



**DECLARATION DE PERFORMANCE
EXTRA-FINANCIERE
EXERCICE CLOS LE 31.12.2018**

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

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

1. Le modèle d'affaires
2. Présentation de la méthodologie
 - a) Les parties prenantes et la matérialité
 - b) Les risques extra-financiers
 - c) Gouvernance et animation de la RSE (Responsabilité Sociale/Sociétale des Entreprises)
3. Collaborateurs
 - a) Santé et sécurité des hommes
 - b) Engagement et bien-être
 - c) Développement des collaborateurs
 - d) Egalité et diversité
4. Produits
 - a) Achats responsables
 - b) Consommation responsable
5. Empreinte environnementale
 - a) Empreinte carbone et changement climatique
 - b) Economie circulaire

1. LE MODELE D'AFFAIRES

ADEO, 1^{er} leader européen et 3^{ème} mondial sur le marché du bricolage (source Deloitte- Global Powers of Retailing 2019) est un groupe de sociétés autonomes, ouvertes et interconnectées pour les clients particuliers et professionnels, présent commercialement dans 15 pays du monde (Europe, Afrique, Asie et Amérique du sud) avec 753 magasins (magasins de plus de 1.000m²) et réalisant un chiffre d'affaires annuel consolidé de 19.804.604K€.

ADEO se positionne autour de 3 enseignes principales et 3 marchés complémentaires :

- les habitants ayant des projets habitat avec les magasins LEROY MERLIN ;
- les habitants animant la vie à la maison avec les magasins ZODIO ;
- les professionnels de l'habitat œuvrant avec les magasins/dépôts BRICOMAN ;
- enfin, d'autres marques-enseignes complémentaires sont associées aux 3 enseignes ci-dessus.

La stratégie s'articule autour de la singularité métier des différentes enseignes du groupe associant 3 points clés :

- une relation humaine exceptionnelle, authentique, bienveillante et proche ;
- une offre ultra-accessible et coconstruite, par et pour les habitants et les professionnels de l'habitat ;
- des services spécifiques qui facilitent la vie.

Ces 3 points de singularité sont indissociables et imprègnent l'ensemble de nos marques pour les rendre distinctives et préférées, le tout dans une logique plateforme.

ADEO réaffirme et précise ses ambitions à horizon 2025 dans son document « CAP 2025 » : **le leadership mondial de l'amélioration de l'habitat, c'est être utile à soi, aux autres et au monde**. Pour cela, et dans un monde totalement connecté, ADEO construit et veut devenir « la plateforme mondiale de l'habitat ».

Par « utile à soi, aux autres et au monde », nous entendons, dans une logique haute d'interdépendance et « d'humain au cœur », :

- A soi : ses équipes, ses clients, son entreprise, ses résultats, ses actionnaires ;
- Aux autres : les communautés, son écosystème de partenaires et contributeurs ;
- Au monde : la société, l'environnement et l'impact global.

Par « plateforme » nous entendons « être ouvert et connecté, fonctionner en réseau et à géométrie variable en fonction de l'utilité, en logique de partenariat et de contributeurs dans le but de proposer plus de solutions à plus de clients, de façon plus rapide (time-to-market) en consommant moins de ressources (efficacité globale).

Nous sommes convaincus qu'une entreprise utile est une entreprise qui surperforme car elle correspond aux attentes/besoins de ses collaborateurs, des habitants, de ses partenaires, du monde.

2. PRESENTATION DE LA METHODOLOGIE

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

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

- a) en établissant une cartographie des parties prenantes laquelle a permis d'identifier 13 enjeux environnementaux, sociaux ou sociétaux ;
- b) en établissant une cartographie des risques lesquels ont été classifiés selon i) le niveau de maîtrise du risque et ii) de leur importance eu égard à la performance économique du Groupe, tout en prenant en compte la probabilité d'occurrence des risques et opportunités liés à chaque enjeu, la quantification économique de la gravité des impacts et le niveau d'impact sur la performance à long terme. Il convient à cet égard de préciser que la cartographie est établie sur la base de « risques nets » et non de « risques bruts » (les « risques nets » prennent en compte les moyens mis en œuvre pour prévenir le risque) ;
- c) en confrontant la cartographie des risques aux enjeux identifiés.

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

La présente déclaration de performance extra-financière ne constitue donc pas une présentation exhaustive de la démarche RSE (Responsabilité Sociale/ Sociétale des Entreprises) de la société GROUPE ADEO et de ses filiales mais présente les risques prioritaires et/ou importants auxquelles elles font face (NB : les risques ne sont pas présentés ci-dessous de manière hiérarchisée).

Enfin, il convient de rappeler que les données présentées ci-après sont des données consolidées.

Le périmètre de reporting RSE prend ainsi en compte l'ensemble des sociétés consolidées dans les états financiers représentant plus de 2% de chiffre d'affaires hors taxe (CAHT) du groupe au 31 décembre 2017, soit les enseignes LEROY MERLIN BRESIL, LEROY MERLIN ESPAGNE, LEROY MERLIN FRANCE, LEROY MERLIN ITALIE, LEROY MERLIN POLOGNE, LEROY MERLIN RUSSIE, BRICOCENTER ITALIE, BRICOMAN FRANCE, BRICOMAN ITALIE, ZODIO FRANCE et BRICOMART ESPAGNE, l'ensemble de ces enseignes représentant 90% du CA HT IFRS consolidé 2017

a) Les parties prenantes et la matérialité

En 2018, ADEO a également remis à jour son analyse de matérialité (la « matérialité » s'entend par ce qui peut avoir un impact significatif sur une entreprise, ses activités et sa capacité à créer de la valeur financière et extra-financière pour elle-même et ses parties prenantes).

Les travaux se sont appuyés sur la cartographie des parties prenantes d'ADEO pour sélectionner l'ensemble des personnes interrogées, externes et internes au groupe.

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

La cartographie classe les parties prenantes d'ADEO selon deux axes : l'influence que ces dernières peuvent avoir sur les activités d'ADEO et sa pérennité et l'impact que les activités d'ADEO peuvent avoir sur elles (et qui détermine également le degré de responsabilité vis-à-vis de celles-ci).

La consultation a consisté en la cotation des enjeux RSE d'ADEO : les parties prenantes ont donné leur perception de l'importance d'enjeux clés pré-identifiés ainsi que du niveau de maturité d'ADEO vis-à-vis de ces enjeux, selon des critères quantitatifs.

Il leur a été également demandé de justifier leurs cotations par des commentaires qualitatifs et d'identifier tout autre enjeu important et pertinent pouvant avoir un impact sur la performance RSE d'ADEO.

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

L'identification des enjeux RSE se base notamment sur les orientations stratégiques d'ADEO à horizon 2025. Une mise à jour a été opérée en fonction d'un benchmark des standards existants (notamment AA1000 Accountability principles 2018 et ISO 26000), des nouvelles dispositions légales relatives à la déclaration de performance extra-financière, des objectifs de développement durable de l'ONU ainsi que d'un benchmark des problématiques RSE des acteurs du secteur.

13 enjeux se répartissant en 5 axes ont ainsi été identifiés :

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

b) Les risques extra-financiers

A partir de l'analyse de matérialité réalisée par la direction « coordination des politiques Développement Responsable », 13 enjeux et macro-risques ont été qualifiés. Avec les apports de la direction qualité RSE des achats marchands, la direction Risques Compliance et Assurances a établi une cartographie au niveau d'ADEO en prenant en compte le niveau d'enjeu pour le groupe et le niveau de maîtrise actuel. Cette cartographie présente les risques nets au regard des différents plans d'actions déjà menés ou en cours. Elle a fait l'objet d'une validation par le directeur de la direction Risques Compliance et Assurances et sera mise à jour annuellement.

Ainsi, de cette cartographie et des politiques et engagements en place ou à venir, 3 enjeux sont porteurs de risques plus importants et feront l'objet d'une attention plus grande sur 2019 :

- La sécurité des personnes :
ADEO emploie près de 113.628 collaborateurs dans le monde, et accueille plusieurs centaines de millions de clients dans ses magasins. Préserver la sécurité des collaborateurs et des clients est donc un enjeu majeur pour éviter la survenance d'accidents ainsi que de maladies professionnelles et TMS (Troubles musculosquelettiques). ADEO souhaite donc encadrer sa communauté avec des référentiels devant permettre d'assurer la sécurité physique de tous.
- Les achats responsables marchands :
ADEO doit veiller à livrer des produits à même d'assurer la sécurité de ses clients. Par ailleurs, il est essentiel que l'ensemble des intervenants dans la conception et la fabrication des produits respectent les critères sociaux et environnementaux définis par ADEO afin que cette activité de production ne mette pas en risque les personnes travaillant dans les usines et afin de réduire notre empreinte environnementale.
- La consommation responsable :
Préserver la planète en délivrant des produits respectueux de l'environnement et durable est essentiel pour ADEO, de même que minorer l'impact environnemental de ses activités.

Les plans d'actions en cours sur les autres enjeux de criticité moindre continueront d'être menés.

c) Gouvernance et animation de la RSE

La mission de la direction « coordination des politiques Développement Responsable ADEO », en collaboration avec les filiales, consiste :

- d'une part, à animer des projets transverses au service des ambitions du CAP 2025 en privilégiant ceux qui présentent des enjeux économiques, environnementaux et sociaux importants pour les entreprises d'ADEO et ses parties prenantes ;
- d'autre part, à veiller au respect et à la mise en œuvre des politiques RSE dans les entreprises d'ADEO.

Au niveau du groupe, la RSE est également animée par la direction « Qualité-RSE » du département PASQ (Produit Achats Supply Chain Qualité) de la société ADEO SERVICES qui met notamment en place des actions permettant d'offrir aux clients des produits responsables et de qualité.

Depuis 2017, un Comité Stratégique RSE se réunit deux fois par an. Un point d'étape sur les sujets majeurs (sécurité, carbone, achats responsables, inclusive business) y est présenté.

En complément de l'action de la direction de la « coordination des politiques Développement Responsable », les principales filiales d'ADEO ont mis en place une organisation adaptée à leur niveau de maturité en matière de RSE et à leur contexte local.

Dans certaines filiales, telles LEROY MERLIN FRANCE, LEROY MERLIN ITALIE, LEROY MERLIN ESPAGNE ET LEROY MERLIN BRESIL, les thématiques RSE sont animées par un service développement durable.

3. COLLABORATEURS

Dans un contexte de révolution digitale, et face au défi de réinventer notre utilité vis-à-vis des habitants, le challenge est de créer un modèle humain capable de soutenir notre transformation vers l'entreprise plateforme.

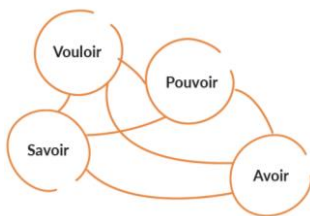
C'est la raison pour laquelle, la réussite de notre stratégie implique d'apporter de nouveaux ingrédients à notre modèle humain historique pour construire un ensemble cohérent avec nos racines et nos défis futurs et qui pourra former un élément structurellement et culturellement fondateur de notre projet d'entreprise plateforme.

La dimension humaine d'ADEO est en effet historiquement très forte, parce que très portée par les managers et les dirigeants et avec un vécu quotidien par les collaborateurs qui ambitionne d'être parmi les meilleurs de notre secteur d'activité.

Les politiques Ressources Humaines de nos entreprises - qui sous-tendent la singularité de l'expérience collaborateur - sont construites autour de 7 valeurs fortes qui perdurent : Cohérence, Honnêteté, Esprit de performance, Respect de l'autre, Proximité, Simplicité, Générosité.

Nos politiques Ressources Humaines sont détaillées dans plusieurs documents de sens et de référence, qui décrivent nos grands principes d'action dans les différentes entreprises :

- (1) Le document « Les convictions des Ressources Humaines des entreprises d'ADEO » décrit, sur la base de 9 convictions Ressources Humaines, le rôle et les fondamentaux des équipes Ressources Humaines.
- (2) Le document intitulé « les repères historiques de la dimension humaine d'ADEO », décrit nos fondamentaux et nos racines, qui ont fait nos succès sur les plans humains et managériaux, à savoir nos valeurs, notre style de management, l'autonomie des entreprises, les démarches remontantes dont « Vision », et notre philosophie du partage qui repose sur 4 piliers :



Partage du Vouloir, en correspondance avec nos valeurs et la volonté de progresser individuellement et collectivement

Partage du Savoir, par la formation, l'information, l'accompagnement, le développement, l'épanouissement individuel et la concrétisation des possibilités d'évolution professionnelle

Partage du Pouvoir, pour développer l'autonomie, la responsabilité et l'initiative au plus proche du client

Partage de l'Avoir, par le partage de la richesse créée, en lien avec les résultats économiques et les progrès de chaque magasin et chaque entreprise et du Groupe.

- (3) Le document intitulé « Dynamique du Développement Humain », qui décrit les fondamentaux et les ambitions de nos pratiques managériales, qu'ils s'agissent du style de management participatif au sein d'un collectif, de l'entretien annuel, intitulé « Entretien de Développement et de Progrès », des démarches d'évaluation et de développement, notamment des « people review » que nous appelons « Journée de Développement et de Progrès ». Il est traduit dans plusieurs langues.
- (4) Le document intitulé « le développement de nos Hauts Potentiels et de nos Dirigeants Potentiels » qui a pour objectif de faciliter le développement de nos futurs dirigeants. Il décrit l'ensemble de nos dispositifs internes pour répondre aux enjeux humains liés à CAP 2025.
- (5) Le document de référence pour l'ensemble des entreprises d'ADEO, intitulé « Finalités et cadre de référence des rémunérations dans les entreprises d'ADEO », qui donne du sens à l'évolution des progrès sur ces sujets, afin de générer l'équité, la reconnaissance de la compétence, de la

performance et de l'engagement, la cohérence au sein du groupe, tout ceci en privilégiant l'adaptation aux marchés locaux.

Le cadre global de notre nouveau modèle de Leadership

Le premier ingrédient que nous avons fait évoluer en 2018 a été l'élaboration du cadre global du modèle de Leadership d'ADEO structuré autour de 4 caractéristiques essentielles (Authenticité, Ouverture, Interdépendance, Impact) et dont l'objectif est de faire émerger de la valeur et de la performance en révélant le leader qui sommeille en chacun, et de contribuer à rendre l'équipe plus puissante et plus efficiente dans son mode de fonctionnement.

Les 4 sous parties suivantes du volet « collaborateurs » en lien avec l'analyse de matérialité présentent de manière plus détaillée les initiatives dans les domaines :

- Santé et Sécurité des Hommes
- Engagement et Bien-être
- Développement des collaborateurs
- Egalité et Diversité

a) Santé et Sécurité des Hommes

La volonté d'ADEO en tant qu'employeur responsable en forte croissance est de créer un cadre de travail protecteur mais également en tant qu'enseigne accueillant du public, de veiller à la sécurité de toute personne présente en ses locaux. C'est pourquoi la santé et la sécurité des collaborateurs en magasins et entrepôts, mais aussi dans les services internes, sont une préoccupation constante pour toutes les entreprises d'ADEO. Nous avons pour ambition de lier la performance au développement de pratiques qui assurent un environnement de travail sûr et sain. Cette ambition se traduit tant dans nos investissements que dans les programmes mis en place pour la formation des collaborateurs. Une telle politique implique de la même manière une préservation de la sécurité de nos clients.

L'ambition de CAP 2025 dans le domaine est de réduire de 50% le nombre de collaborateurs exposés aux troubles musculosquelettiques et de réduire de 50% le nombre d'accidents de travail de nos collaborateurs d'ici 2020. Plusieurs entreprises du groupe collaborent à la co-construction d'une politique de prévention au service de cette ambition commune.

<u>Indicateur</u>	<u>Unité</u>	Groupe ADEO
		2018
Taux de fréquence des accidents du travail	nb accidents x 10 ⁶ / h travaillées	20,9
Taux de gravité des accidents du travail	nb accidents x 10 ³ / h travaillées	0,75

Parmi toutes les actions mises en place en 2018, citons :

- Leroy Merlin Brésil a développé un dossier consacré aux conditions de travail, avec 19 thèmes à respecter et faisant l'objet de contrôles réguliers de techniciens et d'ingénieurs sécurité. Une campagne de santé mensuelle avec une communication sur le thème de la santé et des conférences avec des médecins spécialistes a été déployée.
- Leroy Merlin Pologne a formé les directeurs de magasin à la santé et à la sécurité, et mis en place un règlement concernant les équipements de sécurité (gants anti-coupures, etc...)

- Chez BRICOMAN Italie, les "points de contrôle" liés aux basiques du commerce et à la sécurité au travail sont animés par une nouvelle application sur téléphone mobile dédiée intitulée Nexus.
- Leroy Merlin Espagne a créé une nouvelle formation : « travailler en hauteur sur les racks », et a revalidé la certification OHSAS 18001, concernant son système de gestion de la prévention.
- Bricomart Espagne a lancé un projet de sensibilisation sur « La santé au travail dans le dépôt », avec la création d'une série TV produite par Bricomart : Risky Geek.
- Leroy Merlin France a intégré la sécurité comme objectif prioritaire dans ses orientations 2018 et a mis en œuvre 2 initiatives majeures :
 - 1.800 managers ont été formés au coaching sécurité, outil de dialogue entre manager et collaborateur permettant d'ancrer les bonnes pratiques en matière de sécurité, mais aussi de proposer des solutions rapides face à des situations dangereuses.
 - Une étude ergonomique en logistique a été mise en place dans le cadre de la mise en œuvre de l'outil LOGIN. Une étude ergonomique a été menée également sur les postes d'encaissement.

Enfin nous portons également un soin à l'engagement en matière de sécurité, à travers la signature d'accords collectifs. Citons pour 2018 :

- Leroy Merlin Espagne : un nouvel accord d'entreprise visant à réglementer des conditions spéciales de travail.
- Leroy Merlin Pologne : mise à jour du règlement de travail interne, après consultation des syndicats internes, y compris, entre autres, des dispositions en matière de santé et de sécurité.

Focus sur le projet Safety First

En 2017, ADEO a choisi d'aller plus loin en matière de Sécurité avec le lancement du programme Safety First ayant pour objectif de mettre en place des actions pérennes de prévention permettant de réduire durablement le taux de fréquence des accidents du travail et leur gravité, l'exposition de nos collaborateurs aux troubles musculosquelettiques et également la protection de la sécurité de nos clients. Il s'appuie sur l'observation de pratiques innovantes qui placent la sécurité au cœur du management comme le coaching sécurité.

Le succès de la démarche est conditionné par la mise en place, la diffusion et l'appropriation dans le tout de l'entreprise des éléments de socle suivants :

- Le référentiel de sécurité des personnes dont la rédaction a été lancée avec le concours de responsables Sécurité issus de nos entreprises.
- Une analyse et un partage des causes des accidents en temps réel dans toutes les entreprises d'ADEO.
- En complément de ce dispositif, la Direction RSE anime la sécurité auprès des entreprises du groupe et des métiers. Pour cela, elle anime les groupes de travail dont le but est d'une part, de réduire l'exposition aux risques d'accidents du travail et de troubles musculo squelettiques et d'autre part, d'harmoniser les pratiques et gestes métiers.

b) Engagement et bien-être

Le contexte des relations de travail et de la relation Employé/Employeur évolue du fait de la révolution digitale. Notre management historique des Talents était basé sur la croissance « verticale » classique de la Distribution, qui permet de monter dans la hiérarchie à partir du magasin et sur la croissance « horizontale » grâce à l'expertise acquise par l'expérience dans le même poste pendant de nombreuses années.

Aujourd'hui, les collaborateurs attendent de pouvoir s'engager par rapport à un projet de sens et de plus grande ampleur d'une part, et d'autre part de bénéficier d'expériences plus personnalisées, plus rythmées et variées. C'est un double challenge qui nous amène à faire évoluer notre contrat social afin de devenir un employeur de choix à l'ère du digital et de savoir maintenir autrement notre promesse de développement du talent de chacun. C'est la raison pour laquelle nous suivons tout particulièrement l'évolution des embauches et des licenciements, ainsi que le taux de rotation des équipes.

		Groupe ADEO
Indicateur	Unité	2018
Effectif au 31 décembre	Nb	102 563
Répartition par tranche d'âge:		
- moins de 25 ans	Nb	12 678
- de 25 ans à 34 ans inclus	Nb	38 548
- de 35 ans à 44 ans inclus	Nb	31 283
- de 45 ans à 54 ans inclus	Nb	16 174
- de 55 ans et plus.	Nb	3 880
Répartition par sexe:		
- Hommes	Nb	56 705
- Femmes	Nb	45 858
Répartition par zone géographique:		
- France:	Nb	26 610
dt Leroy Merlin France:	Nb	23 636
dt Bricoman France:	Nb	2 019
dt Zodio France	Nb	955
- Russie:	Nb	30 383
dt Leroy Merlin Russie:	Nb	30 383
- Espagne:	Nb	14 294
dt Leroy Merlin Espagne:	Nb	11 480
dt Bricomart Espagne	Nb	2 814
- Italie	Nb	11 438
dt Leroy Merlin Italie:	Nb	7 034
dt Bricocenter Italie:	Nb	1 430
dt Bricoman Italie:	Nb	2 974
- Pologne:	Nb	10 604
dt Leroy Merlin Pologne:	Nb	10 604
- Brésil:	Nb	9 234
dt Leroy Merlin Brésil:	Nb	9 234

		Groupe ADEO
Indicateur	Unité	2018
Embauches	Nb	42 743
Licenciements	Nb	4 499

Afin de renforcer l'analyse de la réalité de la satisfaction de nos collaborateurs, nous nous sommes dotés d'un outil de mesure de l'expérience vécue par nos collaborateurs, l'EXI (« Employee Experience Index ») déployé en 2018. L'EXI fonctionne par sondage et permet d'obtenir un indice de satisfaction en continu tous les 3 mois.

La mesure du bien-être et de l'engagement de nos collaborateurs s'effectue aussi à travers le suivi de l'absentéisme dans nos entreprises :

<i>Indicateur</i>	<i>Unité</i>	Groupe ADEO
		2018
Nombre total d'heures travaillées	h	159 276 099
Nombre d'heures d'absence pour maladie	h	6 658 411
Taux absentéisme pour maladie	%	4,0%

c) Le Développement des Hommes

Tout en accélérant le recrutement et le développement des talents partout dans le monde, ADEO tient à offrir à l'ensemble de ses collaborateurs, un environnement où le talent de chacun peut se révéler, grandir et s'épanouir et où tous se sentent reconnus et soutenus, pour s'assurer une croissance durable.

Notre ambition se fonde donc sur une vision centrée sur la performance collective mais aussi la reconnaissance du talent individuel, en projetant ses talents à long terme.

→ Le recrutement permanent de talents :

Dans tous les pays, nos entreprises recherchent en permanence à enrichir leur vivier de talents. ADEO mène une politique de recrutement diversifiée, auprès des meilleures formations académiques dans nos pays, ainsi qu'en proximité de nos magasins avec les acteurs locaux du marché de l'emploi. Ces dernières années, une stratégie proactive de recherche de candidats via les technologies digitales a été mise en place.

→ L'ambition de mettre chaque collaborateur en situation d'être acteur de son propre développement :

<i>Indicateur</i>	<i>Unité</i>	Groupe ADEO
		2018
Nombre d'heures de formation	h	1 933 674
Nombre d'heures de formation par collaborateur au cours de la période	h/ collaborateur	19

Nous considérons la formation comme un levier de développement de l'Homme et d'amélioration des performances économiques en lien avec la satisfaction de nos clients.

Lors des Entretiens de Développement et de Progrès (entretien annuel), les besoins en formation sont définis en alignement avec la lettre d'orientation de l'entreprise qui définit des ambitions traduites en termes de développement des compétences métier et comportementales. Chaque entreprise accompagne ses collaborateurs, quel que soit le niveau hiérarchique, en favorisant l'acquisition de nouveaux savoir-faire. Toutes les dimensions de nos métiers y sont abordées : exercice du métier au quotidien, culture et valeurs de l'entreprise, connaissances et utilisations des produits, gestion d'un rayon et d'un compte d'exploitation, compétences managériales, développement personnel, etc.

→ Des politiques de rémunération, visent en particulier à valoriser et reconnaître le talent de chacun et la contribution collective au travers de dispositifs d'intéressement et de participation, mais aussi

d'actionnariat permettant à de nombreux collaborateurs d'être associés aux plus et moins-values du groupe, et renforce ainsi nos raisons d'être et de réussir ensemble.

→ La promotion de la mobilité professionnelle

Enfin, nous soutenons la mobilité entre fonctions et entre zones géographiques. Cette gestion s'appuie sur la collaboration étroite entre les professionnels des ressources humaines et les responsables opérationnels afin de porter un regard croisé sur les talents et de définir les opportunités de développement les plus appropriées pour chacun.

Pour faciliter la mobilité professionnelle, nous avons mis en place un outil de publication de toutes les offres dans toutes nos filiales intitulé JOBS@adeo et qui permet à l'ensemble des collaborateurs d'avoir la visibilité sur les emplois disponibles à l'intérieur de nos entreprises.

d) Egalité et diversité

Un autre enjeu clé dans la performance de nos entreprises, se situe autour de l'amélioration de la diversité de nos profils, en particulier au niveau de la mixité Hommes/Femmes et de l'Internationalisation.

Considérant la diversité comme facteur de performance économique, les entreprises du groupe ont pour ambition de recruter des profils variés, à l'image de leur clientèle locale, de promouvoir l'égalité professionnelle à tous les niveaux et dans tous les processus de l'entreprise, en ce qui concerne l'origine sociale, le sexe, le handicap, l'âge, l'orientation sexuelle, la diversité religieuse...

Les mesures prises en faveur de l'égalité Hommes/Femmes font partie des préoccupations de la communauté Ressources Humaines qui fait vivre les accords signés les années précédentes.

Citons notamment l'engagement de Leroy Merlin Brésil qui a lancé une véritable politique dans ce domaine :

- La politique de recrutement et de sélection (interne et externe) porte le principe d'absence de discrimination fondée sur le sexe, la race, la religion, l'âge, le statut social, le handicap et / ou toute autre singularité. Elle établit également la recherche et l'engagement des hommes et des femmes pour les postes, en présentant la même proportion de finalistes par sexe pour les entretiens avec les dirigeants.
 - Le programme #HeForShe, démarche pilotée par l'ONU pour les femmes, est reconduit en 2018.
 - En juin 2018, a été organisée la Semaine de la diversité, avec la participation à des vidéos de collaborateurs témoignant, avec des messages spécifiques sur la diversité.
 - Un programme de Coaching pour les Femmes est en cours de développement pour augmenter le nombre de femmes dirigeantes dans l'entreprise.
 - En septembre 2018, a été lancée une cartographie avec les dirigeants et les équipes afin de créer une carte de la diversité de l'entreprise.
-
- Chez Bricoman France, lors des Journées de Développement et de Progrès 2018 une attention particulière a été portée sur le passage à temps plein des collaboratrices à temps partiel, pour éviter les temps partiels subis.
 - Chez Bricomart Espagne, un plan pour l'égalité a été signé avec les partenaires sociaux, afin de faire progresser et de garantir l'égalité de traitement et d'opportunités entre hommes et

femmes en matière de conditions de travail et de sensibiliser l'opinion publique. Il existe une formation spécifique en e-learning sur le plan de l'égalité, obligatoire pour tous les nouveaux employés.

- Chez Leroy Merlin France, il existe un accord Mixité-Egalité-Diversité (renouvelé en 2016), qui traite de 4 domaines d'actions prioritaires : accès à l'emploi et au recrutement, formation et évolution professionnelle, parentalité et conciliation des temps, égalité salariale.

Nos entreprises sont également engagées dans une politique en faveur de l'intégration de personnes en situation de handicap et ont l'ambition de respecter les dispositions légales locales. La notion de handicap est par ailleurs intégrée dans nos plans d'égalité des chances. Citons pour exemple :

- Leroy Merlin Russie installe des postes de travail pour les personnes en situation de handicap.
- Leroy Merlin Brésil a organisé en 2018 un groupe de formation communautaire avec des personnes porteuses d'un handicap, auquel ont participé des analystes des ressources humaines des magasins.
- Leroy Merlin Espagne a adhéré en 2013 au programme FORO INSERTA de la FONDATION ONCE, qui promeut l'emploi, la formation et la promotion des personnes en situation de handicap. Chez Leroy Merlin France, chaque magasin, chaque service interne est sensibilisé à l'insertion de personnes en situation de handicap. Un bilan annuel est réalisé en même temps que la déclaration obligatoire d'emploi des travailleurs handicapés.

L'ensemble des entreprises d'ADEO développe des politiques et des pratiques de respect de l'égalité des chances et d'absence de discrimination (sexe, race, religion, politique, etc.) telles que définies dans les conventions de l'Organisation Internationale du Travail.

Enfin, comme chaque année, des accords de renouvellement et d'adaptation aux nouveaux enjeux de l'entreprise ont été signés avec les partenaires sociaux.

4. PRODUITS

a) Achats responsables

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

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

Les démarches Qualité et Développement responsable sont éminemment complémentaires. Cette complémentarité est basée sur le couple Produit et Fournisseur.

Dans nos activités, les réglementations autour du produit, du respect de la santé et de l'environnement sont de plus en plus prégnantes. La complémentarité Qualité et Développement Responsable se fait donc naturellement dans le cadre de notre démarche de compliance Produits.

La Qualité et le Développement responsable visent à développer des logiques d'amélioration continue et à maîtriser les risques pour nos clients et notre activité commerciale. Elles positionnent nos efforts en amont de la chaîne de valeur c'est-à-dire dès la sélection de nos fournisseurs.

C'est pourquoi la démarche Qualité-RSE d'ADEO se définit autour de 3 enjeux : CONFIANCE, EXIGENCES (responsabilité et obligations légales) et CREATION DE VALEUR ET DYNAMIQUE COMMERCIALE.

Cette démarche Qualité-RSE s'articule autour des 5 axes :

- développer la culture et les compétences qualité-RSE de nos organisations ;
- commercialiser des produits sûrs et conformes ;
- déployer une démarche d'assurance qualité source d'efficience et de progrès continue ;
- Animer des politiques internes en matière de développement responsable Proposer à nos clients des offres satisfaisant leur niveau d'exigence, offres dites « 4 étoiles ».

Pour cela, le changement de la Gouvernance Qualité opéré en 2018 passe par la mise en place d'un management de la qualité systémique, cohérent et homogène et le déploiement d'une organisation dédiée mutualisée qui s'appuient sur :

- une nouvelle organisation et un nouveau schéma de responsabilité des responsables Qualité opérationnels ;
- un cadre d'exigences et des processus métiers partagés (Norme Qualité) ;
- un système d'information Qualité commun (Quality Management System) composé de 5 lots (Conformité Produit / Conformité Fournisseur / Suivi des Productions / Traitement des Non-conformités / Amélioration continue) en cours de déploiement dans nos entreprises. La conformité produit est une exigence préalable à la commercialisation des produits (exigences réglementaires, politiques internes RSE et performance des produits).

En réponse à ces divers enjeux, un nouveau Code de Conduite des Achats Responsables a été officialisé au mois de juin 2018 et est intégré progressivement dans les contrats fournisseurs directs de rang 1 (le terme « produit de rang 1 » désigne les produits pour lesquels nous sommes en relation directe avec le fournisseur) de produits marchands, pour devenir un pré requis à l'établissement ou à la continuation de toute relation commerciale. L'un des éléments fondamentaux du Code est l'engagement réciproque entre ADEO et ses fournisseurs.

Le code formalise un ensemble de droits et de devoirs individuels et collectifs auxquels nos entreprises et fournisseurs décident de se conformer. Ces droits et devoirs sont classés en cinq thématiques principales : le volet éthique des affaires, le volet social, le volet environnemental, le volet qualité et le volet protection des données personnelles.

En complément des informations figurant dans ce paragraphe, nous vous invitons à prendre connaissance du paragraphe 16 « Devoir de vigilance des sociétés mères et entreprises donneuse d'ordre » du présent rapport.

b) Consommation responsable

La forte présence de bois dans notre offre produits nous amène à avoir une politique engagée pour préserver notamment la biodiversité, les ressources naturelles et les communautés. L'exploitation des forêts et le négoce du bois sont responsables d'un impact environnemental et social avéré.

En 2018, la politique achat bois d'ADEO a été intégrée au code de conduite des achats responsables et fait désormais partie de l'ensemble de nos contrats commerciaux.

Notre politique bois est un axe fort en termes de crédibilité et de cohérence pour nos parties prenantes.

Nous avons pour ambition à l'horizon 2020, que 100% de nos bois (produits marchands) soient issus de sources responsables.

Chacune des entreprises d'ADEO, selon son état des lieux de départ et son contexte local, définit ses étapes clefs et priorités avec un objectif commun à 2020. Néanmoins, de manière à se doter des moyens de notre ambition, la politique bois est intégrée à notre socle de conformité produit et est donc intégrée à notre outil de gestion de la conformité, le Quality Management System. En 2018, le déploiement progressif de cet outil dans les entreprises d'ADEO a permis à LEROY MERLIN France et LEROY MERLIN Espagne de commencer la collecte des documents nécessaires à la justification de la conformité des nouveaux produits référencés vis-à-vis de la politique bois d'ADEO.

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

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

Au travers de cette politique, l'ambition d'ADEO est de réduire l'exposition des habitants aux substances les plus controversées qui peuvent se retrouver dans nos produits. De même que la politique achat-bois, la politique substances est intégrée au code de conduite achats responsables et fera partie de la conformité pour l'ensemble de nos produits. Une Restricted Substances List a donc été construite et contient à ce jour 18 substances qui seront soit bannies soit restreintes selon la priorité qui leur est donnée.

Par ailleurs, dès 2015, le comité de direction d'ADEO a choisi d'interdire à la vente dans nos enseignes les produits contenant du glyphosate (Substance non reprise dans la Restricted Substances List).

Sur le sujet de la consommation responsable, certaines de nos entreprises proposent des gammes de produits plus respectueuses de la santé humaine ou encore des produits permettant de réaliser des économies d'eau et d'énergie.

A titre d'exemple citons :

- LEROY MERLIN Brésil qui renouvelle en 2018 son opération commerciale « semaine pour la construction responsable » qui promeut la vente des produits issus de la gamme « produits responsables ».
- LEROY MERLIN Italie qui propose des produits « casa sana » (maison saine) parmi les produits référencés dans le projet de la maison de demain.
- LEROY MERLIN France qui collaborait depuis 2015 avec l'Association Santé Environnement France et qui s'est rapprochée en 2018 de MEDIECO entreprise pionnière en santé environnementale. Ces collaborations permettent de donner des conseils aux habitants sur les thématiques de santé dans le logement et surtout sur la qualité de l'air intérieur. Ainsi différents guides ont été réalisés pour conseiller les habitants sur ce sujet.
Par ailleurs, le référencement de produits avec un impact limité s'est développé tout particulièrement en peinture.
- LEROY MERLIN Espagne qui en 2018 sensibilise les adultes à la consommation responsable par le biais d'une vidéo "Nous sommes la racine" mettant en scène des enfants. "Nous sommes la racine" est une initiative dans laquelle près de 200 000 enfants de toute l'Espagne demandent que leurs propositions soient prises en compte pour la réalisation des objectifs de développement durable promus par l'ONU.

L'objectif est de faire en sorte que la « société des adultes » développe des attitudes durables en faveur de la protection de l'environnement.

- LEROY MERLIN Russie qui met en place un nouveau projet appelé « Forestmania ». L'objectif du programme est de promouvoir le bois issu de sources responsables notamment à travers la sensibilisation des plus jeunes et la mise en place d'actions de restauration de la forêt. Pour cela, une vidéo de sensibilisation quant à la ressource bois a été réalisée et un site internet proposant un programme d'éducation environnemental a été mis en ligne.

5. EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

Compte tenu de ses activités, ADEO est conscient de l'impact que peuvent avoir ses activités. Être utile au monde, c'est aussi prendre en compte ce sujet comme composante transverse de nos activités pour améliorer notre performance extra-financière.

C'est pour cela qu'ADEO s'est engagé en 2018 à réduire les émissions de CO2 de ses activités et à mettre en place des actions qui font sens pour notre environnement, la planète et les habitants du monde.

En 2018, ADEO a réalisé son premier bilan carbone groupe sur un périmètre de 9 entreprises pour mesurer son empreinte et construire un plan d'action de réduction et de compensation en 2019 dont l'ambition est d'atteindre une première étape de moins 20% d'émission de CO2 en 2020.

a) Empreinte carbone et changement climatique

Face aux conséquences du changement climatique, les entreprises d'ADEO mettent en place différentes actions qui créent de la valeur notamment pour réduire leur empreinte environnementale et tentent de développer de nouveaux magasins atteignant des standards de performance énergétique en matière de construction. Il s'agit notamment de réduire l'impact lors de la conception, la construction et l'exploitation des sites afin de développer des sites les moins énergivores du secteur d'activité.

En cohérence avec cette ambition du CAP 2025 :

- LEROY MERLIN Espagne compte un magasin certifié ISO 14001 et EMAS (magasin de Gijon). De plus, l'entrepôt de Meco a la certification de construction Leed Platinum qui atteste des performances environnementales du bâtiment.
- Vingt-deux magasins de LEROY MERLIN Italie ont une certification énergétique.
- En 2018, ce sont chez LEROY MERLIN Brésil, 17 magasins qui sont certifiés pour la construction selon le référentiel AQUA (Alta Qualidade Ambiental). LEROY MERLIN Brésil envisage en 2019 de certifier certains magasins pour l'exploitation.
- LEROY MERLIN Russie a reçu en 2017 pour son nouvel entrepôt de South Gates, la certification BREEAM « New construction Level Pass » attestant le niveau environnemental du bâtiment.
- LEROY MERLIN France travaille depuis 2007 sur une démarche de fond visant à évoluer vers de nouveaux magasins plus respectueux de l'environnement. Le magasin de la Vigie a obtenu en 2018 la certification BREEAM. Tous les nouveaux magasins atteindront au minimum un niveau « Very Good ». Le parc de magasins de LEROY MERLIN France compte également des magasins répondant au niveau BBC ou encore Effinergie.

- Chez BRICOMAN France, depuis la certification HQE et BBC en 2012 du magasin de Capelle la Grande, tous les nouveaux magasins dont l'entreprise a la maîtrise d'ouvrage sont au niveau BBC, soit 7 magasins.

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

<u>Indicateur</u>	<u>Unité</u>	Groupe ADEO
		2018
Consommation d'électricité / surface de vente intérieure	kWh / m ²	205
Consommation de gaz / surface de vente intérieure	kWh / m ²	89
Consommation d'énergie (électricité + gaz) / surface de vente intérieure	kWh / m ²	239

<u>Indicateur</u>	<u>Unité</u>	Groupe ADEO
		2018
Emissions de CO ₂ liées à la consommation d'énergie des magasins	teq. CO ₂	288 783

Dans cette perspective, concernant les consommations d'énergie, les entreprises mettent en place des actions qui consistent aussi bien à réduire leurs consommations ou à s'approvisionner de manière plus durable.

Citons à titre d'exemple :

- BRICOMAN Italie a terminé d'équiper l'ensemble de son parc de magasins d'un système de gestion technique centralisée de l'électricité permettant de suivre en temps réel les consommations d'électricité. Quelques magasins ont étendu ce système de gestion technique centralisée à la climatisation...
- LEROY MERLIN Brésil utilise également un système de gestion technique centralisée pour la climatisation et l'éclairage de certains magasins. L'entreprise relampe également au fur et à mesure ses magasins avec un éclairage LED.
- BRICOCENTER Italie a lancé en 2016 un vaste projet d'efficacité énergétique de ses magasins. C'est ainsi qu'environ 90% des surfaces de vente avaient été rénovées par un éclairage LED et équipées d'un système de gestion technique centralisée. En 2018, l'entreprise a poursuivi le pilotage de ce projet.

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

C'est ainsi que :

- La majorité des magasins de LEROY MERLIN Italie, BRICOMAN Italie et LEROY MERLIN Espagne s'approvisionnent en énergie provenant de source renouvelable.
- Certains magasins de BRICOMAN Italie sont équipés de panneaux solaires photovoltaïques. LEROY MERLIN Pologne, Zodio France, LEROY MERLIN Espagne ou encore LEROY MERLIN France adoptent cette même pratique.

Toujours dans l'objectif de réduire notre empreinte environnementale, certaines de nos entreprises adoptent des pratiques en faveur d'une logistique plus vertueuse. Les différents projets menés ont notamment pour objectifs de réduire les émissions de gaz à effet de serre liées au transport des produits.

<u>Indicateur</u>	<u>Unité</u>	Groupe ADEO 2018
Emissions de CO ₂ liées au transport de marchandises (depuis le centre logistique vers les magasins)	teq. CO ₂	112 760

- LEROY MERLIN Espagne s'engage dans le projet "Lean and Green" porté par l'organisation AECOC. Les entreprises adhérentes au projet, s'engagent à réduire leurs émissions de CO₂ liées au transport et à la logistique de 20% d'ici cinq ans.
- La Direction Supply Chain de LEROY MERLIN France a signé un accord avec l'ADEME et s'est engagée dans une démarche Fret 21 pour diminuer les émissions de gaz à effet de serre issus du transport de marchandises. Plusieurs actions sont animées notamment, la sélection de transporteurs engagés dans une démarche CO₂ (signataire de la charte obj CO₂ ou du label CO₂), ou encore le déploiement des camions fonctionnant au gaz.
- Depuis 2018, BRICOCENTER Italie s'appuie sur certaines plateformes régionales de Leroy Merlin Italie et BRICOMART Espagne mène un projet d'implémentation de Transport Management System (TMS) afin d'optimiser les trajets et réduire le nombre de kilomètres parcourus.

Enfin, de manière globale, certaines de nos entreprises poursuivent l'optimisation de leur logistique en développant le cross-docking, en optimisant le taux de chargement des camions et en développant l'intermodalité des transports comme le fait par exemple BRICOMAN Italie.

Nos habitudes de consommations ont un impact avéré sur l'environnement et la biodiversité. Pour cela nos entreprises mettent donc en place certaines actions qui tentent de compenser notre impact notamment sur la ressource bois et d'autres actions qui permettent également de restaurer ou de préserver la biodiversité. Ces actions permettent également le captage de CO₂.

Ainsi :

- En 2018, 17.372 arbres ont été plantés en représentation de chaque nouveau collaborateur embauché en CDI dans le groupe pendant l'année 2017. Les plantations organisées avec notre partenaire Reforest'Action ont été réalisées à Castanet le Haut près de Montpellier.
- Dès 2015, Leroy Merlin France a tissé un partenariat avec Reforest'Action. En 2018, ce sont près de 110.000 arbres qui auront été replantés, dont 80 000 chênes pour compenser la matière première utilisée dans la gamme « Parquet Artens chêne massif ». LEROY MERLIN France a également planté 1 arbre pour chaque collaborateur présent lors de sa « Vision d'entreprise » soit environ 22.000 arbres. De plus, 10.000 arbres ont été replantés avec les clients et les collaborateurs par 5 magasins et le siège.
Engagé pour un jardinage plus responsable et naturel, LEROY MERLIN France poursuit l'animation de son programme pédagogique avec l'association « Jardins de Noé ». Ce programme s'inscrit dans une démarche de sensibilisation des clients en faveur de la biodiversité. Dans ce cadre LEROY MERLIN France a organisé lors de la Semaine du Développement Durable la 2ème édition de la « Fête des Jardiniers Responsables » et c'est près de 40 magasins qui ont participé à cette opération.

- LEROY MERLIN Espagne a organisé 6 actions de plantations d'arbres en 2018 en collaboration avec des clients et des collaborateurs et 1 organisée par la centrale d'achats.
- LEROY MERLIN Russie qui dans le cadre de son projet « Forestmania » a réalisé des plantations d'arbres permettant de restaurer près de 90 hectares d'une forêt située en Sibérie.

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

Ainsi, certaines de nos entreprises sont équipées pour collecter l'eau de pluie afin de l'utiliser pour l'arrosage des espaces verts et/ou les sanitaires. D'autres entreprises équipent certains de leurs magasins avec des robinets à faible débit.

<u>Indicateur</u>	<u>Unité</u>	Groupe ADEO 2018
Consommation d'eau / surface de vente intérieure	m ³ /m ²	0,36

b) Economie circulaire

L'économie circulaire a été identifiée comme un enjeu matériel par nos parties prenantes. Contrairement à l'économie linéaire, l'économie circulaire vise à réduire le gaspillage des matières premières et à diminuer l'impact environnemental à tous les stades de vie d'un produit. ADEO a donc pour ambition de mettre en œuvre un certain nombre d'actions pouvant ainsi impacter positivement ses activités.

La volonté commune des entreprises d'ADEO est notamment d'intervenir sur l'ensemble du processus des déchets. Dans ce but, les responsables emballage international du département PASQ (Produits Achats Supply Chain Qualité) de la société ADEO SERVICES accompagnent les chefs de produits sur trois axes :

- La réduction des quantités d'emballages des produits ;
- L'utilisation de matériaux qui offrent une meilleure recyclabilité ;
- L'optimisation de la quantité d'emballages de transport.

L'année 2018 a été rythmée par la mise à jour de la politique packaging qui remplacera la charte déjà présente dans le code de conduite.

L'objectif premier de la nouvelle politique sur les emballages de vente est le « no pack ». Néanmoins, lorsque la présence d'un emballage se révèle indispensable, l'objectif est de réduire la quantité de matière utilisée et de privilégier l'utilisation de carton et de matières recyclées.

Concernant les emballages logistiques, les suremballages sont limités et les formats carton optimisés. La politique est en cours de partage avec l'ensemble des entreprises d'ADEO afin d'harmoniser les standards et de définir des indicateurs de suivi communs à partir de 2019.

Grâce à la charte existante, de nombreuses optimisations de packagings ont été réalisées en 2018 dont voici quelques exemples.

- Pour la marque « Dexter, le concept pack des abrasifs a été repensé afin de faciliter la mise en œuvre lors du conditionnement et pour réduire la quantité de carton de 30% soit un gain annuel de 60T.

- Pour les planchas et barbecue de marque Material, les emballages ont été repensés pour pouvoir remplacer le calage en plastique (PSE) par du carton alvéolaire tout en garantissant la bonne protection du produit.

L'ambition d'ADEO est également de réduire l'impact environnemental de ses produits tout au long de leur cycle de vie. La thématique de l'éco-conception est donc développée avec chacun des acteurs engagés dans le développement des gammes produits.

Ce sujet est notamment traité au travers de la politique Service Après-Vente qui sert de multiples enjeux et prend sa racine dans la volonté de construire une relation de confiance avec nos clients habitants au travers de produits durables et de parcours-clients facilitants.

L'écoute de nos habitants et des problématiques qu'ils rencontrent est développée pour être aussi au service de notre amélioration continue. En effet, toutes les remontées servent à construire un référentiel de pièces détachées spécifiques aux problématiques rencontrées pour assurer toujours plus la réparabilité de nos produits à marque habitant (les produits dits « de marque habitant » sont des produits de marque propre).

L'ambition est aussi de partager ces informations avec les équipes de concepteurs afin de proposer des produits toujours plus durables.

L'année 2018 a été marquée par plusieurs avancées significatives. Nous pouvons donc citer, l'écriture d'une stratégie globale sur le Service Après-vente et la mise en place d'une animation de l'ensemble des acteurs concernés ; les concepteurs, les bureaux de sourcing, les entreprises partenaires et bien sûr l'ensemble de nos magasins.

Les magasins sont donc ancrés au cœur de la stratégie SAV en faisant remonter plus d'un million de retour produits. Cela est rendu possible par le déploiement de l'outil de gestion du SAV déjà présent en France et qui a été déployé en 2018 en Italie et au Portugal.

Pour continuer à toujours accompagner nos clients habitants et nos magasins, 5 nouvelles entreprises sont connectées à notre partenaire de gestion de pièces détachées.

De nombreux tests ont aussi été lancés pour trouver les clés du SAV de demain :

- Le taux de réparation des produits est animé dans les enseignes ;
- Leroy Merlin France a testé un indice de réparabilité sur ses tronçonneuses ;
- Leroy Merlin Italie a testé le reconditionnement des produits voués à la destruction pour leur donner une seconde vie et près de 95% de ces produits ont été vendus en 48H ;
- Enfin, de nombreux « repair cafés » ont vu le jour en France et au Portugal pour continuer de renforcer nos liens avec nos clients-habitants.

L'activité de nos magasins produit les types de déchets suivants : cartons, plastiques, bois, gravats, déchets industriels banals (DIB) en mélange et des déchets industriels spéciaux tels que la peinture.

Ces déchets sont une véritable source de nouvelles matières premières pouvant être recyclées ou valorisées. Les différentes actions mises en place dans nos entreprises tentent de répondre à l'objectif suivant : 100% de nos sites trient leurs déchets et en valorisent 90%.

Ainsi, la majorité des entreprises d'ADEO équipe leurs magasins d'un espace de tri ou encore anime la performance sur ce sujet auprès de leur magasin, comme le font par exemple LEROY MERLIN France, LEROY MERLIN Italie ou LEROY MERLIN Espagne.

<u>Indicateur</u>	<u>Unité</u>	Groupe ADEO 2018
Quantité totale de déchets liés à l'activité en magasins et collectés par un prestataire / CA HT IFRS (Mn €) *	tonnes / CA HT IFRS (Mn d'€)	18,8

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

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

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

C'est pourquoi en 2018, LEROY MERLIN France renouvelle ses opérations de collecte de déchets chimiques avec le prestataire ECODDS dont la mission est d'encourager au tri, de collecter et de traiter certains déchets chimiques des particuliers. Ainsi ce sont près de 69 tonnes qui ont été récupérées dans les 88 magasins participants.

En Pologne, LEROY MERLIN organise une action similaire dans la plupart des magasins de la ville de Varsovie. Les clients sont invités à apporter leurs déchets d'équipements électriques et électroniques. En contrepartie, l'enseigne offre par exemple un bon de réduction à valoir sur l'achat de lampes LED.

Cette année, six entreprises d'ADEO ont participé pour la première fois à l'évènement international « World clean up day ». Le principe du mouvement est simple, il s'agit de nettoyer des espaces des déchets abandonnés. Ainsi les services internes et quelques magasins se sont mobilisés pour cette vaste opération de nettoyage et espèrent renouveler l'opération en 2019.

Par ailleurs, lorsque cela est possible, nos entreprises produisent à partir de leurs déchets, de nouveaux produits qui créent de la valeur.

Citons à titre d'exemple :

- Leroy Merlin Brésil en collaboration avec des fournisseurs locaux a produit un papier Kraft de protection pour peinture à partir des déchets papiers du magasin de Tiête à Sao Paulo. L'entreprise étudie également la possibilité d'utiliser les anciens uniformes des collaborateurs travaillant en magasin pour la création de nouveaux produits comme des couvertures polaires.
- LEROY MERLIN France innove en réutilisant les agrégats de béton issus de la démolition de l'ancien magasin Leroy Merlin de la ville de Douai pour les réutiliser dans la réalisation de la nouvelle dalle béton du nouveau magasin de Tourcoing/Neuville-en-Ferrain. Cette opération d'économie circulaire permet ainsi à LEROY MERLIN d'être fournisseur de sa matière première lors de la construction de son nouveau magasin.

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

- LEROY MERLIN Brésil qui poursuit son projet « Recupera ». Il concilie amélioration de la qualité de vie des habitants et réduction des déchets : les magasins participants évaluent les produits endommagés, avant qu'ils ne soient jetés. Ils étudient la possibilité de les faire réparer, puis de les vendre à des prix réduits.
- LEROY MERLIN Italie poursuit le développement de son projet "Empori Fai Da Noi" lancé en fin d'année 2016. Les Empori sont des lieux de partage où les personnes et familles en difficulté peuvent utiliser gratuitement des produits, consommables, pour rénover ou décorer leur habitat. On compte ainsi une vingtaine de structures de ce type en 2018. Les produits sont en partie fournis par LEROY MERLIN Italie ou bien achetés par l'association qui gère la structure en

fonction des besoins spécifiques. En 2018, l'entreprise a mis en place une procédure permettant de donner les produits démarqués en magasins aux « Empori Fai Da Noi ».

- ZODIO France poursuit en 2018 l'opération « seconde vie ». Les clients viennent déposer en magasins les produits dont il ne se servent plus.

Ce programme est divisé en 4 périodes et consiste à collecter le linge de lit, les ustensiles de cuisson, le linge de bain et les produits d'art de la table. 100% des produits récupérés sont redistribués à des associations caritatives afin qu'ils soient rétrocédés à des populations dans le besoin.

- Depuis fin 2017, l'entrepôt d'Anvers livre les magasins de LEROY MERLIN France et BRICOMAN France à l'aide de palettes dites « vertes » ! 80.000 palettes vertes sont ainsi dans le circuit logistique : livrées en magasin, elles reviennent en flux inverse chez le prestataire PGS qui assure la mise à disposition chez tous les utilisateurs de cette palette bois PEFC. Moins chère qu'une palette perdue, elle est réparée, réutilisée autant de fois que possible.

Enfin la majorité de nos entreprises mettent en place des services aux clients comme la location de certains produits habituellement vendus en magasins.

Note méthodologique du reporting RSE

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

1 Protocole de reporting

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

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

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

2 Période de reporting

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

3 Périmètre

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

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

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

La mise à jour du périmètre pour le reporting de l'année N s'effectue au 31 décembre de l'année N-1 par la Coordination des Politiques Développement Responsable d'ADEO.

Pour l'année 2018, les entreprises ayant contribué au reporting RSE sont LEROY MERLIN Brésil, LEROY MERLIN Espagne, LEROY MERLIN France, LEROY MERLIN Italie, LEROY MERLIN Pologne, LEROY MERLIN Russie, BRICOCENTER Italie, BRICOMAN France, BRICOMAN Italie, Zodio France et BRICOMART Espagne pour la première fois.

Enfin, un très faible nombre de nos sites français sont susceptibles de générer des risques ou des dangers et sont par conséquent soumis à une législation et une réglementation particulières, relatives à ce que l'on appelle « les installations classées pour la protection de l'environnement (ICPE) ». En 2018, les entreprises françaises d'ADEO recensent neuf entrepôts et un magasin qui sont classés ICPE.

Précisions méthodologiques concernant les indicateurs environnementaux et sociaux :

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

4 Choix des indicateurs clés de performance

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

Aux vues des activités du groupe, les informations suivantes n'ont pas été jugées matérielles et ne seront pas publiées pour l'exercice 2018 à savoir :

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

Dans le cadre de la mise en place de la nouvelle réglementation relative à la DPEF, seules les données pour l'exercice 2018 ont été publiées. Les évolutions des indicateurs clés de performance seront communiquées à partir de l'exercice 2019.

5 Consolidation et contrôle interne

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

Données environnementales et sociétales

Les données environnementales sont collectées par les référents TERRADEO au niveau des entreprises en lien avec les directeurs financiers de chaque entreprise qui garantissent que le processus de reporting permet une collecte des données fiables dans les délais. Les données sont ensuite transmises aux équipes de la Coordination des politiques Développement Responsable pour le contrôle et la consolidation des données au niveau groupe.

Données sociales

Les données sociales sont collectées par les directions des ressources humaines au niveau des BU puis remontées à la direction des ressources humaines groupe qui contrôle les données et les consolide. Les données sont enfin transmises aux équipes de la Coordination des politiques Développement Responsable.

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

6 Contrôles externes

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

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

7 Limites méthodologiques

Dans le cadre d'une démarche d'amélioration continue, les entreprises participant au présent reporting ont augmenté, chaque fois que possible, la part des données réelles pour chaque indicateur entre 2017 et 2018.

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

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

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

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

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

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

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

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

Le périmètre de calcul des émissions des émissions de Gaz à Effet de Serre couvre à la fois les émissions directes et indirectes de GES (scopes 1,2 de l'ISO 14064).

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

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

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

8 Changements de méthode intervenus entre 2017 & 2018 :

Rien à signaler.