptabilisés uniquement les jours perdus au titre de l'année du reporting.

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.

F.4 Exclusions spécifiques aux données environnementales

F.4a Tous types de données

Sont exclus les 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, ...) ou ayant subi une modification importante (déménagement...) ne permettent pas une comparaison entre les sites sur une période annuelle. Si ce cas de figure existe pour l'année de la déclaration, alors les informations disponibles sur ces entités sont données dans les tableaux nommés « Sites non comparables ».

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.



G. Tableau de synthèse

| Engagement RSE | Enjeux | Risques | Politique et actions |
|---|---|---|--|
| Gouvernance | Politique de l'entreprise en matière de RSE | <ul style="list-style-type: none"> > Visibilité des engagements > Incohérence dans les actions réalisées > Vision RSE non partagée en interne | <ul style="list-style-type: none"> > Gouvernance avec 3 Comité de pilotage RSE (Social/Produits/Magasins) > Nomination d'un Directeur de la Transition écologique, membre du codir > Intégration de l'atteinte d'objectifs RSE dans les objectifs de chaque direction |
| Valoriser le capital Humain | Améliorer la qualité de la vie au travail et l'organisation du temps de travail | <ul style="list-style-type: none"> > Détérioration des conditions de travail > Impact sur le bien-être et la performance > Difficulté à conserver les talents > Manque d'attractivité de l'entreprise | <ul style="list-style-type: none"> > Mise en place outil NIBELIS (fiabiliser relations collaborateur/entreprise) > Accord temps de travail (Mr.Bricolage SA) : Organisation du travail flexible > Charte télétravail et horaires flexibles > Analyse des facteurs de pénibilité (MB Log) |
| | Favoriser l'égalité professionnelle et la diversité | <ul style="list-style-type: none"> > Risques de discrimination et d'inégalités des chances > Perte d'envie de contribuer au projet d'entreprise > Manque d'attractivité de l'entreprise | <ul style="list-style-type: none"> > Accord sur égalité professionnelle entre hommes/femmes (Mr.Bricolage SA) > Index Parité H/F publié > Journée sensibilisation aux handicaps avec l'association Handischool (Mr.Bricolage SA) |
| | Récompenser la performance collective et individuelle | <ul style="list-style-type: none"> > Perte de vitalité / Affaiblissement du collectif > Perte d'envie de contribuer au projet d'entreprise > Erosion de la culture d'entreprise > Impact sur la performance | <ul style="list-style-type: none"> > Anticipation des NAO > Salaire minimum supérieur à 50€ au SMIC > Dynamisation des dispositifs d'épargne salariale : PERCOL, PEE > Abondement de l'actionnariat salarié > Entretiens de compétences annuels > Bilan social individualisé |
| | Améliorer les relations sociales | <ul style="list-style-type: none"> > Détérioration des conditions de travail > Perte de vitalité / Affaiblissement du collectif > Erosion culture d'entreprise > Non-conformité réglementaire | <ul style="list-style-type: none"> > Accords négociés avec CSE |
| | Santé et sécurité au travail | <ul style="list-style-type: none"> > Ethique vis-à-vis des collaborateurs > Détérioration de la santé et sécurité des collaborateurs > Risque d'absentéisme | <ul style="list-style-type: none"> > Formations sécurité > Commission SSCT pour les sociétés MB Log, Mr.Bricolage SA > Formation CHSCT pour les élus Mr.Bricolage SA > Formation aux risques Psycho Sociaux pour le CSE et managers de Mr.Bricolage SA |
| Transformation humaine et développement des Hommes | Accompagner l'appropriation des valeurs (Serviabilité/Solidarité/Proximité) | <ul style="list-style-type: none"> > Incohérence entre actions réalisées et valeurs portées > Risque réputationnel > Perte de confiance de nos parties-prenantes | <ul style="list-style-type: none"> > Accompagnement des magasins sur l'animation des espaces Entraide > Mise en place du programme Facilitateur (lien entre 1 collaborateur et 1 magasin) > Participation aux Foulées Roses (course solidaire contre le cancer) et à la course des trois ponts (Orléans) |

| Engagement RSE | Enjeux | Risques | Politique et actions |
|---|---|---|---|
| Transformation humaine et développement des Hommes | Accompagner le développement des Hommes | <ul style="list-style-type: none"> > Risques liés à la gestion des compétences > Déficit d'employabilité des collaborateurs > Difficulté à développer les talents | <ul style="list-style-type: none"> > Formation continue, accompagnement par coaching interne > Accompagnement des managers (formation par itinéraire managers, communauté des managers) > Mise en place de la Fabrique du Papillon (programme de développement des compétences relationnelles et émotionnelles) > Blended Learning pour les magasins > Déploiement des rituels managériaux (animation des équipes en magasin) |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> > Intégration des nouveaux collaborateurs > Engagement des communautés (Managers, Terrain, Transformeurs) |
| Réduire de l'empreinte environnementale des sites du Groupe | Performance énergétique des bâtiments | <ul style="list-style-type: none"> > Risques liés à l'impact du changement climatique : transition vers un monde décarboné > Impact économique du coût et de la disponibilité de l'énergie > Atteinte à l'acceptabilité de nos parties prenantes > Non-conformité réglementaire | <ul style="list-style-type: none"> > Audits énergétiques > Suivi des besoins en énergie > Rénovation de l'éclairage, des systèmes de chauffages/climatisation ainsi que de l'outil de pilotage (GTB) au siège de Mr.Bricolage SA |
| | Mobilité responsable | <ul style="list-style-type: none"> > Risques liés à l'impact du changement climatique : transition vers un monde décarboné | <ul style="list-style-type: none"> > Installation de bornes de recharges pour véhicules électriques et hybrides rechargeables au siège du groupe > Décision de passer la flotte automobile sur 100% de véhicules électriques au fur et à mesure des renouvellements du leasing |
| | Gestion des déchets | <ul style="list-style-type: none"> > Risque lié à la raréfaction des ressources > Non-conformité réglementaire | <ul style="list-style-type: none"> > Promotion du tri à la source et réduction des déchets > Collecte séparée du carton, papier, bouteilles plastiques au siège de Mr.Bricolage SA > Systématisation de l'utilisation des gobelets et bouteilles réutilisables |
| | Maîtrise des atteintes à l'environnement | <ul style="list-style-type: none"> > Risques de pollutions et atteintes à l'environnement > Atteinte à l'acceptabilité de nos parties prenantes | <ul style="list-style-type: none"> > Gestion des produits dangereux (ICPE pour entrepôts) > Prévention des incendies (Matériels de prévention, Instructions écrites, Formations) > Prévention des déversements accidentels |
| Réduire l'empreinte environnementale de nos magasins | Performance énergétique des magasins | <ul style="list-style-type: none"> > Impact économique du coût et de la disponibilité de l'énergie > Non-conformité réglementaire > Atteinte à l'acceptabilité des parties prenantes | <ul style="list-style-type: none"> > Référencement de solutions techniques sobres en énergie pour les magasins, comme : éclairage LED, chauffage/climatisation par Pompe à Chaleur, bornes de recharges, système de pilotage des consommations (GTB) > Accompagnement des magasins pour les objectifs de réduction de consommation du Décret tertiaire |
| | Gestion des déchets et reprise des produits usagés en magasin | <ul style="list-style-type: none"> > Risque lié à la raréfaction des ressources > Non-conformité réglementaire > Atteinte à l'acceptabilité des parties prenantes | <ul style="list-style-type: none"> > Partenariat avec les éco-organismes > Solutions de collecte avec les éco-organismes (DEEE, piles/accumulateurs, lampes, produits chimiques, ameublement, article bricolage/jardin...) > Accompagnement des magasins (webinaires, communication...) |

| Engagement RSE | Enjeux | Risques | Politique et actions |
|---|--|---|--|
| Réduire l'empreinte environnementale des produits | Empreinte environnementale des produits | <ul style="list-style-type: none"> > Impact économique lié à la disponibilité des matières premières > Gaspillage des ressources > Surexploitation des ressources et des territoires / Atteinte à la biodiversité > Perte de confiance des parties prenantes dans l'engagement du Groupe > Perte de clientèle par rapport aux attentes sociétales en matière de RSE | <ul style="list-style-type: none"> > Politique de gestion responsable du bois > Partenariat avec la fondation Earthworm > Ateliers de formation des acheteurs sur les critères de sélection des produits > Atelier de formation des interlocuteurs internes sur le nouveau règlement RDUE (réglementation de lutte contre la déforestation de l'Union Européenne) > Validation des catalogues par l'organisme FSC pour la promotion des produits certifiés > Intégration de critères d'écoconception dans le cahier des charges de la Marque de Distributeur Inventiv à respecter pour référencement > Questionnaire RSE à compléter par les fournisseurs lors des appels d'offres produits > Mise en avant des produits Fabriqués en France |
| Partager la RSE à toutes les parties prenantes | Engagements RSE diffusés aux magasins, fournisseurs, clients | <ul style="list-style-type: none"> > Non-respect des engagements RSE Mr.Bricolage > Non-conformité réglementaire > Risque réputationnel > Perte de confiance de nos parties-prenantes | <ul style="list-style-type: none"> > Evaluation de la maturité des fournisseurs en phase d'appel d'offres sur les thématiques RSE par un questionnaire > Diffusion d'un manifeste aux fournisseurs afin de s'assurer de leur compréhension et de leur adhésion à nos valeurs et engagements RSE > Relai aux magasins d'animations sur différentes thématiques RSE > Mise en avant des produits et services référencés permettant aux clients d'améliorer l'efficacité énergétique de leur maison > Diffusion d'une newsletter mensuelle sur les enjeux RSE > Organisation de webinaire d'information aux magasins |
| Relation de confiance avec nos parties prenantes | Transparence / Ethique / Corruption | <ul style="list-style-type: none"> > Atteinte à la morale > Risque réputationnel > Non-respect des engagements RSE Mr.Bricolage > Non-conformité réglementaire > Perte de confiance de nos parties-prenantes | <ul style="list-style-type: none"> > Code de bonne conduite des affaires > Charte de lanceur d'alerte et ligne téléphonique dédiée > Protection des marques déposées par le Groupe > Centralisation de la comptabilité en France et faible part des flux financiers internationaux > Questionnaire aux fournisseurs sur l'éthique / corruption |
| | Agir en faveur des Droits de l'Homme | <ul style="list-style-type: none"> > Atteinte aux droits humains fondamentaux, dont les droits du travail > Risque réputationnel / mise en danger de l'image du Groupe | <ul style="list-style-type: none"> > Intégration de l'engagement dans les questionnaires RSE envoyés aux fournisseurs > Clause contractuelle (Droits de l'Homme, condition de travail, travail des enfants...) > Amélioration des outils de dialogues (cahiers des charges, audit fournisseurs...) |
| Santé et sécurité des consommateurs | Sécurité - Qualité des produits | <ul style="list-style-type: none"> > Atteinte à la sécurité des clients (produits et lieux de ventes) > Ethique, coût moral et humain > Risque réputationnel / mise en danger de l'image du Groupe > Incidents / accidents d'un client > Non-respect des engagements RSE Mr.Bricolage > Impact financier (perte de chiffre d'affaires Groupe, litiges, sanctions, insatisfaction clients, assurances) | <ul style="list-style-type: none"> > Réalisation d'audits des fournisseurs > Procédure retrait/rappel d'un produit en place > Clause intégrée dans le contrat de référencement/fabrication |

Valoriser le Capital Humain

| | | Ifogeco | | | | Le Club | | | | Mb Log | | | | Mr.Bricolage | | | |
|--|--|---------|------|-------|------|---------|------|-------|------|--------|------|-------|------|--------------|------|-------|------|
| | | 2022 | | 2023 | | 2022 | | 2023 | | 2022 | | 2023 | | 2022 | | 2023 | |
| | | En NB | En % | En NB | En % | En NB | En % | En NB | En % | En NB | En % | En NB | En % | En NB | En % | En NB | En % |

Le Capital Humain

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Effectifs au 31/12 | | 18 | | 18 | | 45 | | 47 | | 150 | | 153 | | 325 | | 330 | |
| Répartition de l'effectifs au 31/12 par catégorie | Employés | 1 | 6% | - | 0% | 11 | 24% | 10 | 21% | 93 | 62% | 92 | 60% | 38 | 12% | 27 | 8% |
| | Agents de maîtrise | 2 | 11% | 4 | 22% | 8 | 18% | 10 | 21% | 33 | 22% | 34 | 22% | 52 | 16% | 65 | 20% |
| | Cadres | 15 | 83% | 14 | 78% | 26 | 58% | 27 | 57% | 24 | 16% | 27 | 18% | 235 | 72% | 238 | 72% |
| Répartition de l'effectifs au 31/12 par sexe | Femmes | 12 | 67% | 12 | 67% | 23 | 51% | 23 | 49% | 51 | 34% | 52 | 34% | 185 | 57% | 182 | 55% |
| | Hommes | 6 | 33% | 6 | 33% | 22 | 49% | 24 | 51% | 99 | 66% | 101 | 66% | 140 | 43% | 148 | 45% |
| Répartition de l'effectifs au 31/12 par groupe d'âge | moins de 30 ans | 3 | 17% | 3 | 17% | 6 | 13% | 7 | 15% | 10 | 7% | 13 | 8% | 59 | 18% | 60 | 18% |
| | de 30 à 39 ans | 3 | 17% | 1 | 6% | 4 | 9% | 4 | 9% | 36 | 24% | 37 | 24% | 86 | 26% | 89 | 27% |
| | de 40 à 49 ans | 5 | 28% | 8 | 44% | 12 | 27% | 11 | 23% | 64 | 43% | 61 | 40% | 103 | 32% | 101 | 31% |
| | plus de 50 ans | 7 | 39% | 6 | 33% | 23 | 51% | 25 | 53% | 40 | 27% | 42 | 27% | 77 | 24% | 80 | 24% |

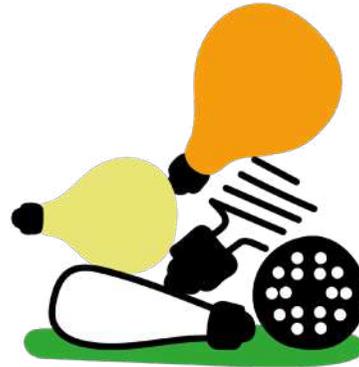
Les mouvements

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|-----|---|--|---|--|---|--|---|--|----|--|----|--|----|--|----|--|
| Les embauches | CDI | 2 | | 3 | | 2 | | 6 | | 11 | | 10 | | 28 | | 36 | |
| Les départs | CDI | 3 | | 2 | | - | | 2 | | 15 | | 13 | | 31 | | 27 | |

L'absentéisme

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------------------|------|--|------|--|------|--|------|--|------|--|------|--|------|--|------|--|
| Taux d'absentéisme * | | 3.6% | | 1.9% | | 1.3% | | 4.2% | | 7.7% | | 9.2% | | 1.8% | | 2.0% | |
| Répartition des absences* par durée (en Nbr de jours ouvrés) | Moins de 3 jours | 25% | | 50% | | 61% | | 46% | | 48% | | 42% | | 42% | | 47% | |
| | De 4 à 10 jours | 13% | | 38% | | 22% | | 23% | | 31% | | 27% | | 31% | | 23% | |
| | De 10 à 20 jours | 25% | | 0% | | 6% | | 8% | | 8% | | 13% | | 12% | | 15% | |
| | De 20 à 40 jours | 13% | | 0% | | 6% | | 15% | | 6% | | 8% | | 6% | | 10% | |
| | Plus de 40 jours | 24% | | 12% | | 6% | | 8% | | 7% | | 10% | | 9% | | 5% | |
| Taux de Fréquence | | 0 | | 0 | | 14.3 | | 0 | | 32.6 | | 28.9 | | 0 | | 3.8 | |
| Taux de Gravité | | 0 | | 0 | | 0.03 | | 0 | | 1.6 | | 1.8 | | 0 | | 0.1 | |

*sont inclus les absences maladie, maladie professionnelle, accident du travail



Transformation humaine et développement des Hommes

La formation

Nombre de collaborateurs formés
Nombre d'heures de formation

| Ifogeco | | Le Club | | Mb Log | | Mr.Bricolage | |
|---------|-------|---------|-------|---------|--------|--------------|---------|
| 2022 | 2023 | 2022 | 2023 | 2022 | 2023 | 2022 | 2023 |
| 19 | 17 | 20 | 22 | 112 | 90 | 241 | 211 |
| 614 h | 264 h | 241 h | 200 h | 1 613 h | 1624 h | 2 876 h | 4 994 h |

Réduire l'empreinte environnementale des sites du Groupe

Performance énergétique des bâtiments

| | Unité | 2023 | 2022 | Évolution |
|---|----------------------|-----------|-----------|-----------|
| Consommation d'énergie (électricité, gaz) | kWh | 2 164 007 | 2 770 444 | -21,89% |
| Emission GES liés à l'énergie | Tonne équivalent CO2 | 218 | 292 | -25,34% |

Gestion des déchets

| | | | | |
|-------------------------------|--------|---------|--------|----------|
| Tonnage déchets non dangereux | Tonnes | 337,04 | 298,34 | +12,97% |
| Taux de tri sur site | % | 82,79 % | 83.24% | -0,54% |
| Tonnage déchets dangereux | Tonnes | 22,78 | 10.98 | +107,77% |



Notre engagement collectif
pour une croissance durable

PLAN STRATÉGIQUE 2022 - 2025

Mr.Bricolage
1, rue Montaigne
45380, La Chapelle-Saint-Mesmin
02 38 43 50 00

mr-bricolage.fr
mr-bricolage.com