4

TÉMOIGNAGES
DES PRATIQUES

GROUPE ALL

LABELLISÉ DEPUIS 2023

« Une mise en place d'actions bien pertinentes »

L'entreprise a positivement évolué sur le renforcement de sa gouvernance. Le groupe ALL est en cours de structuration de sa démarche RSE, et a mis en place des actions pertinentes.

Identification des parties prenantes de l'enseigne. Le groupe a mené un travail d'identification de ses parties prenantes qui a débouché sur la formalisation de sa cartographie. Ainsi, les attentes des parties prenantes sont recueillies en interne par le comité RSE et en externe à travers les présentations de la démarche RSE lors des séminaires et des rencontres régionales, notamment avec les adhérents.

Rédaction de la politique de l'enseigne en matière de responsabilité sociétale, communication aux parties prenantes. La charte RSE, coconstruite avec les équipes, est formalisée.

Encouragement de la participation effective des collaborateurs à tous les niveaux, aux prises de décision de l'organisation. Le comité RSE est mis en place et permet d'intervenir et de participer à la prise d'initiatives des collaborateurs dans les évolutions stratégiques.

Mise en place d'un système documenté d'identification des dangers et d'évaluation des risques en matière de responsabilité sociétale.

Mesure régulière et méthodique du degré de satisfaction de ses parties prenantes au regard d'indicateurs. Ainsi, le taux total de satisfaction annuelle des adhérents est connu et s'élève à 89% dont 36% sont très satisfaits. Par ailleurs, un axe d'amélioration reste sur la mise en place d'un système d'évaluation des autres parties prenantes, notamment des collaborateurs et fournisseurs.

ENSEMBLE
POUR LE PROGRÈS LOCAL, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

L'entreprise a positivement évolué sur le renforcement de sa gouvernance, notamment par le déploiement de sa politique RSE vers les parties prenantes.

✓ Droits de l'homme

Le groupe promeut l'égalité Hommes/Femmes dans ses activités et renforce sa démarche d'inclusion. Une charte éthique cohérente avec l'activité de l'entreprise est diffusée aux collaborateurs.

✓ Relations et conditions de travail

Le Groupe a mis en place de véritables actions pour préserver la santé et la sécurité des collaborateurs. Plusieurs actions en faveur de la qualité de vie au travail et du bien-être des salariés sont effectuées.

✓ Environnement

L'évaluation a permis de valoriser des engagements sur la thématique de l'environnement sur lesquels le groupe est mature :

- Identification et suivi des sources de pollution environnementale.
- Prévention de la pollution et usage durable des ressources.
- Maîtrise des impacts environnementaux des canaux de communication.

✓ Loyauté des pratiques

Le groupe s'assure de promouvoir la responsabilité sociale dans sa chaîne de valeur en favorisant l'échange et le partage de bonnes pratiques à travers sa charte d'achats responsables. Il n'y a eu aucune controverse avérée. Le groupe est mature sur la gestion de la relation client, des litiges et sur les insatisfactions.

✓ Questions relatives aux consommateurs

La progression du groupe dans la prise en compte des intérêts des clients et des adhérents est marquée. L'évaluation de la satisfaction des clients et la résolution des litiges ont été renforcées. Le groupe est mature sur la RGPD et a lancé sa nouvelle marque de lunettes « Riley Stone » qui est entièrement écoconçue.

✓ Communautés et développement

L'entreprise encourage et développe des partenariats locaux notamment avec le monde associatif de son territoire.

AU BUREAU
LABELLISÉ DEPUIS 2022

« Se projeter avec une vision stratégique long terme »

L'année 2024 est véritablement l'année de la maturité pour Au Bureau sur de nombreux sujets de Gouvernance. La montée en puissance de l'enseigne est particulièrement perceptible sur les sujets menés et les indicateurs partagés. Mais également dans la maturité du discours. En effet, une vraie implication des équipes a été ressentie. Une connaissance de leurs rôles, de leurs impacts dans la démarche et un enthousiasme à s'impliquer sur ces questions.

Il y a une vraie intelligence stratégique chez Au Bureau perceptible dans la vision, les paroles et les actes. Cet alignement donne un grand sentiment de confiance quant au bon déploiement sur le long terme de la démarche. Les parties-prenantes sont convaincues et les acteurs très impliqués.

Au Bureau est une enseigne dynamique, novatrice sur beaucoup de points qui parvient à se projeter sur le moyen long terme au travers de nombreux éléments : carbone, énergie, circuits courts etc. L'expertise des différents métiers leur permet à la fois d'être dans le présent et de faire face à leurs enjeux du moment mais également de se projeter avec une vision stratégique long terme. Quant à l'appropriation des enjeux, l'idée est d'avoir une approche très pointue de leurs impacts afin de mettre en œuvre les meilleurs moyens pour les réduire ou compenser.

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance
La Responsable RSE, qui agit en cheffe d'orchestre, travaille la transversalité RSE avec les autres enseignes du Groupe afin de tirer le meilleur des spécificités de chaque entité.

✓ Droits de l'homme
La question de la parité et de l'égalité H/F est très bien gérée et menée par l'enseigne. Au Bureau se démarque par une démarche très proactive sur la question du handicap. Les mesures en place et l'attention particulière portée au sujet sont nettement au-dessus des pratiques communément observées.

✓ Relations et conditions de travail
Agilité et innovation : acomptes à la semaine, multiplication des canaux de recrutement, usage accéléré des réseaux sociaux, etc. Formation et pédagogie : l'adaptation du discours à la cible (clients, collaborateurs) est une force considérable pour l'entreprise car elle permet de capter l'attention de l'interlocuteur, de lui témoigner de l'intérêt, de l'impliquer dans les démarches et, in fine de donner du sens à son action.

✓ Environnement
Au Bureau poursuit son bilan Carbone en incluant à nouveau le scope 3. Cette année, l'analyse est encore plus poussée et permet de nourrir le plan d'action environnemental et les enjeux CSRD.

✓ Loyauté des pratiques
Un plan d'actions Achats clair est établi et confirme la structuration et la vision très pérenne sur le sujet.

✓ Questions relatives aux consommateurs
L'un des sujets cruciaux est d'acculturer ses clients, ses concitoyens à la question du réchauffement climatique et des impacts de nos choix et de nos actions. Cela passe par une revue des produits et des plats de la carte afin d'en mesurer le poids carbone. Une valorisation sur la carte identifie les plats les moins carbonés.

✓ Communautés et développement
Au Bureau engage des actions sociétales très différentes mais articulées autour de l'Humain et du partage.

ENSEMBLE
POUR LE PROGRÈS LOCAL, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

BANQUE POPULAIRE VAL DE FRANCE

LABELLISÉE DEPUIS 2023

« L'accompagnement des transitions »

La Banque Populaire Val de France dispose d'une gouvernance structurée, qui porte la RSE au plus haut niveau de l'organisation. L'accompagnement des transitions est en effet l'un des axes du plan stratégique de la banque.

L'accord d'intéressement comprenant des objectifs sur les déplacements professionnels des collaborateurs et sur l'octroi de crédits « green » a été reconduit.

Au cours de l'année passée, les actions suivantes ont été menées :

• La rédaction du rapport RSE 2023 présentant toutes les actions de la banque en matière de RSE.

• **Le lancement d'une nouvelle banque d'affaires Odiem** comprenant un volet sur l'accompagnement des transitions environnementales et sociétales.

• **La structuration au niveau du Groupe BPCE d'une filière impact et la création d'un comité impact à la Banque Populaire Val de France** qui permet à la Direction de la Banque de disposer d'une vision synthétique et structurée des sujets liés au développement durable.

• **La structuration d'un réseau d'ambassadeurs RSE** est en cours avec l'organisation d'une journée de rencontre qui leur est dédiée.

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

Une gouvernance qui porte la RSE au plus haut niveau de l'organisation.

✓ Droits de l'homme

Une communication et des actions fortes sur le sujet du handicap, avec un taux de participation aux formations handicap qui progresse.

Des congés supplémentaires pour les femmes souffrant d'endométriose.

Niveau 3 étoiles du label Cancer@Work.

L'audit de renouvellement des labels Égalité et Diversité.

✓ Relations et conditions de travail

La Banque Populaire Val de France dispose d'un haut niveau de maturité et de maîtrise sur les sujets relatifs aux ressources humaines : formation Premiers Secours Tactiques, 70% des collaborateurs ont suivi une sensibilisation à la diversité, un nouveau portail de formation pour la montée en compétences, et en matière de sécurité le programme Employeurs engagés.

✓ Environnement

La Banque Populaire Val de France a créé un fonds de dotation et souhaite se tourner vers des projets liés à l'eau afin de s'impliquer davantage dans la préservation de la biodiversité. Elle a réduit ses émissions de GES de 24,1% entre 2019 et 2024.

✓ Loyauté des pratiques

50% des réclamations s'intéressent aux enjeux de fraude et d'escroquerie, aussi, pour limiter ce risque, la Banque a mis en place une double authentification.

La Banque Populaire Val de France a toujours l'engagement de répondre à ses clients en 10 jours (la réglementation est à 30 jours).

✓ Questions relatives aux consommateurs

La bonne prise en compte des intérêts des clients est un sujet essentiel pour la Banque Populaire Val de France, qui se traduit par un bon niveau de satisfaction.

✓ Communautés et développement

La Banque Populaire Val de France est très engagée dans ses territoires d'implantation. Elle dispose d'une Fondation d'entreprise qui a fêté ses 10 ans.

La Fondation d'entreprise a mis en place l'appel à projets Mon territoire innove, qui récompense les projets qui contribuent au développement ou à la consolidation d'un projet de coopération territoriale déjà existant..

BANQUE POPULAIRE VAL DE FRANCE +X FONDATION D'ENTREPRISE

ACTION REMARQUABLE

« Une décennie au service des territoires et de l'innovation locale avec la Fondation d'entreprise Banque Populaire Val de France »

La Fondation d'entreprise Banque Populaire Val de France a fêté ses 10 ans en 2024.

Durant cette décennie, 267 projets ont été soutenus et 2 millions d'euros investis, témoignant d'un impact durable et positif sur ses territoires.

Pour célébrer cet anniversaire, la Fondation d'entreprise a déployé une série de tables rondes à Bourges (18), Orléans (45), Montigny-le-Bretonneux (78), Poitiers (86) et Palaiseau (91).

20 acteurs locaux ont ainsi mis la lumière sur des sujets de société au cœur de l'actualité :

- Santé et innovation : favoriser l'autonomie pour redonner le pouvoir d'agir.
- Favoriser l'entrepreneuriat durable et solidaire chez les jeunes.
- Nourrir le monde durablement : la nécessité d'une alliance entre science et société.
- Santé et innovation : revitaliser les territoires en favorisant l'accès aux soins.
- Biodiversité et inclusion sociale : prendre soin de la terre et de l'humain.

Cette action a largement donné la parole aux lauréats de la Fondation, notamment : **Médecins solidaires, La Fondation AgroParisTech, la Bergerie Nationale de Rambouillet, Entreprendre pour Apprendre, le Centre Hospitalier Régional d'Orléans et Fonds Synchronie, l'Adie…**

À travers ces témoignages de porteurs de projets et les échanges avec les sociétaires de la Banque, la Fondation d'entreprise Banque Populaire Val de France rappelle son rôle essentiel de facilitateur d'innovation sociale et environnementale. En travaillant main dans la main avec ses porteurs de projets, les organisations de l'Économie Sociale et Solidaire, ses partenaires et son écosystème, elle ne se limite pas à un soutien financier : elle crée du lien et met à disposition son réseau et ses compétences pour construire des synergies durables basées sur une coopération territoriale.

Depuis sa création en 2014, la Fondation d'entreprise Banque Populaire Val de France agit auprès des acteurs locaux qui répondent aux défis sociétaux de son territoire, dans trois domaines :

- **Patrimoine et Culture :** rendre la culture accessible à tous et favoriser un tourisme moderne et innovant.
- **Solidarité** : encourager l'autonomie des personnes grâce à des solutions novatrices qui améliorent leur qualité de vie.
- **Environnement et Développement Durable** : préserver la biodiversité et promouvoir des pratiques responsables, créatrices d'emplois.

« L'audit délivré annuellement dans le cadre du label Enseigne Responsable nous permet de prendre un recul essentiel sur nos pratiques. C'est un outil précieux pour guider les axes de travail prioritaires, afin d'être toujours plus vertueux. »

Elisabeth Moreau, Directrice générale adjointe Banque Populaire Val de France.

BESSON CHAUSSURES

LABELLISÉ DEPUIS 2023

« Une marge de progression certaine »

En 2022, l'enseigne innove en créant son **label Besson for change** permettant ainsi la démarche marque repère. L'enseigne poursuit son dialogue envers les parties prenantes pour renforcer sa stratégie RSE et aligner les intérêts des parties prenantes avec des indicateurs précis.

Bien que non contraint par la réglementation en vigueur, BESSON décide de publier **son 1er rapport RSE** et réalise **son 1er bilan carbone**.

2024 sera l'occasion de se préparer et de se structurer pour répondre aux attentes du rapport CSRD livrable en 2026 : en juillet la première étape se concentrera sur la recherche d'un prestataire qualifié pour **l'étude de la double matérialité et la cartographie des risques.**

Besson poursuit sa feuille de route RSE en travaillant sur le cycle de vie du produit et notamment sur **la réparabilité des chaussures.** Le cuir est également au centre des réflexions et Besson engage des actions et des réflexions avec le **Leather working group pour l'utilisation de cuir 100% labellisés LWG.**

Une charte d'engagement d'achats responsables est également produite avec l'idée d'améliorer les relations fournisseurs.

La nouveauté résulte dans l'installation d'**un corner « seconde vie »** dans l'ensemble du réseau. Sont alors mis en vente des chaussures déjà utilisées par les clients en échange d'un bon d'achat valable immédiatement dans le magasin.

Besson développe également la réparation de chaussures en local. 87 magasins proposent ainsi à leurs clients un service de réparation des chaussures, en partenariat avec un cordonnier local ».

L'enseigne a finalement signé un **Plan d'Achat d'énergies renouvelables** à hauteur de 10%.
Ceci l'aide à investir dans **un parc 100% solaire**

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

Une vision stratégique et une politique RSE très maîtrisée. La vision de la Direction générale a pour ambition de passer d'une enseigne à une marque repère pour les consommateurs.

✓ Droits de l'homme

L'axe de progression majeure résulte dans l'accès à l'emploi des personnes handicapées. La société Besson Chaussures compte à ce jour +6% d'employés en situation de handicap. 99% des usines fabriquant les chaussures marques propres de Besson ont été audités ou ont un audit planifié via l'ISC (Initiative for compliance and sustainability) afin de garantir de bonnes conditions de travail et le respect des exigences sociales strictes dans les usines.

✓ Relations et conditions de travail

Aucun arrêt de travail n'a été enregistré en 2023. Mise en place d'un outil permettant un meilleur suivi des formations, notamment obligatoires.

✓ Environnement

L'ensemble de la chaine de production est pensé pour être le plus responsable possible. L'engagement envers un numérique responsable est également un point positif.

✓ Loyauté des pratiques

Les outils mobilisés pour améliorer la satisfaction client ont portés leurs fruits avec un gain d'efficacité indéniable (+24000 commandes). La signature de la charte RFAR est également un gage de progrès dans les relations avec les fournisseurs.

✓ Questions relatives aux consommateurs

Les points forts sont indéniablement l'intégration du développement durable dans la chaine de valeur avec la production des chaussures en marque propre éco-conçues et la communication faite de ces produits avec le logo BESSON FOR CHANGE permettant d'informer les consommateurs et orienter ainsi leur acte d'achat plus responsable.

✓ Communautés et développement

Besson développe un partenariat avec les clubs départementaux « Les entreprises s'engagent » et travaille à élargir ses partenariats avec des cordonneries locales. En deux semaines, Besson collecte 55.925 chaussures dans 179 magasins partenaires.

Besson
#I LOVE MY SHOES

ACTION REMARQUABLE

« Notre engagement pour un cuir issu de tannerie certifiée LWG, sans déforestation ni conversion - Call to Action LWG »

Nous avons fait un choix essentiel pour l'avenir qui promet un changement indispensable : **préserver les forêts et les écosystèmes.**

En rejoignant l'Appel à l'action sans déforestation pour le cuir (The Deforestation-Free Call to Action for Leather), nous affirmons notre volonté de participer à une transformation durable de l'industrie du cuir. L'appel à l'action pour un cuir sans déforestation est une initiative collaborative entre Textile Exchange, Leather Working Group et le World Wildlife Fund, qui demande aux marques et aux détaillants de s'engager à s'approvisionner en cuir bovin provenant de chaînes d'approvisionnement sans déforestation, ni conversion d'ici 2030.

Depuis 2021, nous collaborons avec nos fournisseurs pour garantir que le cuir utilisé dans nos chaussures en marques propres provient de tanneries certifiées selon la norme d'audit LWG.

Un premier pas qui marque le début d'**un long chantier. Celui de la traçabilité.**

Mais, nos efforts ne doivent pas s'arrêter là ! Il faut aller au bout de notre démarche : **une traçabilité qui va jusqu'aux fermes d'élevage**. Seule une traçabilité complète permettra d'éliminer tout risque de déforestation ou de conversion.

Cet engagement est une première étape ambitieuse vers une chaîne d'approvisionnement en cuir plus transparente et responsable.

Et, pour concrétiser cet objectif, nous nous sommes fixés un objectif clair qui est celui de l'appel à action : d'ici 2030, **garantir que tout le cuir que nous utilisons pour nos marques propres provient de sources sans déforestation ni conversion des terres.**

Ce défi est à la hauteur des enjeux climatiques et de notre volonté d'évoluer. Il s'agit d'une démarche progressive et engagée.

Pour tenir cet engagement, nous en avons déjà commencé la construction des fondations, des bases solides pour un engagement progressif :

- Répertorier nos réseaux d'approvisionnement afin d'avoir une meilleure vision de la provenance du cuir.
- Travailler main dans la main avec nos fournisseurs et partenaires pour instaurer des pratiques en accord avec notre objectif de zéro déforestation et de conversion.

Bien sûr, nous savons que ce chemin comporte de nombreux défis, mais son importance est incontestable. Les conséquences de la déforestation causée par l'élevage sont désastreuses pour les forêts ; elles menacent également les communautés locales et participent à l'accélération du réchauffement climatique. En intervenant dès à présent, nous contribuons à atténuer ces répercussions et à bâtir une industrie du cuir plus respectueuse des écosystèmes et ancrée dans un développement durable.

« La labellisation Enseigne Responsable® nous a permis de nous inscrire dans une démarche de progrès cohérente : objectiver les réussites de nos équipes, identifier nos axes de progrès, et, plus largement, faire avancer une dynamique collective avec nos parties prenantes.

Notre niveau de maturité est passé de 3,08 à 3,92 en un an. Et on ne compte pas s'arrêter là pour relever les défis du développement durable ! »

François Gireau,
Président de Besson Chaussures

BESTDRIVE

LABELLISÉ DEPUIS 2020

« Enseigne Responsable® depuis 2020 et 100% du réseau labellisé Commerçant Responsable® »

L'identification des parties prenantes et l'interaction avec celles-ci sont assurées. L'enseigne valorise sa démarche RSE et interagit avec les parties prenantes.

Les collaborateurs sont tous consultés pour les décisions importantes de l'entreprise. Les enquêtes annuelles sont un moyen de récolter les avis des collaborateurs et leurs éventuelles remarques sur le fonctionnement stratégique et opérationnel du groupe.

Le plan d'action, dénommé Roadmap RSE, est établi essentiellement sur la thématique environnementale, la qualité de vie au travail, la communication RSE et le renouvellement des certifications.

Les risques sont identifiés et gérés par la cellule d'audit interne. La consultation régulière et la mesure de la satisfaction des parties prenantes se traduit par des indicateurs tels que le score satisfaction clients (4,5/5 en 2023 et 2024) et le taux de recommandation (Net Promoter Score de 86 en 2024, soit 11 points de plus qu'en 2023)., et la satisfaction des fournisseurs qui est également suivie.

Dès 2020, l'enseigne a engagé 100% de son réseau de succursales dans la démarche Commerçant Responsable.

En 2024, le renouvellement du cycle de 3 ans laisse apparaître une démarche RSE bien ancrée par les collaborateurs sur le terrain qui se traduit par :

- Des économies d'énergie et d'eau, sujets prioritaires pour les centres.
- L'implication de tous les collaborateurs dans la démarche.
- La formation à l'impact environnemental des produits.
- Des économies de carburant, le premier poste de consommation d'énergie chez BESTDRIVE.

ENSEMBLE
POUR LE PROGRÈS LOCAL, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

Mise en place par les RH d'enquêtes pour encourager la participation effective des collaborateurs dans le fonctionnement stratégique et opérationnel de l'enseigne.

✓ Droits de l'homme

L'enseigne a formalisé son code de conduite remis aux collaborateurs et franchisés. La promotion de la diversité se fait par la signature d'une charte affichée en interne. Un programme en faveur de l'emploi des travailleurs en situation de handicap est engagé avec l'Agefiph. Une campagne de prévention des Risques PsychoSociaux a également été lancée (cette étude fait partie intégrante du programme Qualité de Vie & Conditions de Travail chez BESTDRIVE).

✓ Relations et conditions de travail

Les collaborateurs expriment leur souhaits et participent à la vie de l'entreprise. Les élus font le relais entre ces souhaits et la conduite des objectifs stratégiques et opérationnels.

✓ Environnement

BESTDRIVE agit pour limiter l'impact des déplacements et fret : sensibilisation des managers et suivi des consommations ; déploiement d'une nouvelle plateforme pour optimiser les déplacements ; transformation du parc automobile en véhicules électriques. L'offre de rechapage et l'optimisation du parc pneumatique permettent aussi de limiter l'impact environnemental de nos clients.

✓ Loyauté des pratiques

Le code de conduite est diffusé sur toute la chaîne de valeur et une auditrice veille à son bon fonctionnement. Mais également un challenge éco-conduite annuel mis en place pour la flotte.

✓ Questions relatives aux consommateurs

L'enseigne a des produits uniquement homologués. Une garantie qui rassure les clients sur l'usage. Très mature dans la résolution des litiges et la mesure de la satisfaction client. Egalement une bonne maturité sur la protection des données et de la vie privée en lien avec le Groupe Continental qui permet de mieux gérer les sujets du RGPD.

✓ Communautés et développement

Le programme « Trainees » consiste à recruter des personnes formées et accompagnées méthodiquement pendant 9 à 12 mois pour occuper des postes de responsable d'agence et de chargé de clientèle à terme. Plus de 50% des candidats sont externes. Une action en faveur de l'emploi et de la formation dans les territoires d'implantation.

ACTION REMARQUABLE

« 3ème édition €co-challenge BESTDRIVE »

Les véhciules participants au challenge :

- véhicules d'Intervention
- véhicules de Fonction
- véhicule de Société

QUELQUES CHIFRES

Suivi de la consommation au litre par 100 km.

-12% € Carburant

-7% Conso CARBURANT

-5% KM parcourus

Les résultats de cet €co-challenge

- Baisse de la consommation, moins d'accidents
- Plus de sécurité pour nos salariés et les usagers de la route en général
- On constate moins de sinistres, moins de contraventions et moins d'usure des organes de sécurité et donc des véhicules.

« Chez BESTDRIVE, la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est au cœur de nos préoccupations.

Depuis 2020, nous sommes fiers d'être labellisés Enseigne Responsable® et Commerçant Responsable® avec l'aide du Collectif Génération Responsable, qui nous accompagne dans notre démarche.

Nous croyons fermement en l'importance de générer des profits tout en contribuant positivement à la société et à l'environnement.

Bien que nous soyons fiers des progrès réalisés, nous reconnaissons qu'il reste encore beaucoup à faire

Nous nous engageons à promouvoir la diversité et l'inclusion, et à soutenir les initiatives locales. Chez BESTDRIVE, nous encourageons le partage des bonnes idées et célébrons les réussites, tant au siège que dans notre réseau ».

Alessandro DE MARTINO,
Directeur Général Délégué BESTDRIVE.

CARGLASS

LABELLISÉ DEPUIS 2018

« Une belle progression jusqu'à la lettre A ! »

Carglass dispose d'une gouvernance structurée, intégrant la RSE au plus haut niveau de l'organisation. En 2024, Carglass poursuit la dernière année de déploiement de son **programme IMPACT+ 2022-2024** et prépare **les objectifs France 2025-2030** pour la prochaine version du programme IMPACT+ alignée sur les ambitions fixées à l'échelle du groupe BELRON et les objectifs SBTi.

Impact
OBJECTIF 2024 POSITIFS & ENGAGÉS

Le programme IMPACT+ repose sur quatre piliers stratégiques :

- Promouvoir et encourager la réparation ;
- Relever le défi de la décarbonation ;
- Améliorer en continu les pratiques métiers ;
- Partager la valeur avec les collaborateurs et la société.

Depuis 2010, **un réseau d'ambassadeurs Développement Responsable** facilite la diffusion et la remontée des informations au niveau local.

Le comité de pilotage IMPACT+, composé de 14 membres, veille à la mise en oeuvre et au suivi de la démarche RSE. Carglass intègre également la RSE dans sa politique d'intéressement, avec 30 % de la performance liée à des critères RSE : 20 % pour l'évaluation EcoVadis ; 10 % pour la santé et la sécurité au travail. Les bonus des cadres sont également conditionnés par plusieurs KPI sociétaux et opérationnels.

Enfin, au niveau groupe, la directive CSRD viendra nourrir les objectifs de la stratégie de développement durable du groupe Belron et de Carglass.

Réalisations majeures en 2024 :

- Signature d'un accord QVT (Qualité de Vie au Travail) ;
- Mise en place d'une filière de valorisation du PVB ;
- Maintien des certifications ;
- Obtention de l'évaluation EcoVadis Platinium avec un score de 88/100, soit 5 points de plus que l'année précédente ;
- Réalisation d'une cartographie des impacts sur la biodiversité.

LES POINTS FORTS 2024

:

✓ Gouvernance

Depuis 2010, un réseau d'ambassadeurs Développement Responsable facilite la diffusion et la remontée des informations au niveau local.

✓ Droits de l'homme

Des actions pour renforcer l'inclusion des personnes en situation de handicap déploiement du pilote handicap, amélioration des droits pour les collaborateurs, mise à jour des outils internes, valorisation des achats auprès d'ESAT, formation et sensibilisation.

✓ Relations et conditions de travail

Dans le cadre du programme Impact +, Carglass s'engage à « améliorer en continu ses pratiques métiers » en plaçant la santé, la sécurité et les conditions de travail au coeur de ses priorités.

✓ Environnement

L'évaluation des impacts de l'activité sur la biodiversité a été concrétisée en 2024 par la réalisation d'une empreinte biodiversité, identifiant les risques liés à l'utilisation du sable. Des actions sont prévues pour réduire l'impact de ces activités, tant à l'échelle de Carglass qu'au niveau du groupe Belron.

✓ Loyauté des pratiques

La politique d'achats responsables s'articule autour de 4 piliers : une expérience d'achats positive, des achats responsables, la performance économique et le potentiel humain.

✓ Questions relatives aux consommateurs

Carglass agit activement pour promouvoir et encourager la réparation : Des campagnes de communication « N'attendez pas pour réparer », visent à sensibiliser les clients (avantages économique et écologique). Une analyse complète de l'empreinte carbone des produits (Scopes 1, 2 et 3). Une éco-calculette qui permet de mesurer l'équivalent CO2 des interventions reste une innovation particulièrement intéressante.

✓ Communautés et développement

Un encouragement du bénévolat et des actions solidaires des collaborateurs. Un soutien au mécénat et au bénévolat d'entreprise.

COURIR

LABELLISÉ DEPUIS 2021

« Une dynamique vertueuse qui challenge l'ensemble de ses pratiques» »

- Améliorer sa démarche d'inclusion et de diversité.
- Développer une démarche de traçabilité des produits et emballages
- Encourager une consommation plus responsable en développant le premier produit Courir intégrant des matériaux recyclés, en partenariat avec une usine de recyclage française et une marque.
- Améliorer la fin de vie des matériaux issus des magasins

En plus de la revue d'engagement pour avoir une vue d'ensemble sur les actions RSE réalisées, une feuille de route est mise en place pour suivre l'avancement de divers projets.

Les objectifs RSE augmentés de 92% entre 2023 et 2024.

La participation des collaborateurs aux prises de décision de COURIR en matière de RSE est encouragée. La feuille de route est d'ailleurs co-coconstruite avec les collaborateurs volontaires.

LES POINTS FORTS 2024

✓ **Gouvernance :** La revue de l'engagement RSE est exhaustive, mettant en lumière la politique RSE de l'entreprise, y compris le choix de 6 Objectifs de Développement Durable (ODD), sa gouvernance, les actions entreprises et les indicateurs de performance RSE.

✓ **Droits de l'homme**

L'engagement de la marque pour la diversité et l'égalité H/F est notable. Il transparaît à travers son engagement pour la lutte contre le cancer du sein. 44 398€ de dons ont été collectés par le biais de différentes activations (microdons, activation réseaux sociaux, ventes de lacets roses) pour soutenir deux associations. Il se traduit également par l'importance donnée à la féminisation des équipes. Le taux de féminisation atteint 56% et la part de femmes dans les postes de management est de 52,6%..

✓ **Relations et conditions de travail :** COURIR a reçu la distinction du meilleur employeur 2023 du secteur habillement/accessoires (Magazine Capital), ainsi que de la Best managed company qui la place dans les 14 sociétés françaises (Deloitte).

✓ **Environnement :** L'engagement de COURIR se perpétue à travers le nouveau projet de partenariat avec un fabricant de caoutchouc français pour proposer un produit décarboné dont une partie de la semelle est issue du recyclage de basket en fin de vie.

✓ **Loyauté des pratiques :** Dans le cadre de l'engagement en faveur des achats responsables, COURIR à mis en place une Charte Achats Responsables permettant de structurer la démarche. En 2024, l'objectif est de l'adresser aux fournisseurs d'achats non marchands. Le taux d'adhésion est de 82 % en 2024. En 2025, cette charte sera progressivement étendue aux fournisseurs marchands..

✓ **Questions relatives aux consommateurs :** La communication pour sensibiliser et faire connaître les projets socio-environnementaux gagne en puissance. Chaque trimestre des newsletters sont envoyées spécifiquement sur des projets environnementaux et sociaux. La mise en avant du produit décarboné a été rendue possible grâce à une campagne marketing 360 afin d'augmenter la désirabilité de ce type de produit. .

✓ **Communautés et développement :** Le renouvellement de l'engagement avecThe SeaCleaners et le nouveau mécénat avec le réseau Etincelle sur le sujet de l'égalité des chances permettent à COURIR de prendre des mesures tangibles pour s'engager en faveur de causes environnementales et sociales.

COURIR®

ACTION REMARQUABLE

« La seconde vie des sneakers »

Depuis deux ans, Courir s'est associé à l'usine de recyclage Plymouth pour améliorer la fin de vie des baskets défectueuses de l'enseigne. La première étape a été de créer le gisement de la matière première. Deux flux ont été identifiés : les baskets défectueuses réceptionnées des fournisseurs et l'identification de points de collecte de baskets post-consumer dans le cadre d'un projet pilote.

Après la collecte, la seconde vie des sneakers passe à l'étape suivante à l'usine, fruit d'un investissement important en R&D aboutissant à un procédé industriel innovant. Une fois triées, les sneakers sont broyées puis dévulcanisées, permettant de reconstituer un mélange réutilisable. Plymouth réincorpore ensuite cette gomme dans une nouvelle pâte, composée en partie de matériaux recyclés issus des sneakers. Cette pâte a d'abord permis de développer des prototypes de dalles de sol recyclées, puis de semelles, avant que l'usine ne parvienne progressivement à perfectionner la formule pour créer une semelle recyclée, surmontant ainsi toutes les contraintes techniques.

En octobre 2024, le résultat de ce travail donnera lieu à une paire de baskets conçue en partenariat avec une marque pour une première collection capsule distribuée en boutique.

Cette paire intègre une semelle composée à 25 % de matériaux issus de sneakers en fin de vie, dont 20 % de caoutchouc recyclé et 5 % d'autres composites recyclés. Elle est assemblée en Slovaquie et composée de matières premières de qualité, en provenance d'Europe (Italie, Espagne, République tchèque et Autriche). Enfin, elle affiche **une réduction de 45 % des émissions de gaz à effet de serre, soit presque deux fois moins de CO_2 comparé à une paire de sneakers conventionnelle.**

D'autres collections capsules avec différentes marques sont prévues en 2025.

L'objectif à terme est d'augmenter progressivement la part de matières recyclées issues de sneakers dans la composition des semelles, avec une projection à 2030 d'atteindre plus de 50 %.

EASY CASH

LABELLISÉ DEPUIS 2023

« Devenir l'acteur incontournable de l'économie circulaire »

L'entreprise EASY CASH est devenue entreprise à mission en juin 2024, après avoir défini sa raison d'être en 2023. Un engagement fort de l'entreprise pour les sujets sociétaux.

Les parties prenantes internes et externes de l'enseigne ont été impliquées dans la formalisation de cette raison d'être, valorisant la volonté de l'entreprise les intégrer dans la démarche RSE. Les valeurs de l'enseigne ont également été définies avec l'ensemble du réseau de franchisés EASY CASH : **convivialité, engagement, transmission et performance.**

La politique RSE de l'enseigne se traduit à travers **une feuille de route intégrant des indicateurs de suivi, construite autour de 5 axes. 4 objectifs qualitatifs ont été formulés :** devenir société à mission, piloter et mesurer la performance extra-financière de l'enseigne, réaliser un Bilan Carbone®, et accompagner le réseau pour le transformer sur ses pratiques RSE.

EASY CASH s'est par ailleurs fixé l'objectif d'engager ses magasins dans la Démarche Commerçant Responsable®. 8 pilotes ont été labellisés en 2024.

Ces objectifs de transformation et d'accompagnement montrent **lla volonté de l'enseigne d'embarquer les franchisés dans la démarche responsable de l'enseigne.**

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

De nombreuses initiatives marquent la volonté forte d'engagement de la Direction comme par exemple l'émission de 70 Rapports RSE à chaque franchisé ayant participé à la campagne de collecte des données extra-financières.

✓ Droits de l'homme

Diffusion d'une charte éthique à 100% des collaborateurs. Sensibilisation aux sujets liés à l'handicap et mesure de la satisfaction des collaborateurs du siège et des magasins.

✓ Relations et conditions de travail

Plusieurs avantages collaborateurs : un livret d'accueil et un temps dédié dès l'intégration, la flexibilité des horaires, le télétravail, l'organisation de team building, la possibilité de travail avec du matériel ergonomique...

✓ Environnement

Un plan d'actions construit à partir des résultats du Bilan Carbone® : communication responsable, numérique responsable, réduction énergétique, Mobilité. Aussi la mise en place de pratiques nouvelles pour améliorer le tri des déchets.

✓ Loyauté des pratiques

La relation des fournisseurs est une composante importante de la démarche. Avec près de 80% de ses achats réalisés auprès du particuliers, Easy Cash a mis en place pour ses fournisseurs externes une charte relation fournisseurs et achats responsables signée par 40% des fournisseurs à ce jour. Un audit fournisseurs programmé en 2025.

✓ Questions relatives aux consommateurs

EASY CASH a obtenu le Trophée d'or de la satisfaction client en 2023 et 2024 dans la rubrique seconde main, symbole de l'engagement de l'enseigne sur ce sujet. L'enseigne traite autant le service client interne qu'externe, et des reportings personnalisés sont édités systématiquement pour chaque magasin. Les options "satisfait ou remboursé sous 30 jours" et "produit garanti 2 ans" ont été déployées à l'ensemble du réseau, et une charte qualité satisfaction performance (QSP) a été mise en place avec un système de trophées pour les meilleurs points de vente.

✓ Communautés et développement

Un engagement certain vis-à-vis de la solidarité et de l'engagement local. Plusieurs actions menées par l'enseigne comme l'organisation d'événements internes (Noël solidaire avec le secours populaire) et de sponsoring sportif (Octobre Rose, Run For The Planet…)

ENSEMBLE
POUR LE PROGRÈS LOCAL, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

EASYCASH

ACTION REMARQUABLE

« The Week ! Génératrice de changement »

Lors de la Convention des Entreprises pour le Climat en Nouvelle-Aquitaine, fin 2023, la gouvernance d'Easy Cash a découvert l'outil de sensibilisation **« The Week »**, né en 2020 et utilisé à l'international. The Week est une expérience de groupe à vivre sur une semaine, d'où son nom. Elle traite des grands enjeux (climatiques, environnementaux, sociaux et économiques) auxquels nous faisons et ferons face d'ici le milieu du siècle, permettant à chacun de comprendre ce qui se profile et de découvrir des pistes d'actions.

Comment se déroule The Week ?

Une personne en charge de l'animation réunit un groupe de personnes (10 à 15, idéalement, en mixant l'âge, le sexe, la profession) à trois reprises sur une semaine, pour des sessions d'une heure et demie.

Lors de chaque session, l'animateur propose au groupe de visionner un documentaire d'environ une heure, suivi de trente minutes d'échanges (partages des ressentis de chacun).

La sensibilisation se vit comme une expérience selon la théorie du « U » :

- Le premier volet documentaire fait l'état des lieux des problèmes : il est le plus difficile à regarder, c'est l'étape du constat.
- Le second explique comment l'être humain en est arrivé là, c'est l'étape de la prise de recul.
- Le troisième volet dévoile des solutions motivantes et inspirantes pour ériger un avenir durable, c'est l'étape de co-construction et d'invitation au passage à l'action.

L'ensemble des participants avait au préalable participé à un atelier de la Fresque du Climat et était déjà sensibilisé aux enjeux climatiques. Bien que la Fresque soit déjà un outil impactant, **The Week a été davantage génératrice de changement, tant dans la sphère privée que professionnelle des collaborateurs Easy Cash.**

Quelques exemples d'actions mises en place ces derniers mois à l'initiative des collaborateurs eux-mêmes, depuis The Week :

- Une baisse de leur consommation de viande, et davantage d'options végétariennes lors d'événements organisés par l'entreprise (événements nationaux, teambuildings…)
- La création d'un groupe Teams dédié au partage de biens/services/astuces entre collègues, alimenté chaque semaine par toutes sortes de demandes et propositions (partage et dons d'objets, vêtements, matériel en tout genre… ou même d'appli/sites/astuces éco-responsables pour les départs en vacances, les cadeaux de Noël…)
- **La réflexion de mise en place d'un service de livraison de paniers de fruits et légumes bio/locaux directement sur notre lieu de travail.**
- Une utilisation accrue des mobilités douces.
- Une curiosité et des échanges fréquents autour de sujets de durabilité, avec sollicitation du service RSE pour des conseils.

La tête de réseau souhaite pour 2025 développer l'outil The Week au sein du réseau de franchises Easy Cash.

« Le label est une fierté. Il reconnait notre engagement et nous pousse à nous améliorer.

Il nous permet également de fédérer les magasins du réseau autour d'objectifs RSE ».

Anne-Catherine Péchinot,
Directrice Générale d'Easy Cash.

EUROMASTER
LABELLISÉ DEPUIS 2021

« L'humain au cœur de nos activités »

Euromaster, spécialiste de l'entretien des véhicules thermiques, hybrides et électriques, opère sur les marchés grand public et professionnels.

Avec 450 centres, 1000 ateliers mobiles et 3500 employés, l'enseigne accueille un million de clients particuliers et 100 000 professionnels chaque année, vendant près de 3 millions de pneus.

LES POINTS FORTS 2024

En 2024, elle obtient pour la quatrième fois le label Enseigne Responsable® avec une note de 3,48/5 (+6% vs 2023), récompensant ses engagements en sécurité, inclusion et environnement, ainsi que ses actions en faveur de conditions de travail optimales et de relations responsables avec ses partenaires.

✓ **Gouvernance**
Le comité RSE et ses 10 ambassadeurs jouent un rôle clé dans l'animation des initiatives.

✓ **Droits de l'homme**
La politique Handicap est avancée, dépassant les objectifs de l'AGEFIPH.
La mixité de genre progresse.

✓ **Conditions de travail**
Sécurité et qualité de vie au travail sont bien intégrées, avec un accès facilité aux formations et évolutions de carrière.

✓ **Environnement**
Avancées sur la gestion des déchets (PRAXY), le cycle de vie des pneus (ALIAPUR) et le recyclage. Développement du numérique responsable.

✓ **Loyauté des pratiques**
Dialogue renforcé avec les fournisseurs sur la transition et les droits humains.

✓ **Questions relatives aux consommateurs**
Transparence RSE, réduction des déchets, prolongation de la durée de vie des produits et formation des équipes terrain.

✓ **Communautés et développement**
Engagement local via des partenariats pour favoriser l'inclusion et l'emploi (diversité, handicap, seniors, jeunes actifs).

ACTION REMARQUABLE

« 4ème Label Enseigne Responsable® : progrès significatifs en matière de sécurité, de diversité et d'inclusion »

Euromaster France place l'humain au cœur de ses activités tout en réduisant son empreinte environnementale. En 2024, l'enseigne obtient pour la 4ème fois le Label Enseigne Responsable®, enregistrant la plus forte progression.

« Dans un monde en constante évolution, nous restons engagés à concilier responsabilité sociétale et performance. Merci à nos équipes d'être les premiers ambassadeurs de nos piliers : sécurité, responsabilité sociale, impact environnemental et expérience client », souligne **Vanessa Jacquette, Responsable RH d'Euromaster France**.

Sécurité et bien-être : une priorité constante

La sécurité des collaborateurs est un pilier du programme RSE d'Euromaster, qui maintient des standards élevés grâce à sa certification MASE et ses actions de prévention. En 2024, sa performance s'est améliorée de 6 %, atteignant 4,75/5 en relations et conditions de travail. Par ailleurs, 4 % de la masse salariale a été consacrée à la formation, en hausse de 1 %.

Handicap et diversité : des engagements concrets

Euromaster renforce l'égalité des sexes dans un secteur masculin, avec un index en hausse de 79 % en 2022 à 84 % en 2023 et un objectif de 85 % en 2025. L'enseigne vise aussi à porter la part de femmes dans ses effectifs de 13 % à 17 % d'ici 2025. Son engagement se traduit par son adhésion au réseau Wave et la signature d'un accord pour l'égalité professionnelle.

Inclusion et handicap : des progrès concrets

Euromaster structure sa politique handicap grâce à une convention 2022-2024 avec l'AGEFIPH. En 2023, son taux d'emploi des personnes en situation de handicap a atteint 3,74 %, dépassant l'objectif de 3,5 % fixé pour 2024. Cet engagement se traduit par des actions de sensibilisation et des partenariats pour favoriser leur recrutement.

« L'inclusion, notamment l'emploi des personnes en situation de handicap, est un pilier avancé de notre stratégie en droits humains. Nos collaborateurs se sont pleinement engagés, renforçant une culture d'inclusion essentielle pour porter durablement nos valeurs de diversité et d'égalité », souligne **Ségolène Rollier-Sigallet, chargée de mission handicap chez Euromaster France.**

Accompagner la transition écologique

Avec un score de 3,75/5 en 2024 (+7 % vs 2023), Euromaster s'engage dans l'économie circulaire via le rechapage et le modèle « multi-vies ». Ses 160 commerciaux aident les clients à réduire leur empreinte environnementale en optimisant la gestion des flottes (pression et usure des pneus) pour économiser du carburant et prolonger leur durée de vie. L'enseigne facilite aussi l'obtention des Certificats d'Économie d'Énergie pour tous types de véhicules.

Engagement pour un numérique responsable

Depuis l'an dernier, Euromaster déploie un plan de numérique responsable axé sur la sensibilisation, l'allongement de la durée de vie du matériel, la révision des contrats et l'usage du Cloud. Selon l'ADEME, le numérique génère 2,5 % des émissions de CO_2 en France, dépassant les déchets (2 %).

FRANCE PARE-BRISE

LABELLISÉ DEPUIS 2021

« Réinjecter le verrre usagé dans les productions »

L'enseigne a formalisé et communiqué sur son rapport RSE publié en ce début d'année 2025. En respectant la stratégie du groupe Saint-Gobain, France Pare-Brise a su réaffirmer **ses engagements autour de trois piliers** :

- L'amélioration du bien-être et de la sécurité des collaborateurs tout en promouvant l'inclusion et la diversité sur le lieu de travail.
- L'exigence de critères les plus élevésen termes d'éthique des affaires.
- La contribution à la protection de l'environnement et de nos ressources.

Au-delà de leur volonté d'agir avec transparence auprès de leurs clients, assureurs et fournisseurs, ils affichent fièrement leurs objectifs à court, moyen et long terme.

En ce sens une roadmap RSE est élaborée chaque année afin d'ériger nos objectifs de l'année au niveau siège et réseau.

En interne, l'enseigne veille à ce que la stratégie RSE du siège se diffuse et s'infuse au sein de son réseau d'indépendants. Pour ce faire, l'enseigne réfère de nouveaux prestataires comme Greenly par exemple avec un objectif de 50% de son réseau évalué avec un bilan carbone.

En 2024, des centres ambassadeurs ont été labelisés Commerçant Responsable afin de donner l'impulsion nécessaire pour rendre effectifs les engagements du réseau. Cette diffusion passe également par une sensibilisation des collaborateurs avec 100% du siège sensibilisé à la fresque du climat mais aussi du côté du réseau avec une formation RSE de chaque nouvel adhérent. L'enseigne opte aujourd'hui par l'instauration d'objectifs RSE au sein des services mais aussi à l'échelle individuelle.

Cette stratégie s'opère donc à trois niveaux pour France Pare-Brise avec des directives générales groupes, un engagement individuel de l'enseigne mais aussi une intégration de ces logiques auprès du réseau.

Pour dresser le bilan 2024, l'enseigne a pris un virage significatif en asseyant son positionnement et ses engagements grâce à un renfort de ses actions et initiatives sur l'ensemble des volets RSE.

ENSEMBLE
POUR LE PROGRÈS LOCAL, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

Grâce aux actions menées en faveur de la formalisation du rapport RSE, du bilan RSE, ainsi que la cartographie des risques, la gouvernance progresse de manière significative cette année.

✓ Droits de l'homme

L'enseigne multiplie les actions en faveur du bien-être et de la sécurité des collaborateurs tout en promouvant l'inclusion et la diversité sur le lieu de travail (Duo Days, fournisseur ESAT, Cap Emploi, Vis ma Vie, Sophrologue, Yoga du rire, Ergonome, SEEPH, renforcement de la politique EHS, ect).

✓ Relations et conditions de travail

Entre des accords QVCT, la journée EHS et le programme « je prends soin de moi » , l'enseigne place la santé et la sécurité de ses collaborateurs au centre des priorités. La formation fait aussi partis des axes stratégiques de France Pare-Brise (plan de formation, Career Day et l'application Jobmaker).

✓ Environnement

France Pare-Brise a déjà pris des mesures pour réduire son impact énergétique. Un bilan carbone volontaire a été réalisé et l'association à Greenly permet à ses adhérents de mener des bilans simplifiés avec un objectif d'inclure 50 % des adhérents d'ici 2026.

✓ Loyauté des pratiques

France Pare-Brise a initié une démarche de responsabilité sociale en impliquant tous ses fournisseurs dans la signature d'une charte éthique. Les achats sont encadrés, avec des conditions de négociation précises. L'enseigne bénéficie d'une gestion efficace de la relation client, des litiges et des réclamations..

✓ Questions relatives aux consommateurs

France Pare-Brise affiche sa volonté de transparence envers ses clients. Ainsi l'enseigne sensibilise ses clients aux impacts environnementaux de ses services et contrôle le risque de Greenwashing. L'enseigne prend également en considération l'accès à ses services pour l'ensemble de ses clients en collaborant avec l'organisme Sourdline afin de faciliter la communication avec les personnes sourdes et malentendes afin de rendre leur service accessible à tous.

✓ Communautés et développement

L'enseigne participe à des collectes pour Emmaus, offre sa visibilité au Stade Français Paris à la campagne Tout N'est Pas Rose, participe au rallye des gazelles au volant du premier véhicule rétrofité de la compétition…

LA BELLE-ILOISE

LABELLISÉ DEPUIS 2022

« La RSE tellement ancrée dans la façon d'être et de faire de la belle-iloise ! »

Avec sa nouvelle direction **« Transformation et RSE »,** la belle-iloise innove et progresse. Le concept de **« test and learn »** est particulièrement intéressant pour favoriser l'agilité et l'évolution de l'entreprise.

La volonté de développement, d'acquisition, de diversification et d'innovation jusqu'en 2032 montre une ambition forte pour les 100 ans de l'entreprise. Une période passionnante !

LE POINT FORT MAINTENU DEPUIS 2022.

C'est inspirant de voir comment la belle-iloise a su intégrer la RSE dans sa stratégie globale !

L'engagement collectif et la cohésion autour des valeurs humaines sont des atouts majeurs qui peuvent réellement transformer une entreprise. Une forte culture d'entreprise et l'engagement des collaborateurs sont en effet essentiels pour la réussite et la pérennité.

La belle-iloise a manifestement trouvé une combinaison gagnante entre son histoire, ses valeurs et ses ambitions. C'est un excellent exemple pour les autres entreprises qui cherchent à intégrer la RSE de manière authentique et efficace.

En prenant de telles initiatives, la belle-iloise crée non seulement un impact positif mais aussi un modèle à suivre.

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

« Agir en Conscience ». Déploiement d'un plan qui détermine les actions de l'entreprise par cycle de 3 ans.

✓ Droits de l'homme

Le sujet du handicap est très bien maîtrisé et progresse. Tout comme les sujets de parité qui sont gérés avec sérénité et sans tension.

✓ Conditions de travail

La belle-iloise gère ses activités avec clarté et précision. La bonne connaissance de l'entreprise ainsi que l'utilisation d'indicateurs pertinents, sont des éléments clés pour une gestion efficace et une prise de décision éclairée.

✓ Environnement

L'enseigne revalorise pratiquement tout ce qui peut l'être : huiles, arêtes, os, boues, mégots, etc... La contrainte réglementaire est largement dépassée et toujours avec la volonté de « bien faire les choses ». Le pilotage du suivi est excellent et très précis.
Des comparatifs annuels et un regard extrêmement exigeant du sujet permettent de gagner et de progresser en efficience et en performance.

✓ Loyauté des pratiques

La belle-iloise voit ses fournisseurs comme des partenaires et noue un dialogue très fort avec les pêcheurs. L'entreprise témoigne toute son attention à la ressource des poissons, aux enjeux de biomasse et à la réglementation.

✓ Questions relatives aux consommateurs

La belle-iloise renforce le lien avec les consommateurs par l'adaptation du discours de vente aux profils des clients, le développement d'événements annuels avec des offres spéciales et un concept magasin novateur autour du poisson sous toutes ses formes.

✓ Communautés et développement

Il n'y a aucune dissonance et tout se déploie de manière logique. La notion de territoire et de localisme est particulièrement prégnante et bien amenée.

la belle-iloise
LA CONSERVERIE

ACTION REMARQUABLE

« Limiter l'impact sur l'environnement et prendre soin des hommes »

Avec son siège social et son unique usine de fabrication situé au bout de la Presqu'île de Quiberon, la belle-iloise a pour défi de répondre aux problématiques de transport de ses salariés.

Étant donné les prix immobiliers prohibitifs à l'achat et une offre locative rare sur le territoire, la majorité de ses salariés sont domiciliés en dehors de la Presqu'île. La distance minimale à parcourir pour rejoindre la Zone Plein Ouest à Quiberon, leur lieu de travail, est alors d'environ 30 km soit 30 minutes par trajet, et 1h par jour minimum.

Ainsi, depuis 2023, la belle-iloise offre à ses équipes de production la possibilité d'effectuer le trajet domicile-travail à moindre coûts, autant d'un point de vue économique qu'environnemental, grâce à la mise en place d'une navette éco-responsable qui relaye Quiberon à Auray en passant par Plouharnel.

Opérée par l'autocariste morbihannais Voyages Morio, entreprise locale engagée dans la transition écologique, la navette est effectuée par un véhicule roulant au colza 100% français grâce à Oléo100, une énergie alternative au gazole, entièrement issue de graines de colza françaises, fournie par Saipol, filiale du groupe Avril.

Une navette Quiberon-Plouharnel-Auray roulant au colza 100% français.

Ce biocarburant végétal offre une alternative durable aux carburants fossiles en réduisant nettement les émissions de CO2 et les émissions de particules fines, ce qui répond à l'objectif de réduction d'impact, inscrit par la belle-iloise dans les statuts de l'entreprise, en tant que société à mission.

Aujourd'hui, plus d'une trentaine de salariés sur une centaine empruntent la navette au colza chaque jour – soit de 20% à 30 % des effectifs, selon les saisons, et le retour est excellent. La navette est considérée par ses usagers comme une solution pratique, économique, conviviale et reposante.

Avec un trajet chaque matin et chaque soir, du lundi au vendredi, et un coût minime de 30€ par mois, soit 1€ et quelques par jour, le gain personnel est certain. L'équivalent d'un trajet aller-retour Quiberon-Auray quotidien en véhicule personnel étant de 5€.

Pour la belle-iloise, le coût de la navette à l'huile de colza des Voyages Morio est de 50 000 €, un budget destiné à renforcer l'attractivité de ses emplois. Ce dispositif en faveur de ses salariés s'ajoute à d'autres dispositifs d'aide à la mobilité déjà mis en place par l'entreprise :

- **Le Forfait Mobilités Douces qui offre une aide pouvant atteindre 300€/an** pour la pratique du covoiturage, pour le financement d'un vélo ou d'une trottinette, ou pour l'usage des transports en commun.
- **L'Avantage auto, une indemnité carburant, qui finance les dépenses de voiture à hauteur de 16€67/mois pour les employés** qui n'ont pas accès aux transports publics et qui viennent au travail avec leur voiture personnelle.

LAFORÊT
LABELLISÉ DEPUIS 2024

« Première enseigne de l'Immobilier labellisée Enseigne Responsable® »

Le 30 septembre dernier, Jocelyne Leporatti remet à la Convention Laforêt à Salou en Espagne, le Label Enseigne Responsable®. Laforêt est la première enseigne du secteur immobilier à s'engager réellement et à rendre compte de ses efforts en matière de développement durable. Le groupe a structuré sa démarche avec l'accompagnement du Collectif Génération Responsable. Cet engagement sincère soutient l'économie responsable avec des actions concrètes.

« Ça va dans le sens de ce qu'on a entamé depuis plusieurs années. On a toujours été pionnier et innover c'est aussi être les premiers à s'emparer de sujets qui deviennent des avantages concurrentiels. Laforêt est une marque moderne, bien dans son époque qui marque sa différence » , **Yann Jéhanno, Président.**

« C'est précisément la notion d'enseigne et de commerces responsables qui nous a séduit. Notre point de départ a été de regarder comment l'enseigne a déjà un impact positif sur la société et sur l'environnement », **Fanny Sonnois, Directrice Marketing et Communication.**

« Un réel honneur de remettre notre label d'engagement à cette enseigne dynamique et engagée qui contribue à améliorer la société et à promouvoir une image de marque positive pour les entreprises de son réseau », **Jocelyne Leporatti, Présidente du Collectif Génération Responsable®.**

Laforêt ne s'arrête pas là ! L'enseigne se dirige maintenant vers la Démarche Commerçant Responsable® pour valoriser durablement ses points de vente et montrer leur participation au développement économique sur les territoires.

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance
La cartographie des parties prenantes et l'identification des postes de fonctions managériales liées aux objectifs RSE encouragent les démarches. Ces objectifs sont revus annuellement et à mi année.

✓ Droits de l'homme
De nombreux efforts sont réalisés pour favoriser l'emploi de personnes handicapées.
L'accessibilité PMR des agences est systématiquement travaillée lors des travaux d'aménagement même si cela relève de la responsabilité des agences.

✓ Relations et conditions de travail
Le Groupe dispose d'un réseau social interne qui lui permet de diffuser des informations tant formelles que plus informelles (moments de convivialité) et de favoriser la circulation des informations entre employeurs et employés. Le groupe ne compte aucun accident du travail, ni aucun arrêt maladie.

✓ Environnement
L'Enseigne a mis en place des documents de suivi et d'identification des impacts sur l'environnement en interne (impacts significatifs sur la biodiversité, sources de pollutions, maîtrise des impacts des canaux de communication, politique numérique responsable, impacts des déplacements).

✓ Loyauté des pratiques
Sur les 200 fournisseurs recensés, la moitié est certifiée ou engagée dans une démarche RSE. Une grande majorité des fournisseurs sont français. L'objectif informel des équipes est d'aller vers 100% de fournisseurs engagés sur le plan social ou environnemental.

✓ Questions relatives aux consommateurs
L'Enseigne est très mature sur le sujet, les initiatives lancées sont des bonnes pratiques en grande partie d'ores et déjà déployées et à poursuivre.

✓ Communautés et développement
Le Groupe, notamment au travers de sa Fondation lancée en 2022, engage un budget (en hausse chaque année) et des actions associatives conséquentes particulièrement en régions. Les collaborateurs sont incités à participer aux actions de bénévolat.

ACTION REMARQUABLE

« Qualité de service et amélioration continue vont de pair »

Depuis plus de 33 ans, Laforêt accompagne ses clients, ses franchisés et les 4 800 professionnels de son réseau en plaçant l'humain et l'excellence au cœur de ses engagements. Consciente des défis sociétaux et environnementaux, l'enseigne inscrit son projet dans une dynamique de responsabilité, alliant performance économique et impact positif. Son engagement se traduit par des actions concrètes visant à améliorer le quotidien de ses collaborateurs, partenaires et clients, tout en réduisant son empreinte environnementale.

Un engagement fort pour un immobilier plus durable et responsable.

Depuis 2022, Laforêt structure son engagement RSE à travers des initiatives majeures, notamment via sa Fondation d'entreprise et des actions concrètes pour un immobilier plus éthique. L'enseigne met l'accent sur la formation, l'amélioration des conditions de travail et l'accompagnement des professionnels du réseau afin de garantir un service responsable et de qualité.

Quelques chiffres clés témoignent de cette implication : depuis 2020, 2 700 membres du réseau Laforêt ont été formés aux règles de déontologie, assurant ainsi des pratiques éthiques et rigoureuses.

De plus, 88,6 % des collaborateurs du réseau expriment une grande satisfaction quant à leur développement professionnel chez Laforêt, preuve de l'attention portée à leur évolution. En 2024, plus de 50 % des fournisseurs de Laforêt France sont engagés dans une démarche RSE, affirmant ainsi une volonté de travailler avec des partenaires partageant les mêmes valeurs. Enfin, 100 % des collaborateurs du siège ont suivi une formation en 2024, intégrant pleinement la responsabilité sociétale dans la culture d'entreprise.

Des actions concrètes pour un avenir responsable

Laforêt s'engage activement à réduire son impact environnemental en mesurant et optimisant son empreinte carbone. La diffusion des bonnes pratiques RSE au sein du réseau est une priorité, tout comme le développement d'initiatives visant à renforcer l'éthique et la transparence des pratiques commerciales. L'enseigne met également en place des programmes de sensibilisation pour ses collaborateurs et partenaires, afin de favoriser une approche plus durable du métier de l'immobilier.

Grâce à cette dynamique, Laforêt affirme son rôle de leader engagé dans la transition vers un secteur immobilier plus responsable, où qualité de service et impact sociétal vont de pair. Cette approche proactive, qui s'appuie sur des objectifs ambitieux et des actions concrètes, permet d'inscrire durablement la responsabilité au cœur de son ADN et de son développement futur.

« Nous sommes particulièrement fiers de l'obtention du label Enseigne Responsable qui traduit notre engagement à respecter des critères stricts en matière de développement durable, de consommation responsable et d'engagement sociétal.

Pour nos clients, cela garantit que chaque démarche qu'ils entreprennent avec nous s'inscrit dans cette dynamique, où qualité de service et amélioration continue vont de pair.

À titre d'exemple, avec plus de 4,8 millions de passoires thermiques en France, l'immobilier joue un rôle clé dans les enjeux de la RSE et de la transition énergétique ».

Yann Jéhanno,
Président de Laforêt.

GROUPE MAURIN

LABELLISÉ DEPUIS 2024

« Dans la même année, le Groupe Maurin engage sa Démarche Enseigne Responsable® et embarque ses 135 concessions dans la Démarche Commerçant Responsable® »

Dès janvier 2024, appuyé par une volonté forte de sa direction, le Groupe Maurin s'engage dans la Démarche Enseigne Responsable®. S'appuyant sur la cartographie recueillie par l'évalutation, le groupe entérine et formalise sa politique RSE.

Plusieurs dispositifs sont déjà opérationnels et partagés. Le dialogue avec les parties prenantes est quotidien et de nombreuses actions sont déjà mises en place depuis des années dans l'entreprise au niveau local : partenariats associatifs, actions visant les économies d'énergies, actions visant le bien être des collaborateurs, dispositifs pour mesurer la satisfaction clients et pour mesurer la satisfaction des salariés grâce à l'enquête Great Place to Work (75% de participation), que le groupe a l'intention de réitérer chaque année.

En octobre, le Groupe s'engage pleinement dans la Démarche Commerçant Responsable.

Les 135 concessions du réseau sont désormais labellisées et mettent en oeuvre un plan de progrès ambitieux, fondé sur les pistes d'amélioration identifiées lors de l'évaluation.

Le Groupe affirme ainsi son engagement à être un acteur responsable et exemplaire dans le secteur automobile, tout en inspirant d'autres entreprises à suivre cette voie.

ENSEMBLE
POUR LE PROGRÈS LOCAL, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

La mise en place d'un comité RSE permet de prioriser les sujets sur lesquels s'investir et de se doter d'indicateurs pertinents.

✓ Droits de l'homme

Selon l'enquête Great Place To Work, les salariés répondent à plus de 90% que les salariés sont traités équitablement en fonction de leur genre, origine ethnique ou orientation sexuelle..

✓ Relations et conditions de travail

Le temps de formation est suivi par catégorie d'employé et par genre. Le budget formation est supérieur aux obligations légales. La Maurin Business Academy (MBA) a été créé dans le but de former les salariés directement au sein du groupe.

✓ Environnement

Les sources de pollutions principales sont identifiées et chaque site se donne des objectifs de réduction. Les sites les plus énergivores font l'objet de plans d'actions spécifiques.

✓ Loyauté des pratiques

Le service client est un point particulièrement développé. La gestion des litiges est très encadrée et très peu d'entre eux prennent de l'ampleur grâce au Call Center interne au Groupe « boomerang » et à un système de médiation.

✓ Questions relatives aux consommateurs

Le groupe Maurin est particulièrement mature dans son dialogue avec ses clients. Les communications du groupe sont très encadrées par des exigences réglementaires. Pour répondre à ses exigences, le groupe a mis en place un guide relatif au marketing et à la communication qui encadre les échanges avec les parties prenantes externes et permet une homogénéité des communications

✓ Communautés et développement

De nombreux partenariats sont mis en place répondant à différents objectifs : mécénat financier, dons de véhicules, partenariats avec des athètes handisports, bénévolat (les salariés interviennent dans des centres de formation sur leur temps de travail et participent à des job dating).

ACTION REMARQUABLE

« Le défi Treely s'est achevé, les résultats sont là ! »

Pendant 2 semaines, 2 213 personnes ont participé à notre tout premier grand défi. Chacun, avec motivation et détermination, a contribué à son propre rythme à cette belle initiative.

Nous sommes fiers d'annoncer que le Groupe Maurin a parcouru 144 658 kilomètres qui permettront la plantation de 15 630 arbres.

Un immense merci aux collaborateurs français, belges, espagnols et suisses, pour leur engagement ! Tous ensemble, nous avons fait de grands pas.

Pour stimuler la compétition et motiver tout le monde, les participants ont été répartis en équipes. **La Team Mercedes-Benz SODIRA Montpellier – Nîmes - Sète s'est démarquée en décrochant la première place du podium ! Composée de 96 personnes, elle plantera 727 arbres.**

Le financement pour la plantation des 15 600 arbres a été transmis à l'ONG Eden Reforestation.
Au-delà des chiffres, ce qui est vraiment enthousiasmant, c'est l'impact concret que ces plantations vont avoir sur la région et les populations locales.

Nous vous laissons écouter le chef du village d'Ankinao qui nous raconte avec ses propres mots !

Cette année, nous avons élaboré **un calendrier RSE** répertoriant les journées importantes, tout en proposant aux sites la possibilité de choisir une journée spécifique afin d'organiser une action dédiée.

Et par ailleurs, nous poursuivons le processus de labélisation à l'échelle internationale !

MIDAS

LABELLISÉ DEPUIS 2021

« Midas une enseigne engagée pour une mobilité plus durable »

Les parties prenantes de l'enseigne font partie intégrante de sa stratégie. Midas les a identifiées et les a consultées sur la priorisation de 30 enjeux RSE. Elles sont intégrées à la stratégie OKR, qui contient 3 axes d'engagement dont **« Engager nos parties prenantes face aux enjeux du développement durable »,** qui se traduit par les Démarches Enseigne Responsable® et Commerçant Responsable® pour sensibiliser et engager les franchisés à la RSE.

La mission de l'entreprise est de **« Prendre soin de chaque automobiliste par des solutions durables d'entretien, de réparation et de mobilité » tout en se fixant pour objectif 2026 de « Devenir le leader de la relation à l'automobile et le franchiseur leader de son marché ».**

Cette mission est déclinée en axes, eux-mêmes déclinés en objectifs stratégiques puis en actions. Les résultats sont suivis annuellement et les pilotes sont identifiés. Le plan d'action intègre des enjeux RSE et des enjeux métiers (développement des franchises, transmission du savoir-faire, satisfaction client…). En cohérence avec l'ambition de l'entreprise, le plan est un vrai outil stratégique, en particulier pour la RSE.

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

L'entreprise encourage la participation effective des collaborateurs à tous les niveaux, aux prises de décision de l'organisation.

✓ Droits de l'homme

L'enseigne a signé un accord égalité H/F en avril 2024. Son index est à 89/100. Midas compte 24% de femmes, en hausse de 2%. Sensibilisation des collaborateurs par la mise en situation du handicap grâce à la réalité virtuelle et d'un partenariat avec un athlète paralympique qui intervient ponctuellement auprès des équipes.

✓ Relations et conditions de travail

La thématique de la satisfaction des collaborateurs est intégrée dans le plan stratégique Ambition 2026. Les collaborateurs sont invités à donner leur avis sur les conditions de travail à l'occasion d'un baromètre semestriel. Le taux de satisfaction du siège et du réseau hors franchise est de 78. Le turn-over est inférieur à 10%.

✓ Environnement

Atténuation et adaptation de l'impact sur le changement climatique et sur la biodiversité. Identification et suivi des sources de pollution environnementale. Maîtrise des impacts environnementaux des canaux de distribution.

✓ Loyauté des pratiques

L'enseigne est mature dans la conduite des affaires avec ses partenaires commerciaux. Il n'y a pas de litiges fournisseurs. Les collaborateurs du service achats sont formés à l'éthique. La charte éthique est incluse dans tous les contrats des franchisés.

✓ Questions relatives aux consommateurs

Midas propose de nombreux produits et services responsables qu'elle met en avant. Elle propose des solutions de réparation et reconditionnement. Midas a fait de nombreuses communications sur ses solutions responsables.

✓ Communautés et développement

L'enseigne participe à des salons d'emploi sur les territoires d'implantation et emploie des artisans locaux. La communication est adaptée aux territoires et réalisée par une équipe communication dédiée.

ENSEMBLE POUR LE PROGRÈS LOCAL, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

MIDAS

ACTION REMARQUABLE

« Partenariat avec Florian Merrien, pongiste handisport français »

Dans le cadre de notre politique sur le handicap au travail, il nous est apparu essentiel d'ouvrir le débat sur ce sujet, sans tabou, mais aussi de l'incarner pleinement. L'objectif étant que nos équipes puissent se sentir libres d'échanger sur leur situation avec leur responsable ou les ressources humaines, afin de mettre en place ensemble un cadre de travail agréable et adapté à leur situation.

Florian Merrien, qui est champion paralympique, du monde, d'Europe et de France de tennis de table handisport mais aussi ambassadeur du sport et du handicap, nous a séduit par sa liberté de parole, son aisance, son esprit de compétition et aussi son humour !

Nous avons donc signé ce partenariat avec Florian Merrien pour l'accompagner tout au long de l'année 2024 pour l'un de ses plus beaux défis : remporter une médaille aux Jeux Paralympiques de Paris 2024.

Florian Merrien nous a partagé sa préparation en tant qu'athlète handisport pour ce bel événement, mais aussi son quotidien et son parcours inspirant. Il est intervenu lors de plusieurs événements internes Midas. Ses différents témoignages sur son parcours en tant qu'athlète handisport, sa vie de tous les jours et sa préparation pour les Jeux Paralympiques de Paris 2024 ont été de beaux moments de partage à la fois touchants et galvanisants.

Au siège Midas France, lors d'une journée de sensibilisation au handicap, visant à éclairer nos collaborateurs sur les réalités des handicaps visibles et invisibles, nous avons eu près de deux tiers de nos collaborateurs du siège qui se sont inscrits pour plonger dans le quotidien de personnes en situation de handicap grâce à un dispositif de réalité virtuelle. Des troubles visuels aux maladies chroniques, en passant par les troubles dyslexiques, bipolaires ou dépressifs, nos équipes ont eu l'opportunité de faire cette expérience immersive leur permettant de mieux comprendre les défis auxquels font face les personnes en situation de handicap.

En écho aux interventions de Florian Merrien chez Midas, plus de 40 collaborateurs sont venus cette fois le soutenir lors des Jeux Paralympiques.

Nos encouragements, en plus de ses milliers d'heures d'entraînement et de son immense talent, l'ont peut-être aidé, car Florian Merrien et sa coéquipière Flora Vautier ont remporté une très belle médaille de bronze en double mixte !

Initialement prévu pour un an, nous avons choisi de prolonger ce partenariat avec Florian Merrien, car nous sommes très fiers de pouvoir accompagner ce grand athlète handisport de tennis de table et très reconnaissants de son soutien à notre action sur le handicap au travail.

« Midas est engagé pour une mobilité plus durable. Le label Enseigne Responsable® permet de rendre lisible et visible cet engagement auprès de nos parties prenantes : clients particuliers , clients BtoB , collectivités, fournisseurs, partenaires et franchisés.

C'est aussi un excellent outil pour fédérer les équipes autour de notre mission commune «Prendre soin de chaque automobiliste, par des solutions durables d'entretien de réparation et de mobilité».

Les 7 piliers issus de la norme ISO 26000 et l'audit indépendant qui composent ce label sont exigeants et cela renforce la fierté que nous avons chaque année de réussir à obtenir ce label avec une note qui progresse ».

Julien Gourand,
Directeur Général Midas France.

NORAUTO

LABELLISÉ DEPUIS 2018

« Sur la 1ère marche du Podium Enseigne Responsable® 2024 »

L'audit de renouvellement de Norauto pour sa 7ème année, confirme le très bon niveau de maturité de l'entreprise et de son engagement sincère en matière de développement durable. **La bonne maitrise des sujets DD se traduit par une note de 4,35.**

Sur les 7 Questions Centrales de l'ISO 26000, base du Référentiel Enseigne Responsable, **6 des notes sont supérieures à 4/5** et le chapitre **"Communautés et développement local" obtient une note de 5/5 !**

L'implication et l'engagement des équipes participent à cet excellent résultat. Norauto dispose d'une gouvernance structurée qui porte la RSE au plus haut niveau de l'organisation.

Des sensibilisations sont mises en place et se matérialisent de plusieurs manières : des temps d'échanges sont régulièrement organisés au siège (Lunch & Learn), ainsi que dans les centres (sous format webinars), et des informations sont transmises sur le portail d'informations internes. Une newsletter « Votre actu DD » a également été mise en place. De plus, de nombreux e-learnings traitant des sujets du développement durable sont à disposition des collaborateurs (DD, labellisation, CA à impact positif, etc).

Par ailleurs, le développement durable est désormais pleinement intégré dans le pilotage des services à travers les OKR (Objectives and Key Result).

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

La gouvernance de la démarche est pleinement maitrisée. Le déploiement du DD est structuré et piloté par une équipe de 5 personnes.

✓ Droits de l'homme

Norauto s'engage en matière d'égalité professionnelle et met l'accent sur la féminisation de ses équipes dans une section à dominante masculine.

L'index égalité professionnelle est à 89/100.

✓ Relations et conditions de travail

Afin de clarifier les trajectoires de carrière au sein de l'entreprise, un référentiel de compétences et de nouvelles fiches métiers (toutes en lien avec la démarche DD).

✓ Environnement

Réduction de l'empreinte carbone, baisse de 7% des émissions. Démarche d'adaptation sur les vagues de chaleur. Développement du CA à impact positif. Poursuite de l'état des lieux Biodiversité. Déploiement de la démarche Numérique Responsable.

✓ Loyauté des pratiques

Création d'un e-learning sur la lutte anti-corruption. Formation spécifique aux allégations environnementales pour garantir des pratiques marketing conformes et éviter les risques de greenwashing.

✓ Questions relatives aux consommateurs

La prise en compte des intérêts des clients est un sujet essentiel. La relation client est parfaitement maitrisée avec une baisse de 13 points sur les tickets réclamation au cours de l'année. Norauto s'engage à promouvoir des pratiques responsables auprès de ses clients. Sur les réseaux sociaux, 20 % de la visibilité mensuelle traite de sujets DD.

✓ Communautés et développement

Une entreprise très active sur les territoires. Depuis 2019, Norauto développe le projet Mana Ara qui permet à des ménages d'obtenir des réparations à un tarif solidaire. L'entreprise s'engage également à travers la Mobivia Foundation.

ENSEMBLE
POUR LE PROGRÈS LOCAL, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Norauto

ACTION REMARQUABLE

« La formation : faire grandir et fidéliser nos pilotes »

« Chaque année, nous formons plus de 5 000 collaborateurs grâce à un réseau de 35 sites de formation, notre académie interne, un portail dédié, et une riche bibliothèque de 200 contenus digitaux.

Pour accompagner nos collaborateurs dans leur évolution de carrière et les préparer aux métiers de demain, nous proposons un large éventail de formations couvrant divers domaines : intégration, entretien, mécanique, dépollution, électronique, relation client/vente, efficacité professionnelle, santé et sécurité, et bien plus encore.

Nous offrons également des parcours certifiants (CQP) et qualifiants via nos écoles spécialisées en mécanique et électrotechnique, nos programmes pour chefs d'atelier et responsables de vente, ainsi que notre Université des Leaders.

Nos formations sont dispensées par des experts métiers, un réseau de 130 formateurs internes occasionnels, ainsi que des partenaires externes de confiance.

Durant le dernier exercice, plus de 100 000 heures de formation ont été proposées à nos collaborateurs. Parmi ces formations, 47 % étaient axées sur l'atelier, 28 % concernaient la vente, la relation client et la gestion, et 17 % étaient dédiées au management et à l'efficacité professionnelle. En outre, 134 CQP ont été attribués.

En matière de Développement Durable, nous mettons à disposition plusieurs modules e-learning. Dès leur arrivée, nos collaborateurs suivent une formation obligatoire intitulée **L'Environnement chez Norauto.**

Des modules complémentaires approfondissent les thèmes liés au Développement Durable chez Norauto, tels que notre trajectoire bas carbone, notre offre à impact positif, nos labellisations, la mobilité responsable et bien d'autres sujets essentiels ».

Anne-Danièle Fortunato,
Leader RSE Norauto.

Optic 2000

ACTION REMARQUABLE

« Réparer, redistribuer et réemployer »

L'économie circulaire s'impose comme une nécessité face aux défis environnementaux et sociaux actuels. Aujourd'hui, 82%[1] des Français affirment vouloir adopter des habitudes de consommation plus vertueuses, y compris dans le domaine de l'optique. Conscient de cette évolution, le Groupement Optic 2000 a initié depuis 2023 un programme ambitieux, qui repose sur quatre engagements pour prolonger la durée de vie des lunettes.

Réparer les lunettes pour prolonger leur durée de vie

Le service d'entretien et de réparation, disponible toute l'année en magasin, permet de prolonger la durée de vie des lunettes. Il comprend des interventions courantes comme le remplacement des plaquettes, vis et manchons, le nettoyage et l'ajustage.

Lorsque des opérations plus poussées sont nécessaires, les lunettes sont confiées à l'atelier de Clamart, où des artisans-lunetiers spécialisés réalisent des réparations minutieuses, comme le changement de charnières, la soudure sur montures métalliques ou plastiques, le redorage et le polissage. En 2023, plus de 1000 paires ont été réparées par les artisans-lunetiers de Clamart.

Redistribuer les lunettes en bon état à des associations, et recycler les matériaux des lunettes non réparables

Depuis 2022, la collecte des anciennes lunettes s'est généralisée à l'ensemble des magasins du Groupement Optic 2000. Cette initiative soutient l'insertion professionnelle d'une vingtaine de travailleurs en situation de handicap, qui trient les montures au sein de deux ESAT partenaires. Ce tri permet de distinguer les lunettes en bon état, destinées au don associatif, de celles qui ne peuvent être réutilisées et sont envoyées au recyclage. En 2024, 60 000 paires en bon état ont été redistribuées, et 700 000 paires ont rejoint la filière de recyclage.

Remettre les lunettes sur le marché de la seconde main

Depuis 2024, les magasins Optic 2000 et Lissac développent le réemploi des lunettes. Cette initiative répond à une demande croissante des consommateurs qui souhaitent s'inscrire dans des pratiques d'achat plus responsables : 40% des porteurs de lunettes[2] envisagent d'opter pour une monture de seconde main lors de leur prochain achat.

Pour accompagner cette évolution, des corners dédiés ont été mis en place en magasin, proposant des lunettes solaires de seconde main remises en bon état d'usage.

En s'inscrivant dans cette tendance de consommation durable en plein essor, cette offre complémentaire prolonge la durée de vie des lunettes et contribue à la réduction des déchets. En mars 2025, 35% des magasins se sont engagés pour proposer cette offre de lunettes solaires de seconde main à leurs clients. Le déploiement des corners de seconde main est en cours.

« En tant qu'acteur référent du secteur optique, nous sommes convaincus que nous avons notre rôle à jouer : 84%[3] des Français estiment que les entreprises et les marques sont tenues d'agir concrètement en faveur de la consommation responsable.

Nous sommes fiers d'être précurseur dans ce domaine avec notre programme Revue. Nous mettons tout en œuvre pour faire évoluer la réglementation et permettre le développement de la seconde main en optique, un objectif que nous poursuivons avec détermination ! »

Benoit Jaubert,

Directeur Général du Groupement Optic 2000

1 -16ème BAROMÈTRE GREENFLEX-ADEME DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE 2023-Ag. de la transition écologique.
2 -Étude Arcane 2024, Base : 3003 Français porteurs de lunettes âgés de 18 à 79 ans, interrogés entre le 19 sept. et le 14 oct. 24.
3 -16ème BAROMÈTRE GREENFLEX-ADEME DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE 2023-Ag. de la transition écologique.

PICARD

LABELLISÉ DEPUIS 2020

« Une volonté affichée et affirmée »

En 2023, l'évaluation avait permis de souligner un grand nombre de chantiers prévus, en cours ou en réflexion. Un an plus tard, énormément de ces chantiers ont été déployés, testés et le passage à l'action est sensible sur de très nombreux aspects.

La Gouvernance est travaillée en profondeur et avec une volonté affichée et affirmée d'intégrer la RSE dans la chaîne d'arbitrage et de décision, avec **une vision long terme et un plan d'action 2028.** Puis se projeter sur les 30/50 prochaines années pour assurer la pérennité de l'entreprise dans un contexte global mouvant, incertain et complexe.

Il est intéressant de noter une vision très stratégique de la RSE dans les discours de Picard. Le sujet n'est pas vu comme "à côté", "en plus" et secondaire mais bel et bien essentiel à la fois dans le fonctionnement de l'entreprise, pour répondre aux attentes consommateurs de plus en plus fortes mais aussi et surtout faire face à des externalités fortes et incertaines sur les parties approvisionnement, risques et réglementation.

Cela n'est possible qu'avec **une connaissance fine et en perpétuelle évolution de son écosystème et de ses parties-prenantes.** Sur ce sujet, l'année 2023 fut particulièrement riche, Picard n'avance pas seul. L'entreprise a l'intelligence de travailler ses chantiers et ses enjeux avec ses parties-prenantes clés en osant, testant et innovant de manière à ne pas subir son écosystème mais être en réaction, et tendre systématiquement vers la proactivité.

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance

L'entreprise est extrêmement ambitieuse et exigeante envers elle-même sur les sujets santé, fournisseurs et Humains au sens large. Cela est systématiquement lié et traduit par des actions palpables, concrètes et mesurables.

✓ Droits de l'homme

Une capacité rare de progression sur le sujet du handicap en un an. Des résultats qui témoignent du haut niveau de confiance des équipes envers leur entreprise.

✓ Relations et conditions de travail

Un renforcement de la formation à la RSE. Un dialogue social transparent et fréquent. Une amélioration continue de la politique RH.

✓ Environnement

Un modèle de gouvernance et d'anticipation avec une approche très pragmatique du sujet tendant à préférer débloquer des budgets rapidement afin d'anticiper les risques et les hausses plutôt que de réagir a posteriori.
L'approche biodiversité se poursuit cette année avec la mesure de l'empreinte biodiversité par BiodivCorp.

✓ Loyauté des pratiques

L'une des clés de la proactivité de l'enseigne : l'excellente connaissance de son contexte et de ses parties-prenantes qui bénéficie à l'innovation et à l'anticipation. Un point saillant très fort de l'enseigne..

✓ Questions relatives aux consommateurs

Des avancées conséquentes en matière de structuration et de travail sur l'offre avec une implication énorme des fournisseurs.
Des chantiers de réduction de son empreinte carbone articulés autour de l'écoconception des produits et emballages.

✓ Communautés et développement

Une approche extrêmement structurée autour de sa fondation. Soutien aux épiceries solidaires, implication en faveur des étudiants dans la lutte contre la malbouffe, mise en place du Mécénat de Compétences avec près de 90 jours alloués.

picard

ACTION REMARQUABLE

« Planet-Score®, faire bouger les lignes de manière collective et responsable »

Nous avons mis en ligne depuis mai 2024 **Planet-Score®** sur nos produits. Il permet d'apprécier **l'importance relative des impacts environnementaux** d'une catégorie de produits à l'autre (Ex. viande vs légume) et de différencier, au sein d'une même catégorie, **les produits les plus vertueux selon leur mode de production** (Ex. boeuf Label Rouge vs bœuf conventionnel).

En effet, 85% de l'impact environnemental des aliments est lié à la production. En qualité de distributeur engagé, nous avons le devoir d'informer nos clients et de tenter d'orienter leurs choix vers des produits moins impactants d'un point de vue environnemental. **Picard soutient donc la transparence et la pédagogie sur ces enjeux,** en mettant à disposition les notations sur la totalité de ses produits, hors éphémères (pour le moment) et hors produits de la mer (méthodologie en cours de construction) soit 1130 produits.

Pourquoi avoir mis en place Planet-Score®?

L'agriculture est le deuxième poste d'émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) en France et est responsable de plus de 15% des émissions mondiales de GES (Source : Insee, 2024 ; CITEPA, 2020).

Les systèmes alimentaires sont responsables de 60% de la perte de biodiversité terrestre mondiale (Source : ONU), en raison de la déforestation des forêts équatoriales et de l'utilisation de traitements/fertilisants chimiques.

Or, l'agriculture est l'une des activités les plus exposées au réchauffement climatique (sécheresse, inondation…) et à l'érosion de la biodiversité. En effet, **35% des plantes et fruits que nous consommons dépendent de la pollinisation par les insectes** (source : L'observatoire des aliments) et les dômes de chaleur ou pluies diluviennes impactent de plus en plus souvent les récoltes.

De même, pour l'élevage, nombre de modèles actuels priorisent profitabilité et rendements au détriment du bien-être animal, et de la valorisation des prairies.

Pour agir à notre niveau, et faire comprendre à nos clients et à nos équipes internes que ces 2 enjeux (environnemental/bien-être animal) sont importants à adresser, Picard a décidé de les sensibiliser grâce à l'outil Planet-Score®.

Au sein de nos équipes, en partenariat avec nos fournisseurs et avec l'équipe Planet-Score®,

cette étiquette nous aide à identifier les axes de progression sur lesquels nous devons mettre plus d'efforts et ainsi retraivailler nos produits en éco-conception en priorisant ce que nous pouvons faire aujourd'hui, et en étant transparents sur ce que nous nous fixons comme ambition pour demain.

En adoptant Planet-Score®, nous contribuons à créer une dynamique positive dans notre chaîne de valeur, de l'amont à l'aval, et à faire bouger les lignes de manière collective et responsable. **Nous sommes persuadés que Planet-Score® est un formidable outil de pédagogie, sur le même principe que Nutri-Score®.**

Il s'agit pour nous d'un marqueur qui permettra d'accélérer la transition écologique car c'est nécessairement par les attentes et les choix éclairés du client final que toute la chaine amont, distributeurs, coopératives, agriculteurs, tendra vers des produits alimentaires plus soutenables. **C'est également le souhait d'une démarche volontaire et transparente à l'égard de nos clients.**

« Picard s'engage au quotidien pour permettre à chacun de manger mieux et plus responsable tous les jours. Adopter un outil comme Planet-Score® c'est permettre à nos clients des choix plus éclairés sur la qualité environnementale des produits qu'ils consomment.

Nous espérons être rejoints prochainement par d'autres acteurs pour démocratiser Planet-Score®. Il s'agit en effet pour nous d'une démarche qui permet véritablement d'accélérer la transition écologique et de prendre soin de la planète, de nos clients, de nos fournisseurs et de nos équipes, qui mènent cette action de transparence et de transformation avec une superbe détermination ».

Cécile Guillou,
Présidente Directrice Générale de Picard Surgelés.

PROFIL PLUS
LABELLISÉ DEPUIS 2021

« Formaliser sa démarche »

Profil plus, enseigne leader indépendante en France pour l'entretien des véhicules particuliers et professionnels, est labellisée « Enseigne Responsable depuis 2021. Le réseau poursuit son engagement dans le renforcement de sa démarche RSE portée par la nouvelle direction générale, le CODIR, le comité RSE et l'ensemble de ses adhérents à travers les échanges mensuels de nos commissions métiers.

Identification des parties prenantes : L'enseigne Profil Plus a réalisé une cartographie de ses parties prenantes internes et externes, elle a notamment permis d'identifier un axe de travail prioritaire et de mettre en place un plan d'actions.

Encouragement de la participation effective des collaborateurs à la vie de l'entreprise : La Direction a mis en place des moments de partage et des outils permettant de partager des idées, et également d'échanger autour de l'actualité de l'enseigne, des adhérents et des conditions de travail.

Établir un bilan consolidé de nos actions pour encourager la démarche RSE auprès des collaborateurs de l'enseigne et de nos adhérents : Profil Plus a initié et formalisé son bilan RSE de l'année 2023 pour une publication interne. Ce document évoque les actions phares et quelques chiffres clés sur les volets sociaux, sociétaux et environnementaux du réseau.

Formalisation de la politique de l'enseigne en matière de responsabilité sociétale : La démarche RSE de Profil Plus est structurée autour de 4 axes de travail : Diversité et formation pour tous, Sécurité des collaborateurs, Réduction de l'impact environnemental et Satisfaction des clients.

LES POINTS FORTS 2024

✓ Gouvernance
Mise en place d'un calendrier d'actions sociétales interne en support de la démarche RSE

✓ Droits de l'homme
Profil Plus compte 54% d'effectifs et 60% de managers féminins et développe une énergie forte sur le volet handicap en nouant des partenariats et en animant des actions spécifiques.

✓ Relations et conditions de travail
Actions fortes pour animer, pour échanger sur la vie du réseau et pour améliorer la qualité de vie au travail auprès des équipes de l'enseigne.
La sécurité comme axe prioritaire avec une démarche formalisée « Sécurité +, Appliqués, Impliqués, tout est lié ! ».

✓ Environnement
Profil Plus prône un usage durable des ressources en travaillant quotidiennement à faire durer les pneus de ses clients plus longtemps avec le modèle multi-vie du pneumatique et une offre de produits durables. Déchets triés et valorisés via les réseaux de collecte agréés. Structuration d'une Politique Numérique Responsable.

✓ Loyauté des pratiques
Promotion de la responsabilité sociale dans la chaine de valeur avec la mise en place d'une charte achats responsables notamment composée de règles de bonnes pratiques en matière de sécurité et de valeurs auxquelles Profil Plus est attaché.

✓ Questions relatives aux consommateurs
Profil Plus fait durer les pneus de ses clients plus longtemps en prônant la visite de parc, le recreusage, le rechapage et la réparation des pneumatiques à leur remplacement.
Communications sur une consommation durable des pneus pour optimiser leur rendement kilométrique et mise en place d'un simulateur d'économie de matière et de pneumatiques remplacés en prônant la gestion de parc. Mesure de la satisfaction des clients avec un taux de satisfaction élevé.

✓ Communautés et développement
Profil Plus mène des actions sociétales ponctuelles comme Octobre Rose, la journée internationale du droit des femmes, la semaine européenne des personnes en situation de handicap, le DuoDay, la journée mondiale de la santé et la sécurité au travail….

ACTION REMARQUABLE

« Appliqués, Impliqués tout est lié ! »

Notre métier de négociant pneumatique et de spécialiste de l'entretien automobile est exigeant et peut parfois être dangereux, le nombre élevé d'accident du travail et la moyenne d'un accident mortel par an dans notre profession le démontre. Devant de tels chiffres, la nécessité d'intervenir pour réduire l'accidentologie est alors devenue une priorité.

Pour y répondre, nous avons donc construit une démarche sécurité en plusieurs étapes.

Le premier diagnostic a permis de mettre en évidence, les points de force et de faiblesse de notre réseau, les pratiques de chaque entreprise et ainsi d'obtenir une analyse complète permettant d'identifier les chantiers de progrès à mener et les actions pouvant être valorisées.

La seconde étape organisée sous forme d'un workshop de co-construction a permis ensuite de définir les orientations et les ambitions que nous souhaitions mettre en avant avec un nom et une Baseline qui facilite son appropriation en interne, mais également pour la rendre identifiable chez les clients.

SÉCURITÉ+
Appliqués, Impliqués tout est lié !

Une Baseline embarquante qui souligne de manière positive la vigilance et l'implication de tous les collaborateurs : la sécurité fait partie de l'expertise métier dans tout le réseau Profil+ !

Nous avons ensuite construit et mis en place une démarche managée et pilotée par notre Commission Sécurité autour d'un programme qui s'appuie sur deux piliers fondamentaux :

- **Le pilotage de la sécurité pour prévenir les risques** dans lequel nos adhérents sont pleinement acteurs relevant et partageant chaque mois des indicateurs clés et participant à nos Commissions Sécurité favorisant ainsi la mise en commun d'expériences et de démarches innovantes.

- **L'intégration de la sécurité dans l'expertise métier,** pilier dans lequel nous co-construisons avec nos experts métiers des outils d'information et de communication et nous formons dès l'intégration dans l'entreprise puis régulièrement chaque collaborateur, qu'il soit manager, technicien ou commercial, sur les risques liés à son métier afin qu'il puisse mieux les anticiper.

Présentée lors de notre convention annuelle 2024 et déployée à l'ensemble du réseau durant le 1er semestre de la même année, cette démarche permet à date, de mieux impliquer nos adhérents sur la sécurité, de mieux maitriser notre communication interne et externe et les outils que nous développons.

Les objectifs visés par cette démarche sont :
- La baisse du nombre des accidents du travail, des maladies professionnelles ainsi que la baisse de notre taux de fréquence et du taux de gravité.
- L'amélioration des conditions de travail en entreprise.
- La réduction du turn-over et le maintien des compétences.
- L'amélioration du dialogue social.
- La progression de notre marque employeur.

Prendre soin de nos collaborateurs est une priorité dans le réseau Profil Plus et cette démarche permet de rendre plus concrète notre culture d'entreprise engagée et partagée pour tendre vers l'objectif du **zéro accident grave ou mortel !**

« Labellisé Enseigne Responsable depuis 2021, Profil Plus poursuit son engagement RSE avec « Sécurité +, Appliqués, Impliqués, tout est lié ! », une démarche structurée et prérenne, déployée en 2024. Au-delà de la prévention des risques, elle implique activement nos adhérents et collaborateurs, de manière très concrète, pour améliorer durablement les conditions de travail et renforcer notre expertise métier. Parce que la sécurité et la performance vont de pair, nous mesurons nos avancées et partageons nos bonnes pratiques pour progresser collectivement.

La qualité du service est ancrée dans notre culture d'entreprise, alors en intégrant pleinement la sécurité à nos process, nous garantissons des interventions toujours plus fiables et maintenons un service de qualité pour nos clients. »

Julie Herbault, Directrice Générale Profil Plus.