

ANPF
Groupement des Magasins

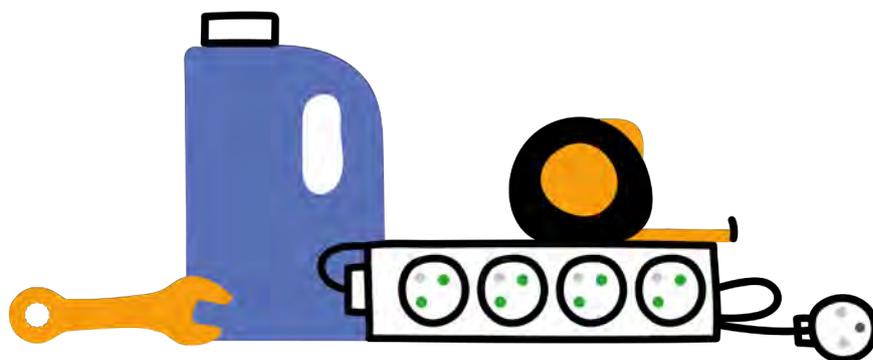
Groupe
Mr.Bricolage



DPEF|2024

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	Concept magasin	5
A.5b	Plan stratégique 1Pacte	5-6
A.6	Gouvernance de la RSE	6
A.6a	COFIL RSE Magasins	7
A.6b	COFIL RSE Produits	7
A.6c	COFIL RSE Social	7
B.	Enjeux extra-financiers et risques associés	9
C.	Enjeux sociaux	9
C.1	Valoriser le Capital Humain	9
C.1a	Développer une politique sociale attractive au service du collectif et de l'individuel	9
C.1b	Récompenser la performance individuelle et collective	9-10
C.1c	Maintenir une bonne qualité de vie au travail	10
C.1d	Harmoniser la politique sociale du Groupe pour favoriser l'équité et le dialogue social	10
C.1e	Accélérer la digitalisation RH	10-11
C.1f	Favoriser l'égalité professionnelle et la diversité	11
C.2	Fidélisation des compétences et Performance durable	11
C.2a	L'évolution du dispositif de formation	11
C.2b	L'expérimentation de la démocratisation des coachings	11
C.2c	La Fabrique du Papillon : dispositif de développement professionnel et personnel	11
C.2d	Le développement des compétences sur le réseau	12
C.2e	La refonte du dispositif RH : l'évolution de l'entretien de compétences	12
C.2f	L'accompagnement de la dimension et de l'exigence managériale	12-13
C.2g	L'accompagnement des organisations	13
C.2h	L'expérience d'intégration chez Mr.Bricolage	13
C.2i	L'accompagnement des tuteurs et alternants : deux communautés partenaires	14
C.2j	Attractivité RH et modernisation du recrutement en interne et en externe	14
C.3	Engager les communautés	14-15
C.3a	La commission RH et Transformation	15
C.3b	Des rendez-vous réguliers avec les adhérents pour développer l'entraide et contribuer à la performance du réseau	15
C.3c	Communauté des collaborateurs et construction du plan stratégique	15
D.	Enjeux environnementaux	16
D.1	Lutte contre le réchauffement climatique	16
D.2	Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués	16
D.2a	Référencement des produits	16-17
D.2b	Gestion responsable de nos approvisionnements en bois	17
D.3	Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments	17
D.3a	Performance énergétique des bâtiments	17-18
D.3b	Gestion des déchets	18-19
D.3c	Consommation de papier	20
D.3d	Autres Consommations de ressources des sites	20
D.3e	Maîtrise des atteintes à l'environnement	20
D.4	Mobilité responsable	21
E.	Enjeux sociétaux	22
E.1	Sensibilisation des parties prenantes aux enjeux RSE	22
E.2	Solidarité et proximité	22
E.3	Santé et sécurité des consommateurs	23
E.4	Actions en faveur des Droits de l'Homme	23-24
E.5	Dispositif de lutte contre la corruption et le trafic d'influence	24
E.6	Protection des données personnelles	24
E.7	Action de promotion de la pratique d'activités physiques et sportives	24
E.8	Autres informations	24
F.	Note méthodologique pour la déclaration de performance extra-financière	25
F.1	Périmètre	25
F.2	Modalités de collecte	25
F.3	Consolidation des données	25
F.4	Exclusions spécifiques aux données environnementales	25-26
F.4a	Tous types de données	26
F.4b	Déchets	26
G.	Tableaux de synthèse	27-31



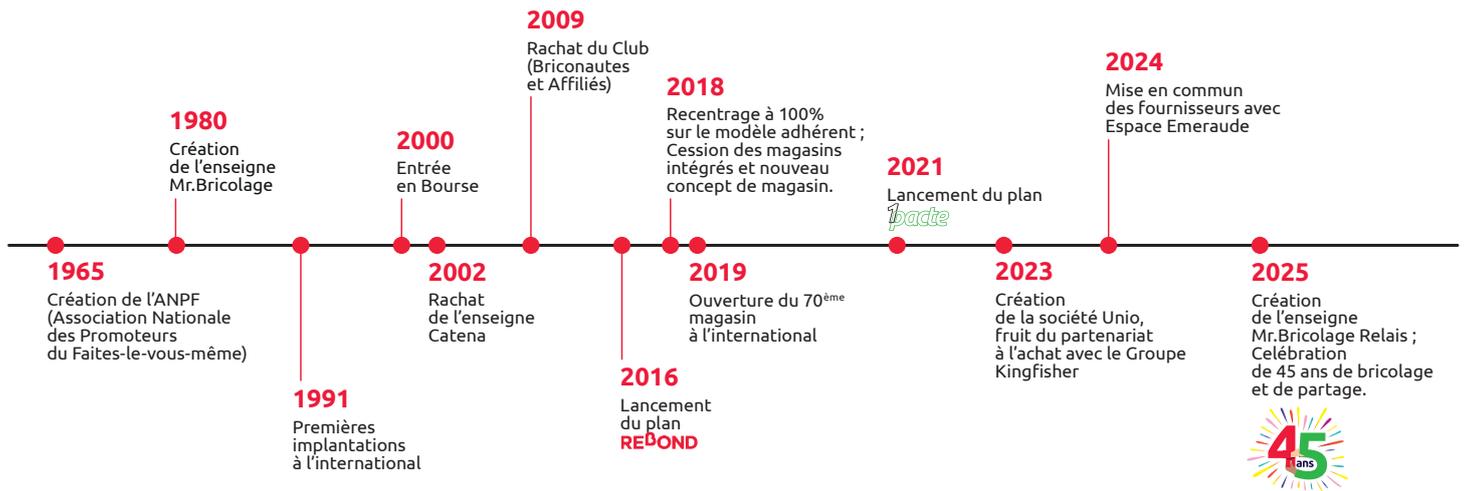
Cette déclaration de performance extra-financière reprend l'ensemble des catégories d'informations pertinentes pour le Groupe ANPF conformément au décret n°2017-1265 du 9 août 2017 en application de l'article L.225-102-1 du Code de commerce, applicable pour l'exercice 2024.

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.

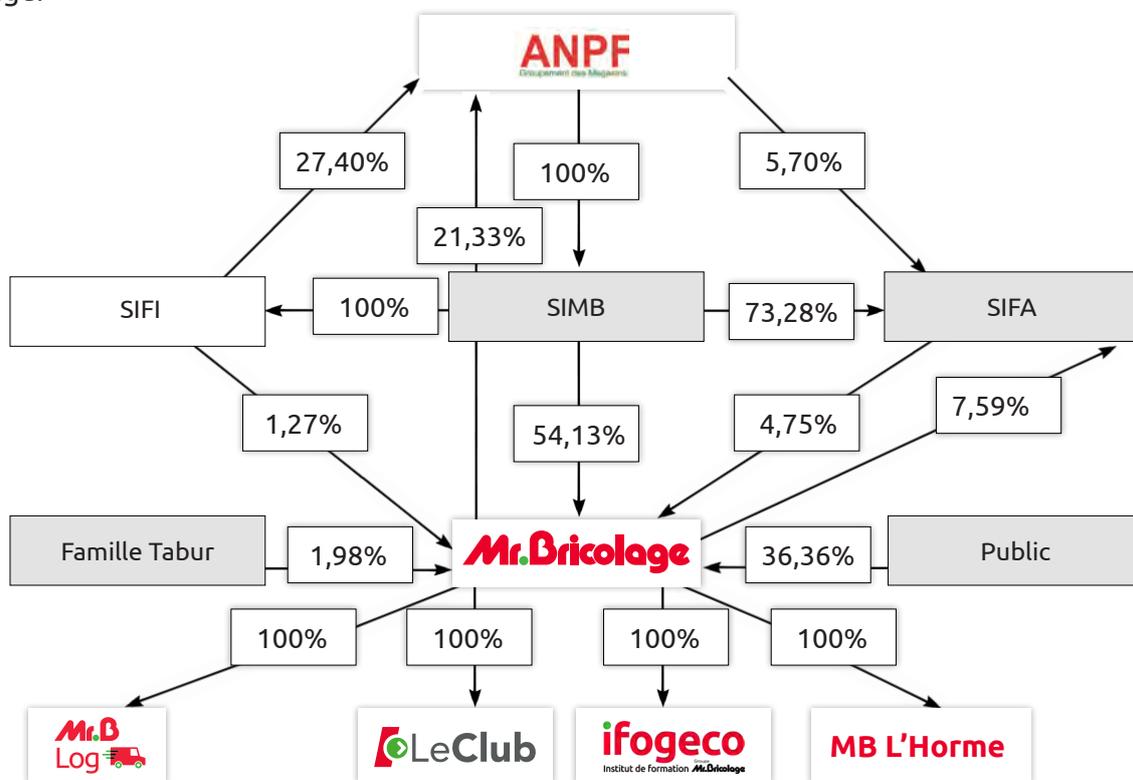
A. Modèle d'affaires

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.



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, MBLog et ifogeco). 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. Les données de cette société ont été exclues du périmètre de cette déclaration (voir paragraphe F.1Périmètre) Le magasin Mr. Bricolage basé à l'Horme, géré par une filiale de Mr. Bricolage SA, MB L'HORME, a ouvert au public en avril 2023. Compte-tenu de l'activité de ce site, les données le concernant n'ont pas été prises en compte dans les indicateurs présentés dans cette déclaration (voir paragraphe F.1Périmètre). Mr. Bricolage SA contrôle d'autres filiales mais n'ayant pas d'activité exercée au 31/12/2024 et a des participations dans d'autres sociétés sans y exercer un contrôle.

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 suivantes :
> Les sociétés SIMB, SIFI et SIFA sont des sociétés holdings dont l'activité principale est la gestion de titres de participation ;

- Les 4 sociétés portant 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 qu'un entrepôt presté en région orléanaise ;
- La société ifogeco est un organisme de formation professionnelle.

A.5 Stratégie du Groupe

A.5a Concept magasin

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



L'entraide, le centre de la relation client en magasin. C'est un espace en libre-service pour être conseillé par des professionnels, un espace dédié aux animations et rendez-vous associatifs pour fidéliser les clients.



Le Point service, 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.



Les Essentiels, la sélection gagnante. Il s'agit de produits du quotidien, nécessaires à l'entretien de la maison et qui se renouvellent régulièrement dans le foyer.

A.5b Plan stratégique 1Pacte

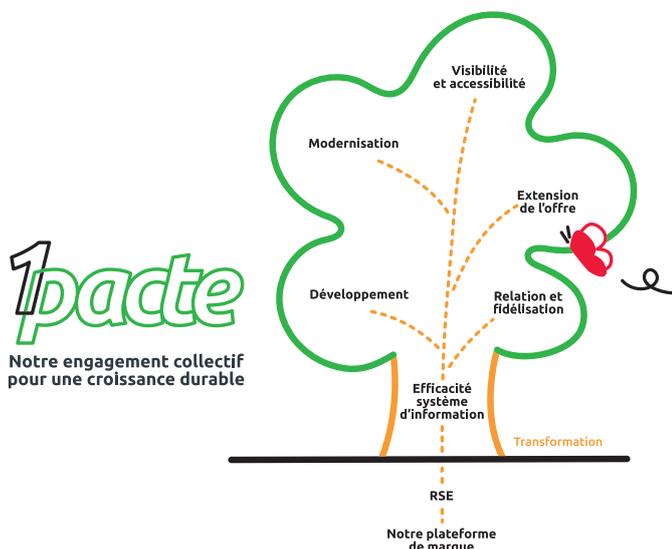
À la suite du succès de la transformation du Groupe et à son recentrage sur son activité cœur de métier des Services aux Réseaux, le Groupe met en œuvre le plan stratégique 1Pacte pour la période 2022 à 2025. Résolument tourné vers l'avenir et le respect des valeurs communes à l'ensemble des parties 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 nombre de points de vente 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 dans 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 être intégrée à chaque niveau du Groupe :

- Au niveau stratégique, le plan 1Pacte inclut la RSE dans ses objectifs pour montrer l'engagement du Groupe dans ce domaine ;
- Au niveau du Conseil d'Administration, qui suit les avancées de la démarche et auprès de qui une revue annuelle est réalisée sur la Transition écologique ;
- Au niveau de la Direction Générale et du Comité de direction (CODIR), qui s'assure de la mobilisation de toutes les directions sur les chantiers du plan stratégique et notamment du Secrétariat général et de la Direction de la Transition écologique, de la Direction des Ressources Humaines et de la Transformation Groupe et de la Direction commerciale ;
- Au niveau des magasins,
 - > Les Groupes « *Échanger et Construire* » qui intègrent nos adhérents-entrepreneurs dans la construction des plans d'actions dont deux groupes sont liés à la RSE :
 - Ressources Humaines et transformation : pour l'harmonisation des pratiques RH et proposer une expérience des collaborateurs unifiée (voir paragraphe C.3a La commission RH et Transformation) ;
 - Transition écologique Produits & Magasins : ce groupe a été constitué en 2024 avec des représentants d'adhérents dont un membre du conseil d'administration. Il s'est réuni deux fois pour partager les réalisations et ambitions dans les deux domaines et identifier comment associer plus largement l'ensemble de la communauté des adhérents et des magasins à la démarche ;
 - > Les « *rencontres internationales* » qui permettent d'échanger avec les délégations représentant les magasins basés hors de France métropolitaine. La rencontre de 2024 a été l'opportunité de présenter les avancés du Groupe sur la démarche RSE et les axes de travail communs dans ce domaine ;

- Au niveau de tous les Services aux Réseaux, trois comités de pilotage (COFIL) dédiés aux chantiers RSE du plan stratégique pour mobiliser les collaborateurs et intégrer la démarche dans leur quotidien.

Les paragraphes suivants détaillent les rôles et objectifs des 3 COFILs RSE.

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 : Éco-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

Nos ressources financières

- ✓ Capitaux propres consolidés de :
 - L'ANPF = 112 211 K€
 - Mr.Bricolage = 133 020 K€
- ✓ Revenus issus des activités ordinaires :
 - Ventes de marchandises = 197,3 M€ (dont Ventes e-commerce = 11,6 M€)
 - Prestations de services aux magasins et fournisseurs = 83 M€



Nos services et outils métiers

- 3 entrepôts logistiques
- Un centre de formation ifogeco
- Des systèmes d'informations Groupe
- Un site web mr-bricolage.fr

Nos ressources environnementales

- 4 bâtiments physiques gérés directement par Mr.Bricolage
- Énergie consommée : 1 903 734 kWh



Notre organisation

Nombre de collaborateurs

Hommes Femmes



Notre identité d'enseigne

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



L'entraide



Le Point service



Les Essentiels

Mr.Bricolage

Au 31 décembre 2024

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.

Mr.Bricolage
Proximité
Solidarité
Servabilité

Des services au réseau

Animation réseaux

- Mise en œuvre de la stratégie d'enseigne en magasins par le soutien de responsables régionaux
- Accompagnement magasins

Services support

- Soutien aux magasins sur diverses thématiques : systèmes d'information finance, développement durable

Digital et expérience client

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

Offre de services et de produits

- Définition de gammes produits et positionnement de la gamme distributeurs
- Négociations fournisseurs
- Référencement produits

Supply Chain

- Activité de logistiques, d'importation et d'exportation

Concept et développement

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

Marketing publicité

- Stratégie de prospection et de fidélisation des clients

La valeur créée

Une performance économique partagée

- Chiffre d'affaire consolidé Mr.Bricolage = 280,3 M€
 - EBITDA consolidé de Mr.Bricolage = 27,6 M€
 - Résultat consolidé de Mr.Bricolage = 13,9 M€
- Actionariat collaborateurs via le FCPE = 1,71% du capital de Mr.Bricolage
- Participation et intéressement salariés

Une enseigne en développement

- Implantation dans 11 pays



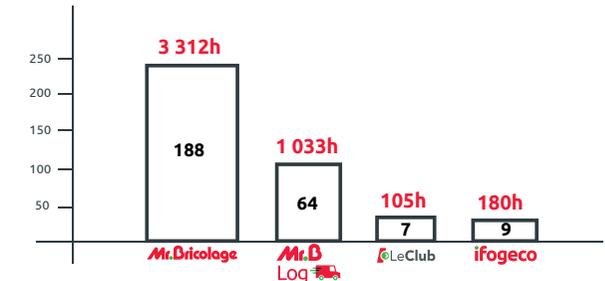
Enjeux environnementaux maîtrisés

Évolution consommation d'énergie = -12%
Déchets triés sur site : 83,84%



Des collaborateurs formés

Nombre de collaborateurs et d'heures de formation



L'identité de l'enseigne adoptée

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



B. Enjeux extra-financiers et risques associés

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 des Ressources Humaines et de la Transformation Groupe, la Direction du Secrétariat Général et de la Transition écologique, 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 ;
- Etablissement 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 2024 et les résultats obtenus.

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

Mr.Bricolage a lancé une mise à jour de l'évaluation de ses enjeux extra-financiers en appliquant la méthode d'analyse de double matérialité pour les prioriser. Cette analyse servira de base pour les travaux de mise en conformité du Groupe à la réglementation européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). La consultation des parties prenantes, que le Groupe a mené, permet de confirmer la liste des enjeux et de les prioriser selon leur impact sur la société et l'environnement, mais également sur la performance financière du Groupe. Les résultats définitifs de cette analyse pourront être diffusés dans une prochaine publication. Il est à noter que les résultats à date sont conformes aux enjeux listés ci-dessus et ne modifient pas de manière importante leur priorisation en termes d'impacts.

C.Enjeux sociaux

C.1 Valoriser le Capital Humain

C.1a Développer une politique sociale attractive au service du collectif et de l'individuel

Le Groupe engage d'importants investissements pour développer son attractivité, fidéliser et engager ses collaborateurs tout en préservant sa compétitivité. Dans cette optique d'amélioration continue au service des collaborateurs, les dispositifs de santé et d'épargne salariale ont été révisés en 2024.

- En janvier 2024, le Groupe a fait le choix de changer de prestataire mutuelle pour pérenniser son contrat de frais de santé et maintenir un niveau de garantie satisfaisant pour l'ensemble des collaborateurs. Ce changement a permis aux collaborateurs d'accéder à de nouveaux services tels que la téléconsultation et à de meilleures garanties auprès de certains professionnels (opticiens, dentistes, ostéopathes psychologues, diététiciens). Malgré la hausse récurrente des cotisations, l'entreprise maintient la prise en charge intégrale du régime famille de base, réaffirmant ainsi sa volonté de prendre soin de la santé de ses collaborateurs.

- Chaque année, l'entreprise revoit son niveau d'abondement sur le fond FCPE Mr.Bricolage. En 2024, malgré un contexte économique sous tension, l'entreprise a choisi de maintenir un très bon niveau d'abondement pour favoriser la constitution d'épargne salariale, pour accompagner les collaborateurs à concrétiser des projets de vie.

C.1b Récompenser la performance individuelle et collective

Dans un contexte économique tendu qui n'épargne pas le marché du bricolage, les évolutions salariales ont été travaillées avec prudence avec le souhait de valoriser l'engagement et le travail de l'ensemble des collaborateurs.

Aussi, les salaires de base de tous les collaborateurs non-cadre ont augmenté à hauteur de 2% au 1er juin 2024 et jusqu'à 1% d'augmentation individuelle a pu être attribuée en fonction de la performance individuelle évaluée et motivée par le manager à la suite des revues de compétences et de rémunération. Compte tenu du contexte de prudence budgétaire, aucune enveloppe d'augmentation collective ou individuelle n'a été prévue en 2024 pour les collaborateurs cadre.

Néanmoins, au regard de la surperformance de certains cadres dans leurs missions durant l'année 2023, qui a nécessité un investissement supplémentaire à leur attribution - fonction - feuille de route, il a été possible, par exception, d'attribuer une augmentation individuelle.

Dans le même temps, le dispositif mis en place en 2022 qui prévoit que le salaire minimum Groupe soit supérieur de 50€ au SMIC mensuel, a été reconduit. Pour récompenser la performance collective, toutes les sociétés du Groupe bénéficient d'un accord intéressement avec la reconduction des indicateurs de performance pouvant aller jusqu'à 2,5% de la masse salariale.

C.1c Maintenir une bonne qualité de vie au travail

Essentielle pour assurer la performance et l'engagement des collaborateurs, la qualité de vie au travail est une priorité de l'entreprise. Chaque année, elle est notamment mesurée lors des entretiens de télétravail et de suivi des forfaits cadre. Tous les collaborateurs du Groupe Mr.Bricolage sont rencontrés par l'équipe du Capital Humain afin d'échanger sur :

- L'organisation de leur travail entre présentiel et 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.

Au titre de l'année 2024, 737 entretiens télétravail et forfait cadres ont été réalisés.

Dans le même temps, les équipes de la direction des ressources humaines s'engagent pour sensibiliser les collaborateurs sur des sujets qui concernent leur santé. A cet effet, deux semaines particulières ont été organisées en 2024 et ont rencontré un franc succès.

La semaine de la sécurité routière s'est déroulée du 27 au 31 mai 2024 au siège pour sensibiliser les collaborateurs aux risques routiers, favoriser les prises de conscience des dangers des distracteurs, de la vitesse excessive, de la fatigue, de l'alcool au volant, etc. Beaucoup d'entre eux réalisent de nombreux déplacements en voiture dans le cadre de leurs missions professionnelles. A cette occasion,

plusieurs ateliers ont été proposés au siège (lunettes de simulation, jeux, etc.) et ont réunis plus d'une cinquantaine de participants.

L'entreprise a pris part à la semaine nationale de la qualité de vie et des conditions de travail du 17 au 21 juin. Plusieurs opérations spéciales ont été organisées autour du bien-être et de la santé en général pour informer, accompagner, prévenir des dangers. Cinq webinaires pensés pour les collaborateurs du Groupe ont été dispensés sur des thématiques variées telles que l'équilibre alimentaire, l'activité physique, l'hyperconnexion, le sommeil, etc. Une dizaine de massages ont été gracieusement réalisés par une professionnelle, en partenariat avec notre partenaire retraite.

C.1d Harmoniser la politique sociale du Groupe pour favoriser l'équité et le dialogue social

En 2024, la DRH a poursuivi ses efforts pour harmoniser la politique sociale entre les différentes entités du Groupe afin de favoriser l'équité et apaiser le dialogue social. A cet effet, l'annualisation des congés payés, mise en place en 2023 pour Mr.Bricolage SA, a été déployée au sein de toutes les filiales en 2024.

Cette année encore, 9 accords ont été négociés avec les représentants du personnel des entités Mr.Bricolage SA, MB Log et Ifogeco dont 8 ont aboutis à la conclusion d'un accord collectif.

C.1e Accélérer la digitalisation RH

La performance des collaborateurs est au cœur de la politique RH Groupe. Pour permettre à chacun de déployer son plein potentiel, s'épanouir dans son travail et contribuer au développement de l'organisation, la DRH a mis en œuvre le chantier structurant de la digitalisation des RH en 2024.

Engagée pour libérer les équipes Capital Humain des tâches administratives chronophages à faible valeur ajoutée en leur permettant de se concentrer davantage sur l'accompagnement des collaborateurs et la mise en œuvre de projets innovants, la digitalisation RH est permise par le déploiement à grande échelle de l'outil NIBELIS.



Deux modules ont été plus particulièrement déployés cette année : (1) les entretiens légaux et (2) la formation. La centralisation des données au sein d'un seul et même outil

- garantit un suivi optimal, fiable et facilement accessible ;
- créé un environnement de travail simplifié ;
- permet un pilotage rigoureux des données sociales et financières ;
- facilite la prise de décision.

Concernant la formation, Nibelis permet désormais la collecte des besoins en formation, l'arbitrage, la gestion du plan (ouverture des sessions, gestion du budget), le suivi des historiques. La collecte des besoins individuels en formation 2025 s'est déroulée fin 2024.

C.1f 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.

Mr.Bricolage poursuit par ailleurs ses efforts pour se rendre accessible aux collaborateurs en situation de handicap à travers le comité de pilotage RSE et son groupe de travail égalité, diversité et inclusion.

C.2 Fidélisation des compétences et Performance durable

En 2024, la Direction des Ressources Humaines et de la Transformation Groupe a poursuivi l'accompagnement du développement des compétences des équipes.

C.2a L'évolution du dispositif de formation

L'équipe Fidélisation des compétences et Performance durable se mobilise autour d'une ligne directrice : mettre en place un plan de développement des compétences inclusif, motivant et évaluable, qui respecte la prudence budgétaire imposée par le contexte économique et qui priorise les formations les plus impactantes. Pour ce faire, nous avons déterminé des leviers d'actions prioritaires : (1) encourager les équipes à participer à l'effort collectif de prudence budgétaire, (2) s'aligner aux enjeux stratégiques de l'entreprise, (3) responsabiliser davantage managers et collaborateurs dans la conduite du plan de formation, (4) accompagner et faciliter les choix de formations avec la mise à disposition d'un catalogue, (5) mesurer la satisfaction et renforcer la communication dans une logique d'amélioration continue.

Parmi les évolutions, le lancement des plans de formations Mr.Bricolage SA et MB Log se fait désormais en deux temps s'adapter aux contraintes des équipes :

- 1.Actions légales et stratégiques : dès janvier 2024 et tout au long de l'année ;
- 2.Actions liées aux besoins individuels : dès mars 2024 et tout au long de l'année.

Une autre évolution majeure est à souligner concernant l'arbitrage CODIR. Une enveloppe budgétaire « virtuelle » est allouée à chaque membre du CODIR en fonction des effectifs de sa direction. Chacun arbitre les besoins exprimés par ses équipes, en concertation avec les managers et en lien avec les enjeux prioritaires de l'entreprise.

C.2b L'expérimentation de la démocratisation des coachings

En complément de l'évolution du dispositif de formation, et au-delà des actions de formations courantes, le coaching flash est proposé depuis 2024 aux collaborateurs qui le souhaitent. Il s'agit d'un dispositif clé en main pour accompagner un collaborateur à prendre du recul et à identifier des solutions concrètes pour réagir face à une situation professionnelle complexe auquel il est confronté. Ce coaching flash permet d'apporter un éclairage qui favorise la prise de recul et d'encourager des comportements authentiques, autonomes et responsables. En 2024, 8 coachings flash ont été dispensés sur le périmètre Mr.Bricolage SA et MBLog.

C.2c La Fabrique du Papillon : dispositif de développement professionnel et personnel

L'équipe Fidélisation des compétences et Performance durable en partenariat avec l'équipe Ifogeco, ont lancé cette année la deuxième saison de la Fabrique du Papillon. Programme accessible à tous à la base du volontariat, la Fabrique du Papillon propose des conférences et des ateliers pratiques pour accompagner chacun dans le développement de ses compétences transverses et la révélation de son plein potentiel.

En 2024, deux conférences ont été proposées aux collaborateurs :

- 1.Se réaliser en suivant la voie Toltèque avec Mickaël Oberkugler qui a partagé son expérience du management avec les 4 accords toltèques ;
 - 2.Osez l'optimisme avec Catherine Testa.
- 150 collaborateurs volontaires étaient présents à chaque conférence, en présentiel et à distance. Un canal de diffusion des replays a été mis en place sur l'intranet Le Comptoir dans la partie « Développement personnel ».

En parallèle, un cycle de 4 ateliers d'expérimentations a été proposé :

1. Cultiver son audace et sa capacité à oser grâce à l'improvisation (cycle de 6 ateliers) ;
2. Mieux communiquer grâce à la communication non-violente (cycle de 6 ateliers) ;
3. Vivre ses émotions grâce aux 5 compétences émotionnelles (cycle de 3 ateliers) ;
4. Mieux se connaître grâce au MBTI (cycle de 3 ateliers) ;

64 collaborateurs ont pris part à ces cycles.

C.2d Le développement des compétences sur le réseau

En 2024, Ifogeco a renforcé l'accompagnement des équipes sur le terrain, en magasins. On compte 2900 apprenants uniques formés sur le réseau, grâce aux formations en présentiel, aux e-learning et aux parcours Blended Learning proposés par Ifogeco.

A ce jour, l'offre e-learning propose 80 modules :

- 14 parcours de formation Blended Learning dont 6 en 100% distanciel
- 7 Formations en 100% distanciel en 2 classes virtuelles
- 10 capsules managériales
- 2 titres professionnels
- 53 Formations en présentiel
- 1 offre coaching : 5 coachings ont été mis en place en 2024 sur le réseau



C.2e La refonte du dispositif RH : l'évolution de l'entretien de compétences

En amélioration constante, au profit de l'efficacité et de la maturité de l'organisation, le dispositif RH 2024-2025 a été repensé et présenté aux équipes lors d'un webinar en octobre 2024.

Autrefois reporté sur Excel, l'entretien de compétences est désormais intégralement réalisé depuis Nibelis. Le contenu est simplifié au profit de l'échange, tout en garantissant l'aspect légal. La préparation et la conduite de l'entretien sont réalisées directement depuis l'outil par le collaborateur et le manager.

Les valeurs de l'entreprise sont suggérées dans la réécriture des compétences transverses, tout comme le CAR (triptyque Compétences, Autonomie et Responsabilité) afin de marquer et renforcer l'exigence attendue au sein de l'entreprise. De même, puisque tous les managers ont suivi l'itinéraire Managers, les compétences managériales font l'objet d'une évaluation et d'une appréciation renforcées. Enfin, l'entretien de compétences est désormais obligatoire pour les alternants pour sacraliser un moment de feedback entre le tuteur et l'alternant, fixer des objectifs et un cadre de travail propice à la progression. Des ateliers ont été organisés pour accompagner chaque collaborateur dans la compréhension de ces nouveaux critères et la prise en main de l'outil.

Évolutions 2025

A l'occasion du rassemblement de la communauté des managers en décembre 2024, un certain nombre d'évolutions ont été présentées telle que l'évolution du format des revues de compétences et rémunérations auxquelles participent les managers chaque année.

L'évolution majeure prévue en 2025 : passer d'un format individuel à un format collectif avec tous les managers d'une même direction et d'un même niveau managérial afin de :

- Évaluer les compétences du collaborateur au regard de l'organisation (et non pas uniquement au regard de la relation manager – collaborateur) et de son impact au service des enjeux de la direction et de l'enseigne ;
- Enrichir et ajuster l'évaluation des compétences du collaborateur au plus juste de la réalité, en croisant les regards et les expériences professionnelles sur les points forts et les axes d'amélioration ;
- Apporter un regard complémentaire au manager sur le niveau de compétences de ses collaborateurs ;
- Permettre aux collaborateurs de bénéficier de la complémentarité des regards sur ses compétences pour mieux appréhender les attendus au service de son évolution.

C.2f L'accompagnement de la dimension et de l'exigence managériale

Mr. Bricolage accorde une importance toute particulière à l'accompagnement de ses managers ; accompagnement prioritaire et stratégique pour l'enseigne. En fin d'année, la Direction des Ressources Humaines et de la Transformation Groupe a réuni la communauté des managers (83 managers) afin d'échanger sur les bénéfices de l'itinéraire managers et l'évolution des pratiques ; et d'évaluer le niveau de culture managériale en place et d'identifier les aspirations pour la suite ; De présenter le prochain plan d'actions managérial 2025 et le dispositif RH 2025.

Fort de son succès, l'itinéraire Manager permet à chaque nouveau collaborateur entrant dans l'entreprise ou nouvellement promu, d'être accompagné à enrichir sa dimension managériale et ses pratiques au service des enjeux collectifs. Cet accompagnement fait partie de l'intégration de tous les managers, quelle que soit leur profil et leur expérience. Il propose et permet de démocratiser une méthode d'échange entre pairs très appréciée par les managers de l'entreprise. L'itinéraire est valorisé par une certification interne qui met en lumière les compétences clés attendues chez tout manager Mr.Bricolage, en lien avec nos valeurs et notre triptyque. En 2024, 9 managers Mr.Bricolage SA ont été formés, 10 MB Log, 1 Ifogeco et 15 sur le réseau.

L'entreprise place l'exigence managériale au cœur de la réussite de sa politique RH. Comme en 2023, chaque manager a été reçu par l'équipe RH dans le cadre de la revue des compétences et rémunération de son équipe. Ces rendez-vous individuels sont l'occasion pour chacun d'exprimer le bilan de l'année passée, ses attentes et projections, l'évolution individuelle de chaque collaborateur, et celle du collectif ainsi que les projets d'accompagnement pour développer les compétences. C'est aussi l'occasion pour chaque manager de partager son plan d'actions au regard de la formation Itinéraire Manager à laquelle il a participé : ce que j'actionne en tant que manager, ce qui fonctionne, ce qui m'est encore difficile à mettre en place, mes engagements pour la suite, etc.

En complément pour accompagner en proximité les managers, l'équipe Fidélisation des compétences et Performance durable a mis en place sur la fin d'année 2024 des rendez-vous de suivi des plans d'actions et d'engagements. Ces rendez-vous permettent d'ancrer les bonnes pratiques et de faire évoluer la dimension managériale, en reprenant les plans d'engagements de chacun. Ces échanges permettent de mesurer les bénéfices de l'évolution des pratiques, d'identifier les freins et/ou les difficultés et d'actionner les leviers pour poursuivre l'évolution au service du collectif.

C.2g L'accompagnement des organisations

La Direction RH et Transformation accompagne également l'évolution des organisations pour faire évoluer leurs pratiques, la cohérence des évolutions envisagées, la pertinence des périmètres, les rôles et responsabilités des collaborateurs. En 2024, nous avons accompagné les CODIR et leurs équipes.

- La DNSI :
 - Accompagner la clarification de la vision, du sens et du cadre de fonctionnement ;
 - Favoriser le rassemblement des équipes Siège et Paris ;
 - Développer la cohésion et la communication des équipes au service des enjeux du déploiement de notre nouvelle SI.

- La Direction Développement et Réseaux :
 - Accompagner la fusion des 2 équipes de Responsables régionaux ;
 - Accompagner l'intégration et l'évolution des 2 Managers concernés ;
 - Faciliter les passations de savoirs sur les spécificités des 2 réseaux existant ;
 - Accompagner l'évolution des missions et des postures nécessaires à l'exercice de leur mission ;
 - Favoriser la cohésion et la collaboration des équipes terrain (Développement et Réseaux) ;
 - Faciliter l'efficacité des process internes et des outils de reporting transverses.
 - La Direction Commerciale et notamment le lancement d'un nouveau service dédié à la Marque Propre, aux services et à l'économie circulaire :
 - Accompagner à la prise de poste du Manager et à sa prise en main de l'équipe ;
 - Accompagner l'équipe dans son intégration, et l'évolution de ses pratiques transverses ;
- Ces accompagnements se poursuivront en 2025 pour pérenniser et ancrer les organisations.

C.2h L'expérience d'intégration chez Mr.Bricolage

Chez Mr.Bricolage, chaque nouvelle arrivée est bien plus qu'un recrutement. C'est le début d'une aventure humaine et professionnelle à laquelle l'entreprise prête une attention toute particulière. Des collaborateurs bien accueillis sont des collaborateurs épanouis et performants.

Cap intégration, rendez-vous clé pour embarquer les nouveaux collaborateurs dans la connaissance de l'entreprise et de ses valeurs et s'acculturer à la stratégie Mr.Bricolage, a été organisé à deux reprises cette année. Le format a été revisité en 2024 pour en faire un moment privilégié, tisser des liens avec ses nouveaux collègues et interlocuteurs. Par ailleurs, un parcours d'intégration « J'intègre une nouvelle équipe / un nouveau service en mobilité interne » a été déployé pour permettre l'accompagnement et le suivi des collaborateurs dans la prise en main de leur nouveau poste, en interne. Le parcours repose sur la préparation de l'intégration et de l'accueil avec le nouveau manager, des feedbacks de suivi, une vidéo de mobilité interne diffusée en interne, etc.

Pour renforcer toujours plus notre serviabilité et tisser des liens de confiance entre le réseau et la Centrale, les nouveaux collaborateurs arrivés en 2024 ont été conviés à participer à un atelier « Favoriser la communication constructive avec nos adhérents et leurs équipes ». Cet atelier est animé par Ifogeco.

C.2i L'accompagnement des tuteurs et alternants : deux communautés partenaires

La communauté des alternants déjà en place depuis un an, poursuit ses rencontres. En 2024, des moments de convivialité pour se connaître ont été initiés au sein de la communauté : déjeuners d'équipe, groupe Whatsapp, afterworks, etc.

En octobre a été lancée la « promotion 2024-2025 » avec un rendez-vous de rentrée : pour mieux se connaître, partager autour de ses missions et ses premiers pas chez Mr.Bricolage ; entre nouveaux et anciens. La communauté compte 12 alternants en cours de contrat (sur Mr.Bricolage SA et ses filiales), et sont invités à partager dans cette communauté d'anciens alternants qui poursuivent aujourd'hui l'aventure en CDI.

En complément de la communauté des alternants, l'équipe Fidélisation des compétences et Performance durable a mis en place la communauté des Tuteurs et lancé le 1er atelier « Être tuteur Mr.Bricolage ». Ce moment précieux permet de mettre en lumière le rôle essentiel des Tuteurs dans l'accompagnement et la réussite des jeunes talents. Véritables piliers du parcours et de l'expérience des alternants, les tuteurs jouent un rôle majeur dans leur intégration, leur apprentissage et leur montée en compétences. Cet atelier a été l'occasion pour eux de partager entre pairs leurs expériences, leurs défis, leurs réussites et ainsi de s'enrichir mutuellement des bonnes pratiques.

Au-delà de cet atelier, les 12 tuteurs peuvent échanger sur leurs bonnes pratiques via un canal Teams. En cours de travail pour 2025 : des rendez-vous entre pairs et avec les alternants.

C.2j Attractivité RH et modernisation du recrutement en interne et en externe

En 2024, cap sur un parcours de recrutement modernisé et autonome pour une attractivité renforcée.

A la suite de la mise en place d'un nouveau site de recrutement et d'un nouvel ATS depuis janvier 2024, nos adhérents sont devenus complètement autonomes sur le recrutement.

Nos adhérents, directeurs de magasins, et nos équipes du recrutement siège et réseaux ont été accompagnés et formés dans cette évolution :

- Les offres ont été réécrites pour gagner en cohérence et permettre aux candidats de percevoir les attendus et les perspectives qui leurs seront proposés chez Mr.Bricolage.
- La multidiffusion des offres a été automatisée pour optimiser leurs diffusions et leurs lisibilités sur tous les jobboards.
- Les réponses aux candidats ont été personnalisées et automatisées pour renforcer la perception positive de la marque et l'intérêt que Mr.Bricolage

porte aux candidats qui déposent leurs CVs.

- Une campagne « Engagements » construite avec nos adhérents sur les valeurs que nous souhaitons partager a été diffusée pour accompagner cette démarche et renforcer le positionnement ouvert de Mr.Bricolage sur le recrutement.

Exemples de messages : « *Inutile de bricoler votre CV pour postuler chez nous* » ; « *Il n'y a pas d'âge pour le bricolage. Pour travailler chez nous, non plus* ».

Le volume de CVs reçus a été multiplié par trois par rapport aux années précédentes (+ 100 000 Cvs reçus), le délai de recrutement a été divisé par deux (23 jours en moyenne), + 80% des offres sont des CDI en temps plein.

De la même manière en interne, le dispositif mobilité interne évolue pour le rendre attractif et valorisant. Pourquoi développer la mobilité interne ?

1. Valoriser : donner des perspectives d'évolution aux talents, encourager leur expression et leur développement ;
2. Fidéliser : consolider le niveau de compétences de l'entreprise et les conditions de sa performance ;
3. S'épanouir : permettre de grandir professionnellement et personnellement au sein de l'entreprise ;
4. Minimiser : réaliser des économies de temps et de coût (recrutement externe), minimiser les risques dans un contexte de prudence économique ;
5. Favoriser : encourager l'engagement, renforcer la culture inclusive de l'entreprise et son attractivité.

La nouvelle marche à suivre a été présentée aux collaborateurs Mr.Bricolage SA à l'occasion d'un webinaire le 23 février 2024 (replay mise en ligne sur l'intranet, Le Comptoir). Cette nouvelle procédure permet le partage des rôles entre le collaborateur, le manager et l'équipe RH.

Parmi les nouveautés :

- Les offres ouvertes à la mobilité interne sont désormais diffusées sur Le Comptoir ;
 - Les « Vis ma vie » sont institutionnalisés dans ce process : dès lors qu'un collaborateur postule à une offre en interne et afin de bien connaître les contours du poste proposé ; un vis ma vie est mis en place (d'une demi-journée à plusieurs jours) avec l'équipe « accueillante » (qui recrute).
- Ce premier bilan en fin d'année 2024 montre que 18 postes ont été ouverts à la mobilité interne cette année. 5 mobilités internes ont abouti en 2024.

C.3 Engager les communautés

C.3a La commission RH et Transformation

Créée en novembre 2022, la commission RH et Transformation est composée d'experts du 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 collaborateurs unifiée. Ensemble, ils suivent le déploiement des

rituels managériaux en magasins et du parcours d'intégration, réfléchissent aux innovations sociales envisageables, testent des dispositifs RH pour fidéliser leurs collaborateurs, etc.

Dans la continuité de 2023 et des ateliers réalisés auprès du réseau sur les innovations sociales, levier direct de l'attractivité de la marque employeur et de la fidélisation des collaborateurs, 2024 a permis à la commission RH et Transfo Groupe d'aller plus loin et de fédérer le réseau autour des innovations sociales les plus pratiquées et impactantes sur notre réseau.

- Le suivi des engagements magasin sur le modèle social arbitré lors du Congrès 2023 (voir ci-après) ;
- La mise en œuvre d'un test grandeur nature pour expérimenter la flexibilité des plannings magasins afin d'offrir aux équipes en magasins un meilleur équilibre vie pro / perso. Un groupe d'adhérents ambassadeurs ont expérimenté la flexibilité des plannings dans leurs magasins : une réunion « retour d'expérience » a été organisée et un outil de gestion est à l'étude. Il devrait être proposé à l'ensemble du réseau en 2025.
- La réflexion de fond autour de la culture de la performance en magasins qui doit impliquer les collaborateurs. Sur ce dernier point, 17 Journées de la performance ont été organisées en 2024 par la Direction de la Transformation, en partenariat avec ifogeco dans 5 régions : Bretagne, Nord Ile de France, PACA Corse, Rhône Alpes.

C.3b Des rendez-vous réguliers avec les adhérents pour développer l'entraide et contribuer à la performance du réseau

Au-delà des groupes de travail dont les discussions s'articulent principalement autour des enjeux du commerce et de la politique commerciale, les adhérents Mr.Bricolage se réunissent une fois par mois lors d'une visio-conférence mensuelle animée par le directeur général et le Président. Les membres du comité de direction sont également présents en fonction des sujets à l'agenda. Ces échanges sont l'occasion de partager les chiffres du mois, présenter l'avancée des chantiers en cours, partager de l'information aux magasins et répondre aux questions. De plus en plus, ces réunions sont également l'occasion pour certains adhérents de partager des bonnes pratiques / réussites ou d'interpeller leurs pairs pour demander de l'aide, des avis, des idées.

Les tournées et réunions régionales organisées au printemps et à l'automne 2024 ont été de nouvelles occasions de réunir les adhérents du réseau Mr.Bricolage. Celles d'avril ont rassemblé les adhérents sur la gouvernance du Groupe tandis que celles d'automne étaient essentiellement articulées autour de l'attractivité et du développement du réseau et de la construction du prochain plan

stratégique Groupe 2025 - 2027. A cet effet, deux ateliers de travail étaient organisés dans chaque réunion sur les thématiques suivantes :

- Forces et enjeux du Réseau
- Piliers de la culture Réseau et évolutions
- Quotidien du réseau : piliers, enjeux, entraide.

Les adhérents ont particulièrement apprécié ces moments privilégiés pour élaborer la future feuille de route Groupe qui sera dévoilée en juin 2025.

Enfin, des réunions thématiques mensuelles ont également été mises en place pour permettre aux adhérents de partager leurs problématiques terrain, réfléchir ensemble et trouver des solutions grâce aux retours d'expérience des uns et des autres. 3 cycles de réunions ont été organisés en 2024 :

- Cycle #1 – Entraide sur le modèle social en magasin
- Cycle #2 – Gestion du compte d'exploitation
- Cycle #3 – Commerce et politique commerciale

En moyenne, 25 participants se sont connectés à chaque visio-conférence.

C.3c Communauté des collaborateurs et construction du plan stratégique

L'année 2024 a été consacrée à un travail collectif très important pour construire le futur plan stratégique Mr.Bricolage.

A cet effet, toutes les directions, par équipes, ont réalisé deux types de travaux au cours de l'été 2024 :

- Dresser le bilan et les perspectives du plan 1Pacte. Quelles sont les réussites ? Les axes d'amélioration ? Les progrès et les freins liés à la culture de l'entreprise et son organisation ? En septembre, la synthèse de ces travaux de groupes a été présentée à l'ensemble du CODIR ;
- Identifier les défis du prochain plan stratégique Mr.Bricolage. Chaque direction a passé au crible les quatre enjeux du futur plan stratégique Mr.Bricolage pour imaginer les défis posés par chacun.

Une journée singulière a été organisée le 10 octobre au siège pour engager les collaborateurs dans la construction du prochain plan stratégique. Plusieurs collaborateurs de MB Log étaient également présents. Réunis par directions, les collaborateurs ont travaillé autour des principaux axes stratégiques du futur plan pour définir les projets à mener prioritairement ces prochaines années. Ces projets seront ensuite priorisés et structurés par des équipes de collaborateurs durant le plan. En fin de matinée, l'ensemble des collaborateurs a participé à une session de chant collective, encadré par une professionnelle. Tous ont donné de la voix sur Ensemble de Sinclair, prochain hymne des campagnes publicitaires Mr.Bricolage. Pour impliquer toutes les équipes Groupe à la construction du plan stratégique, la direction de la Stratégie et du Plan s'est également rendue dans l'entrepôt de Voivres le 14 octobre.

D. Enjeux environnementaux

Pour assurer la pérennité et la coordination des projets dans les domaines de l'environnement, la Direction Transition écologique et Secrétariat général 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. Les différents Copils RSE (voir paragraphe A.6 Gouvernance de la RSE) permettent de relayer dans chacun de leur périmètre d'actions la stratégie environnementale du Groupe.

Sur 2024, un groupe « Echanger et Construire la Transition écologique » a été mis en place avec la participation d'adhérents. Ce nouveau groupe doit permettre d'associer plus largement l'ensemble de la communauté des adhérents et des magasins à la démarche environnementale et challenger les actions réalisées par les deux Copils RSE Produits et Magasins.

Il est à noter que 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 2024, 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.

Les paragraphes ci-après rendent compte des plans d'actions de la politique environnementale du Groupe.

D.1 Lutte contre le réchauffement climatique

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

Pour évaluer l'impact de ses activités, le Groupe a mené une étude sur ses émissions de gaz à effet de serre en utilisant la méthode du « bilan carbone » classant les émissions selon les 3 scopes de la norme ISO 14 064.

Les émissions carbone des scopes 1 et 2 sont pour le Groupe évaluées pour 2024 à 433 tonnes équivalent CO₂, dont 174 tonnes pour les émissions liées aux consommations d'électricité et de gaz naturel des bâtiments. Toutes les actions menées sur la maîtrise des consommations énergétiques, décrites dans le paragraphe D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments, permettent de baisser le poids des émissions des scopes 1 et 2. Les actions concernant les déplacements (voir

paragraphe D.4 Mobilité responsable) participent également à la maîtrise des émissions de ces scopes. Les émissions dues à la commercialisation des produits étant la part la plus importante du scope 3, nous avons concentré les actions sur l'intégration des critères de référencement de nos produits (voir paragraphe D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments).

Pour actualiser le bilan carbone du Groupe, une nouvelle étude a été lancée prenant en compte tous les scopes de la norme ISO 14 064. Il a été décidé de ne pas publier les résultats de cette étude dans la Déclaration de Performance Extra-financière de 2024. En effet, cette actualisation du bilan carbone doit servir de base dans le cadre des travaux en cours de mise en conformité du Groupe à la réglementation européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Cela permettra de communiquer, en même temps, l'évaluation des émissions comme l'objectif de réduction à atteindre, ainsi que les plans d'actions associés. Ceci est également valable pour l'évaluation des émissions dues au transport amont et aval pour les activités de logistique exercées par la filiale MB LOG, ainsi que des plans d'actions associés, qui ne sont pas diffusés dans cette déclaration.

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.

Le dispositif d'appels d'offres pour le référencement de produits 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, une fois le fournisseur sélectionné, pour vérifier que toutes les caractéristiques sur les produits soient confirmées (par exemple en collectant des certificats, des résultats de tests...).

Trois sessions de formation ont été réalisées sur 2024 rassemblant 36 Chefs de produits - Acheteurs pour présenter le dispositif d'appels d'offre et approfondir les outils mis à disposition pour évaluer les fournisseurs.

L'accent a notamment été mis sur la définition des gammes de produits à Marque De Distributeur (MDD). Le service en charge de la MDD au sein de la direction commerciale a été renforcé. Le service a en charge désormais le déploiement et le suivi de la démarche d'éco-conception des produits à marque Inventiv.

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.

Il est à noter qu'un nouveau règlement européen a été publié en 2023 pour renforcer la lutte contre la déforestation. Son application a été reportée d'une année. Ce règlement va induire une adaptation de nos process internes ainsi que sur nos systèmes d'information.

D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments

D.3a Performance énergétique des bâtiments

Le Groupe s'est fixé des engagements 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.

Après une année 2023 qui a vu les tarifs augmenter de façon importante, le marché de l'énergie s'est stabilisé ce qui a permis de fixer les tarifs 2025 mais aussi 2026 avec une baisse appréciable. Les sites restent toutefois incités, pour maîtriser leurs coûts d'exploitation, 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. Lors du salon Mr.Bricolage d'octobre 2024, le fournisseur partenaire était présent sur le stand consacré à la transition écologique pour répondre aux questions des magasins sur leurs projets de rénovation ;

- 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. Un webinaire a été spécifiquement organisé sur ce sujet en 2024 pour informer les magasins.

- La production photovoltaïque : sur l'impulsion de la réglementation mais surtout dans une perspective de maîtriser les tarifs de l'électricité (dans le cas d'une autoconsommation de l'électricité produite), une consultation a été lancée en 2024 pour proposer aux magasins un liste de prestataires pouvant les accompagner sur la faisabilité d'un projet d'installation d'une centrale photovoltaïque jusqu'à la réalisation et l'exploitation complète avec un investissement direct par les magasins ou le financement par un tiers.

• 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 MB Log. Les résultats de ces audits permettent d'évaluer les mesures et les travaux nécessaires afin de maîtriser les consommations d'énergie des différents sites.

Le siège du Groupe a fait l'objet de nombreux travaux pour améliorer la performance énergétique (rénovation de l'éclairage en LED, mise à jour de la gestion technique centralisée pour le chauffage et la climatisation, ...). Le plan de sobriété énergétique se poursuit pour adapter les consignes (éclairage, chauffage) à l'engagement de maîtrise des consommations énergétiques.

Les consommations d'énergie consolidées pour l'année 2024 sont les suivantes :

	Consommation	Nombre de sites	Surface totale concernée	Ratio 2024	Ratio 2023	Ratio 2022
Électricité	1 499 614 kwh	4 sites	47 669 m ²	31,46 kwh/m ²	31,81 kwh/m ²	39,88 kwh/m ²
Gaz	404 120 kwh	3 sites	46 089 m ²	8,77 kwh/m ²	14,05 kwh/m ²	19,72 kwh/m ²

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 2024 à 1,50 GWh pour 4 sites, contre 1,52 GWh en 2023, soit une baisse de 1.1%.

Le ratio de consommation de gaz passe de 14.05 kWh/m² en 2023 à 8.77 kWh/m² en 2024, soit une baisse de plus de 37%.

A noter que le siège de Mr.Bricolage répond en avance aux 2 premiers objectifs fixés par la réglementation dite « Décret tertiaire » qui fixe un objectif de réduction de 40% des consommations énergétiques à 2030 et de 50% à 2040. Par rapport à l'année de référence 2011 qui a été définie pour le siège, la réduction atteinte dépasse les 50% pour l'année 2024.

Le recours au télétravail avait déjà permis de baisser les consommations d'énergie. Les nouveaux équipements installés (comme les pompes à chaleur et le système de gestion technique de bâtiment) et le suivi des mesures de sobriété expliquent la maîtrise des consommations constatées sur les sites.

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 Elargie 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 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.

- 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.

- 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.

En avril 2024, une journée d'animation a été organisée au siège de Mr.Bricolage sur la thématique des déchets. Une conférence a permis d'aborder les impacts économiques, environnementaux et sanitaires des déchets, qui doit inciter à réduire leur production de déchets en mettant en place quotidiennement des actions pour atteindre pas à pas le zéro déchet. Sur le mois de juin et juillet 2024, il a été organisé, au siège de Mr.Bricolage mais aussi sur le site du Club à Brive La Gaillarde, une collecte de vêtements qui ont été remis à plusieurs associations en vue de les réemployer ou les recycler. 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 2024 sont donnés ci-dessous :

▪ Déchets non dangereux

	Tonnage	Nombre de sites	Surface totale concernée	Ratio 2024	Ratio 2023	Ratio 2022
Ensemble des déchets	331.50 T	4 Sites	47 669 m ²	6.95 kg/m ²	7.07 kg/m ²	6.47 kg/m ²
Déchets Industriels Banals non triés	53.57 T	4 Sites	47 669 m ²	1.12 kg/m ²	1.22 kg/m ²	1.08 kg/m ²
Carton	200.35 T	4 Sites	47 669 m ²	4.20 kg/m ²	3.99 kg/m ²	3.67 kg/m ²
Plastique	61.06 T	3 Sites	40 775 m ²	1.50 kg/m ²	1.56 kg/m ²	1.34 kg/m ²
Bois	8.96 T	3 Sites	46 089 m ²	0.19 kg/m ²	0.27 kg/m ²	0.13 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	7.57 T	3 Sites	46 089 m ²	0.16 kg/m ²	0.32 kg/m ²	0.50 kg/m ²
Taux de tri sur site			83.84 %		82.79%	83.24%

Le ratio de production de l'ensemble des déchets pour les sites s'élève à 6.95kg/m² (contre 7.07kg/m² en 2023). Cela représente 331.5 tonnes de déchets générés sur 4 sites (contre 337.04 tonnes en 2023).

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 83.84%.

• 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 2024, les 4 sites du Groupe ont fait traiter 20.97 tonnes de déchets dangereux (contre 22.78 tonnes en 2023 pour 4 sites). Le ratio de production de déchets dangereux est de 0,44 kg/m² en 2024 contre 0,48 kg/m² en 2023.

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 deux plateformes logistiques de MB Log 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 PEFC (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.

• 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

A compter du 1er janvier 2024, il a été décidé que tous les renouvellements des véhicules de la flotte automobile (gérée de manière centralisée pour tous les sites du périmètre de cette déclaration) soient réalisés par des véhicules complètement électriques. A fin 2024, la part de ces véhicules atteint désormais 36% des véhicules de la flotte. En rajoutant les véhicules hybrides rechargeables, la part passe à 42%. Le déploiement de ces véhicules se réalise conformément aux prévisions avec pour objectif à fin 2026 d'atteindre le 100% de la flotte en véhicules complètement électriques.

Le siège de Mr.Bricolage s'est doté de bornes de recharge pour véhicules électriques dès 2021. Ces bornes sont utilisables par les collaborateurs autant pour les véhicules de fonction ou de service que pour les véhicules personnels. L'usage de ces bornes a particulièrement augmenté en 2024 avec 3,8 fois plus de consommations électriques.

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 en 2023 afin de renforcer le lien avec notre ambition de décarbonation et des frais de déplacements professionnels revalorisés.

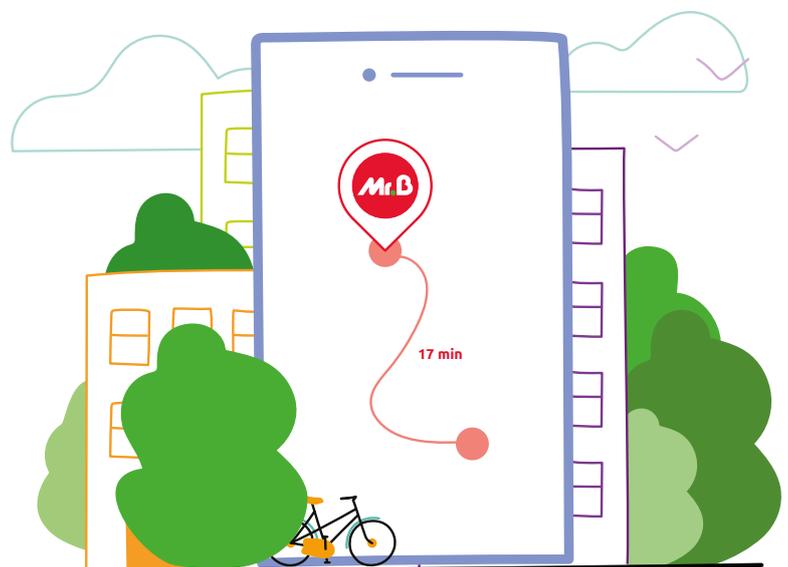
Les principes qui ont été posés dans cette politique de déplacement sont les suivants :

- 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

En 2024, l'accent a été mis sur la sensibilisation des collaborateurs à la sécurité routière. Durant une semaine, les collaborateurs du siège ont pu :

- Vérifier la pression de leurs pneus ;
- Tester des lunettes de simulations des effets de l'alcool, drogues ou la fatigue au volant ;
- Et réviser les bases du code de la route.



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
Chaque mois est publié sur l'intranet du Groupe (accessible aux collaborateurs, adhérents, salariés des magasins) une communication sur un des enjeux RSE du Groupe. Chaque newsletter reprend ce qu'est l'enjeu du mois, pourquoi il est important 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 2024 sont : la gestion et le recyclage des déchets, le numérique responsable, la qualité de vie au travail, le réchauffement climatique, la mobilité durable, ...

- 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 2024.

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

Le Groupe et ses adhérents s'engagent régulièrement auprès de leurs écosystèmes locaux en prenant part à des chantiers solidaires. Voici ci-dessous quelques-unes des contributions qui ont ponctué l'année.

En janvier, le magasin de Lorris (45) a donné gracieusement de nombreux matériaux au Service Départemental d'Incendie et de Secours (SDIS) du Loiret pour rénover intégralement la salle de pause et offrir davantage de confort aux sapeurs-pompiers professionnels et volontaires engagés. Mi-juillet, le magasin de Querqueville (50) a fait don de très nombreuses plinthes pour réhabiliter les locaux de l'antenne locale d'Emmaüs, ravagée par les intempéries. En août, le magasin de Coulommiers (77) a renouvelé son soutien aux Restos du Cœur en donnant pour la troisième fois en un an du matériel pour rénover les locaux de l'antenne locale de l'association.



Le siège met également en place des actions solidaires auprès d'acteurs locaux. Ainsi, l'association RESPIRE, implantée à Saint-Jean-de-la-Ruelle a bénéficié de plusieurs dons au cours de l'année :

- 16 palettes de produits de bricolage et de décoration pour améliorer les conditions de vie du quartier des Salmoneries, zone urbaine sensible de la ville ;
- 400 kg de vêtements à la suite d'un vide dressing organisé au profit de l'association en juillet.

Grâce au programme SOS Bonnes Résolutions, trois actions solidaires ont été réalisées en 2024.

- A Trancrainville (28), près du magasin Mr.Bricolage d'Angerville, clients, fournisseurs, Brico-testeurs, collaborateurs du magasin ont contribué à rénover la salle de bain de la famille Gauthier pour créer une douche spacieuse et confortable pour leur petit garçon autiste ;

- Une maison dévastée à la suite des inondations dans les Hauts-de-France de novembre 2023 et janvier 2024 a été rénovée avec le soutien des équipes du magasin de Hazebrouck (59).

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 commerciale 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.

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

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

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

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

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, la lutte contre la corruption 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, l'évaluation de l'efficacité des mesures prises et l'évaluation des tiers.

Dans le cadre des actions à mener conformément à la loi Sapin II et la nécessité de mettre en place une gouvernance sur le sujet, Mr.Bricolage a créé le « Comité Ethique », dont la première assemblée s'est tenue le 7 novembre 2024. L'objectif de cette instance est de s'assurer du suivi de chacune des actions prévues par l'article 17 de la loi, figurant dans le plan de prévention de la corruption établi par Mr.Bricolage. Le Comité Ethique a ainsi vocation à porter le programme de lutte contre la corruption mis en place, d'étudier les problématiques rencontrées et les axes d'amélioration, de rendre compte de la performance du système de management anti-corruption et de traiter les signalements.

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.

Se dépenser ensemble est aussi l'occasion unique de favoriser la cohésion. Cette année 2024 marquait également la dixième participation des collaborateurs aux Foulées Roses, marche et course solidaires organisées à Olivet (45) en octobre contre le cancer. 46 collaborateurs ont bravé la pluie pour participer aux épreuves sportives organisées.



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.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 2024.

à noter :

- La société Ifogeco, initialement rattachée à l'ANPF, est à partir de 2024 devenue filiale de Mr.Bricolage SA.
- 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 car jugées non significatives : activité de commerce des magasins du Groupe portée par des sociétés indépendantes hormis MB L'HORME, effectif inférieur à 1.5% de l'effectif total et surface restreinte.
- La société Unio créée en 2023 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. Les données de cette société ont été exclues du périmètre de cette déclaration : effectif inférieur à 1% de l'effectif total.

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 2024. 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. Une nouvelle version du bilan a été menée mais il a été décidé de ne pas communiquer dans cette version de Déclaration Extra-Financière les résultats de cette mise à jour. Ils feront l'objet d'une publication ultérieure.

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 des engagements RSE dans les axes de travail 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)
	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) Accompagner le développement des Hommes	<ul style="list-style-type: none"> > Incohérence entre actions réalisées et valeurs portées > Risque réputationnel > Perte de confiance de nos parties-prenantes > Risques liés à la gestion des compétences > Déficit d'employabilité des collaborateurs > Difficulté à développer les talents 	<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) > 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) > Mise en place d'un nouveau site de recrutement et d'un nouvel ATS (Applicant Tracking System) pour les réseaux de magasins
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 webinaires 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			
2023		2024		2023		2024		2023		2024		2023		2024	
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		19		47		47		153		137		330		311	
Répartition de l'effectifs au 31/12 par catégorie	Employés	-	0%	-	0%	10	21%	7	15%	92	60%	80	58%	27	8%	21	7%
	Agents de maîtrise	4	22%	4	21%	10	21%	12	26%	34	22%	29	21%	65	20%	68	22%
	Cadres	14	78%	15	79%	27	57%	28	60%	27	18%	28	20%	238	72%	222	71%
Répartition de l'effectifs au 31/12 par type de contrat	Contrat à durée indéterminée	18	100%	19	100%	46	98%	46	98%	145	95%	135	99%	310	94%	297	95%
	Contrat à durée déterminée	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	8	5%	2	1%	5	2%	3	1%
	Contrat d'Apprentissage	0	0%	0	0%	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	15	5%	11	4%
Répartition de l'effectifs au 31/12 par sexe	Femmes	12	67%	13	68%	23	49%	22	47%	52	34%	47	34%	182	55%	176	57%
	Hommes	6	33%	6	32%	24	51%	25	53%	101	66%	90	66%	148	45%	135	43%
Répartition de l'effectifs au 31/12 par groupe d'âge	moins de 30 ans	3	17%	2	11%	7	15%	5	11%	13	8%	6	4%	60	18%	48	15%
	de 30 à 39 ans	1	6%	2	11%	4	9%	5	11%	37	24%	31	23%	89	27%	80	26%
	de 40 à 49 ans	8	44%	8	42%	11	23%	10	21%	61	40%	58	42%	101	31%	100	32%
	plus de 50 ans	6	33%	7	37%	25	53%	27	57%	42	27%	42	31%	80	24%	83	27%

Les mouvements

Les embauches	CDI	3		2		6		1		10		7		36		17
Les départs	CDI	2		1		2		1		13		20		27		34

L'absentéisme

Taux d'absentéisme *			1.9%		0.3%		4.2%		3.3%		9.2%		8.4%		2.0%		2.2%
Répartition des absences* par durée (en Nbr de jours ouvrés)	Moins de 3 jours		50%		67%		46%		53%		42%		38%		47%		53%
	De 4 à 10 jours		38%		33%		23%		35%		27%		31%		23%		20%
	De 10 à 20 jours		0%		0%		8%		0%		13%		7%		15%		10%
	De 20 à 40 jours		0%		0%		15%		6%		8%		11%		10%		8%
	Plus de 40 jours		12%		0%		8%		6.0%		10%		13%		5%		8%
Taux de Fréquence			0		0		0		13.28		28.9		69.58		3.8		0
Taux de Gravité			0		0		0		0.39		1.8		1.80		0.1		0

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

Transformation Humaine et Développement des Hommes

Ifogeco		Le Club		Mb Log		Mr.Bricolage	
2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024

La formation

Nombre de collaborateurs formés	17	9	22	7	90	64	211	188
Nombre d'heures de formation	264 h	180 h	200 h	105 h	1 624 h	1 033 h	4 994 h	3 312 h

Baisse du nombre de collaborateurs formés et du nombre d'heures de formation en 2024 vs 2023. Cette baisse est liée à la finalisation de l'itinéraire manager engager pour tous les managers du Groupe en 2023

Réduire l'empreinte environnementale des sites du Groupe

	Unité	2024	2023	Évolution
--	-------	------	------	-----------

Performance énergétique des bâtiments

Consommation d'énergie (électricité, gaz)	kWh	1 903 734	2 164 007	-12,03%
Emission GES liés à l'énergie	Tonne équivalent CO2	174	218	-20,18%

Gestion des déchets

Tonnage déchets non dangereux	Tonnes	331,5	337,04	-1,64%
Taux de tri sur site	%	83,84%	82,79%	1,27%
Tonnage déchets dangereux	Tonnes	20,97	22,78	-7,95%



**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