

A close-up photograph of a person's face and hands. The person is wearing dark sunglasses and a plaid shirt. They are clapping their hands together, which are illuminated by a warm, orange-red light, creating a glowing effect against a darker background.

Déclaration de performance extra financière 2018

Sommaire

1 - Boulanger en 2018

- Dans l'élan de notre histoire
- Notre vision
- Notre mission
- Notre métier
- Un écosystème de sens
- Nos savoir faire ...Toujours au plus près de nos clients
- Notre culture
- Notre ambition
- Les faits marquants 2018

2 - Contribuer à inventer un monde + soft

- Nos principales parties prenantes
- Notre création de valeur

3 - Piloter nos actions au plus près de notre impact et maîtriser nos risques

- Un premier cadre : les 17 objectifs de Développement Durable
- Nos enjeux

4 - Nos enjeux et actions en 2018

- Assurer la sécurité des consommateurs utilisateurs de nos produits
- Assurer une qualité de services continue à nos clients grâce à des collaborateurs engagés
- Contribuer à un monde + respectueux de l'environnement
- Contribuer à un monde + éthique
- Contribuer à un monde connecté + sécurisé

1
2
3

boulanger



Boulanger en 2018



Dans l'élan de notre histoire...

Ça fait + de 60 ans
qu'on va de l'avant
pour imaginer
les jours d'après...

Dès leurs débuts, les frères Boulanger
le mesurent bien :

*Accompagner les technologies,
c'est accompagner les changements de vie.*



Notre vision

Aujourd'hui, dans un monde qui change, veut et doit changer, nous croyons qu'ensemble nous pouvons nous inventer **UN MONDE + SOFT**

Si nous nous attachons à faire des technologies le meilleur de ce que l'on peut en faire :

- Créer de nouveaux liens entre les Hommes
- Permettre à chacune et à chacun de prendre soin du petit monde qui l'entoure
- Permettre à chacune et à chacun d'améliorer son quotidien, de révéler ses talents, de vivre pleinement et sereinement ses envies, ses passions, dans tous les univers de la vie.



Notre mission

Aider chacun à profiter pleinement du monde connecté

...pour s'inventer son monde + soft, un petit monde d'objets connectés et reliés entre eux et un petit monde d'humains connectés et eux aussi reliés entre eux.

Une stratégie au service de notre vision et de notre mission

UNE EXPÉRIENCE UNIQUE

Le monde connecté est récent et personne ne sait jusqu'où il peut aller. Les nouvelles technologies créent autant d'enthousiasme que de désarroi. Pour mener à bien notre mission : informer, former, conseiller et accompagner nos clients est indispensable. C'est la raison pour laquelle nous voulons faire de l'expérience client une relation unique, de l'expérience d'achat à l'expérience d'usage.

UNE OFFRE SINGULIÈRE

Nous construisons une offre pour accompagner tous les moments de vie de nos clients. Une offre qui ne ressemble à aucune autre parce qu'elle réunit le meilleur de toutes les marques + nos créations.

Des marques Boulanger dans tous les rayons, dans toute la maison et toutes les passions. Des marques Boulanger pensées usage et art de vivre et pensées pour rendre le monde connecté + accessible en pratique comme sur le plan économique.

L'AVENTURE HUMAINE

Parce que les entreprises qui réussissent le mieux sont celles qui tirent profit de ce que seuls les êtres humains savent faire. Chez Boulanger, l'aventure humaine est stratégique, une aventure humaine aux couleurs de notre culture singulière sous le signe du partage.

94% des collaborateurs porteurs de parts partagent la valorisation et l'avenir de l'entreprise comme ils partagent le quotidien.

Notre métier

Spécialiste des solutions technologiques et électroménager

Nous accompagnons nos clients dans :

- leur Expérience d'Achat,
- leur Expérience Usage,
- leur Expérience Art de Vivre.

L'expérience Boulanger se veut au plus près de la vie...



Conscients de l'importance de nos produits et services dans la vie de nos clients, nous nous attachons à bien comprendre l'art de vivre qu'ils en attendent dans tous les espaces et moment de vie.



Nous nous mettons au service de leur quotidien, de leurs passions, de leurs envies, de leurs talents et nous nous attachons à les orienter vers les solutions les plus adaptées à ce qu'ils veulent ou rêvent d'en faire. À ce qu'ils veulent et rêvent de dire.

24h
d'une vie avec
b boulanger

Notre métier

+ de 8200
collaborateurs, experts
dans
+ de 150 métiers

Une équipe mobilisée
pour faire équipe
autour de ses clients
en ligne et en liens

150 magasins



3 entrepôts



2 plateformes
de livraison



En ligne :
boulanger.com,
appli mobile,
marketplaces...

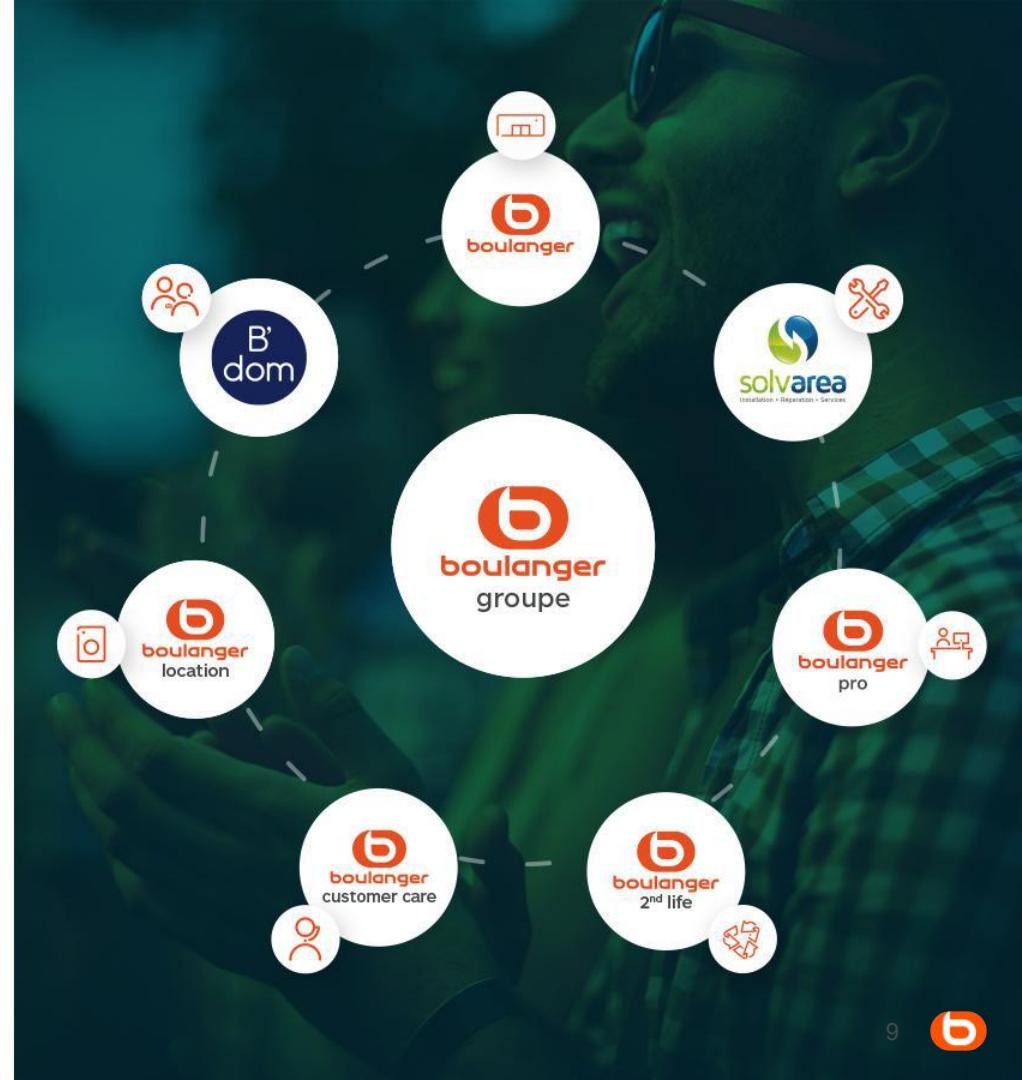


Toujours + de
points de ventes
et de modules adaptés au
territoire et aux modes de vie



Un écosystème de sens

Nous évoluons
dans un écosystème
de sens, résolument
tourné vers la vie de
nos clients



Nos savoir faire...



Créer



Exposer



Présenter



Conseiller



Sélectionner



Financer



Protéger



Livrer



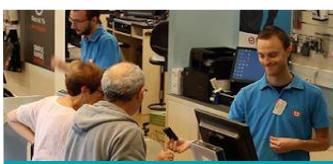
Installer



Louer



Former



Dépanner



Réparer



Recycler



Réemployer



Toujours au plus près de nos clients



+ de 175 000 heures sur l'année 2018 de service et d'accompagnement par téléphone en réponse à
+ de 2 500 000 appels



+ de 38 000 heures de formation à domicile



+ de 500 000 heures de service dépannage et réparation

Au total, autant de milliers d'heures
d'écoute et de relation client

Notre culture

“ Plus encore que ce qu'on fait,
c'est **CE QU'ON EST** qui fonde
et fait notre différence et qui nous
rend incomparables. ”

Etienne Hurez - CEO Boulanger

Culture

Nous sommes nés
ARTISANS CRÉATEURS
ARTISANS COMMERÇANTS

Depuis 60 ans, nous sommes Artisans du changement.
PROMOTEUR D'ART DE VIVRE

Intégrateur de l'Innovation Électroménager Multimédia.
PRO - SIMPLE - SYMPA...

Nous sommes Présents aux côtés des Clients.

À qui nous proposons
DÉCOUVERTE - USAGE - PLAISIR

Nous sommes Présents dans la vie des gens...
Dans tout ce qui simplifie, facilite et enrichit le Quotidien.

Et de plus en plus, nous sommes Présents...
Dans tous les moments et espaces de vie,
dans toutes les passions,
les formes d'expression et de relations,
dans tout ce qui nous connecte et nous relie...



Notre ambition

Devenir
Leader Culturel
de l'amélioration
de la vie connectée
et du home confort
pour les habitants
du monde
et de leurs foyers

Parce qu'il ouvre et montre le chemin, le leader culturel est celui qui saura accompagner les clients dans le monde connecté d'aujourd'hui et de demain.

Fidèles à notre culture, nous nous attachons à anticiper les nouveaux modes de vie et développons une culture d'avance au service de nos clients et de leurs petits mondes.

Les faits marquants 2018



Participation à la
Paris Maker Faire



1^{er} Boulanger
Diversity Trophy



10 ouvertures
de magasins



Comptoir Rouen



BHV Parly



BHV Marais



GL Haussmann



Evreux



Colmar



Antibes



Levallois



Grenoble



Beaune

Les faits marquants 2018



Elu Meilleur Service Client de l'année 2018
Catégorie distribution de produits techniques



Trophée LSA 2018
Prix de la personnalité de l'année pour Etienne Hurez



Prix Spécial du Jury de la Nuit de l'économie sociale et solidaire

Catégorie Meilleure démarche circulaire pour le projet de pièces détachées d'occasion - Boulanger 2nd Life avec VITAMINE T

Capital

500 meilleurs employeurs de France par Capital
Boulanger, 6ème de la catégorie Commerce de détails

Les faits marquants 2018



Lancement du nouveau service "**Livrée, fixée, connectée**" pour les télévisions



ENKI
Partenariat avec
Leroy Merlin



Nouveaux produits
marques Boulanger



Les Magnétiques
Adekwat



Jardin d'intérieur
Eve **Essentiel b**



Assistant vocal Virtuoz
Essentiel b



Enceinte Bluetooth Loops 3
Essentiel b



Ecosystème Multiplug
Essentiel b

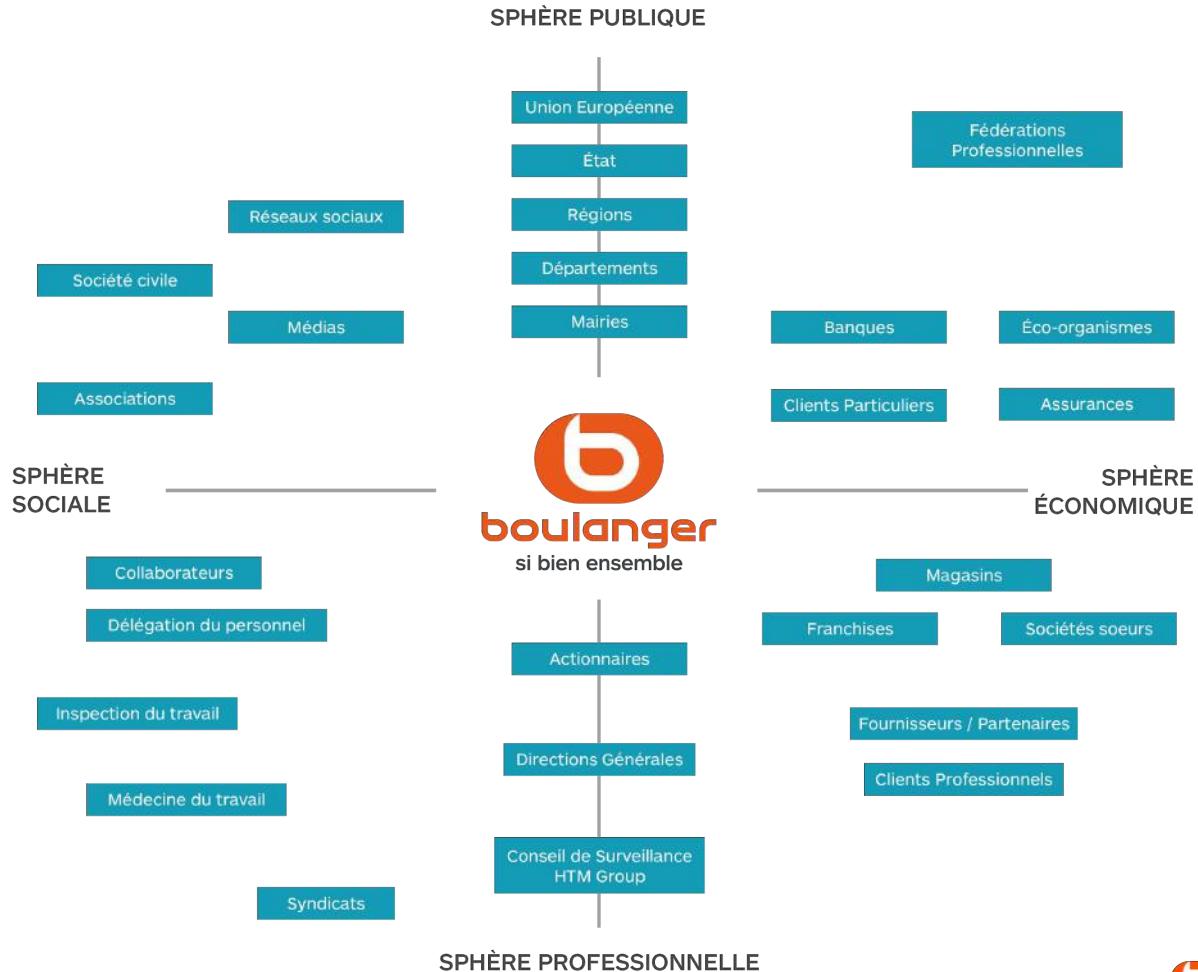
2 .

**Contribuer
à inventer ensemble
un MONDE + SOFT**

Nos parties prenantes

Chez Boulanger, nous avons pour ambition d'impliquer pleinement nos parties prenantes à notre développement, fidèlement à notre vision "**Vivons ensemble un monde + soft**" et à notre promesse de marque **Si bien ensemble**.

En étant à l'écoute de leurs besoins et attentes et en les impliquant dans nos stratégies, nous formons ensemble une chaîne de création de valeur.



Notre création de valeur

RESSOURCES

+ de 8200 collaborateurs

Une équipe mobilisée :

- Dans 150 magasins
- Sur le site internet boulanger.com et l'application
- Dans 3 entrepôts et 2 plateformes de livraison (1 million de livraisons clients/an)

Un écosystème de sens autour de nos clients :

- 6 sociétés soeurs
- + de 500 fournisseurs
- Des partenariats industriels, des partenariats avec des start up, des écoles, des entreprises de l'ESS et des éco-organismes.

+ de 21 000 références

+ de 5000 références en marques Boulanger

Un bilan solide et une progression constante du Chiffre d'affaires et de notre Part de marché

Spécialiste des solutions technologiques et électroménager

Des solutions composées de produits (neufs, reconditionnés, de marques internationales ou de marque Boulanger) et de services au cœur de la vie des gens



CAPITAL HUMAIN

Les collaborateurs sont recrutés sur leurs valeurs humaines et sont fédérés autour d'une culture forte et singulière.

Pour faire grandir les hommes et les femmes :

- nous privilégions la promotion interne : 100% des Directeurs/trices magasins issus de la Promotion Interne
- nous proposons + de 110 000 heures de formation à + de 150 métiers
- 94% de collaborateurs actionnaires de l'entreprise associés à la préparation de l'avenir

CAPITAL TECHNOLOGIQUE

- + de 21 000 références en ligne et en magasins
- Des produits à forte valeur ajoutée (qualité, nouveauté, innovation)
- Le + grand parc d'exposition de produits en libre démonstration
- Des marques Boulanger résolument tournées Usage & Art de vivre

CAPITAL ÉCONOMIQUE

Des performances qui permettent : un partage de l'avoir aux collaborateurs actionnaires (et ce depuis 1995) & l'amélioration continue des capitaux humain, social, environnemental et technologique

CAPITAL SOCIAL

- Un ancrage local fort & des relations étroites avec les acteurs locaux (administration, associations, artisans, écoles...)
- Notre diversité est une source de performances :
 - 5,13% de collaborateurs en situation de handicap
 - Index Égalité Professionnelle 2018 = 89%
- Le partage se fait au delà de notre entreprise et de nos métiers via la Fondation Boulanger

CAPITAL ENVIRONNEMENTAL

- 22 000 produits reconditionnés env. vendus en 2018
- + 18 000 tonnes déchets traités (DDE) sur 2018
- 1 site open-source de pièces détachées imprimables 3D - HAPPY3D

A photograph of a woman with short brown hair, wearing a dark jacket over a grey hoodie, walking down a busy city street. Other people are blurred in the background.

3.

**Piloter nos actions au
plus près de notre impact
et maîtriser nos risques**

Un premier cadre

En 2015, les membres de l'ONU ont adopté officiellement le nouvel agenda de développement durable à l'horizon 2030. Cet agenda est décliné en **17 Objectifs de Développement Durable**.

Ces objectifs de Développement Durable sont une opportunité unique de construire un monde meilleur, plus inclusif et durable. Ils constituent un langage universel et un cadre d'action qui permettent à tous les acteurs, dont les entreprises, d'agir pour le bien commun.

Boulanger s'inscrit donc dans ces actions pour nourrir sa vision et contribuer à un Monde + Soft. Ces objectifs de Développement Durable nous donnent un premier cadre pour piloter nos actions



Nos enjeux

Pour aider chacun à profiter pleinement du monde connecté, nous proposons à chaque client **des solutions personnalisées** en fonction de son **art de vivre**.

Ces solutions se composent **de produits** (neufs, reconditionnés, de marque internationale ou de marque propre) et **de services au cœur de la vie des gens**.

Le monde attend de nous bien plus encore que le respect des fondamentaux de notre métier, il attend de nous que nous nous engagions à ses côtés. Pour un monde plus respectueux de l'environnement, un monde qui respecte les différences, un monde connecté et re-connecté qui partage.

Nos activités, nos produits & services ont des conséquences sociales et environnementales. Pour piloter nos actions au plus près de l'impact, nous avons mis en place une méthodologie nous permettant de dégager nos principaux enjeux.

Méthodologie :

Nous avons constitué un groupe de travail représentatif des différents métiers et différentes parties prenantes ont été sollicitées. Notre cartographie des risques existante a été complétée et enrichie pour identifier l'ensemble de nos risques extra-financiers, croisés avec ceux évoqués dans la loi Grenelle. Cela nous a permis de **dégager les enjeux majeurs**.

Certaines thématiques, qui figurent dans la transposition française de la Directive Européenne sur le reporting extra-financier, n'ont pas été jugées pertinentes au regard de l'analyse de matérialité et des risques de BOULANGER, ces thématiques ne seront donc pas développées dans ce rapport : la lutte contre la précarité alimentaire et contre le gaspillage alimentaire, les mesures prises en faveur du respect du bien être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable.



| Nos enjeux | Nos risques | Nos champs d'action | Nos indicateurs | Correspondance ODD |
|--|--|---|--|---|
| <p>1. Assurer la sécurité des consommateurs utilisateurs de nos produits</p> | <p>Les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs</p> | <p>Mettre en oeuvre une démarche de management de la qualité des produits vendus</p> | <p>100% de nos fabricants de marques propres audités selon notre standard qualité</p> |   |
| <p>2. Assurer une qualité de services continue à nos clients grâce à des collaborateurs engagés</p> | <ul style="list-style-type: none"> • L'absentéisme • Les accidents du travail, notamment leur fréquence et leur gravité, ainsi que les maladies professionnelles • Les embauches et les licenciements • Les conditions d'hygiène et de sécurité au travail • La politique de lutte contre les discriminations/harcèlement • Effectif total et répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique • L'organisation du dialogue social, notamment les procédures d'information et de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci | <ul style="list-style-type: none"> • Veiller à la présence de nos collaborateurs auprès de nos clients • Veiller à la santé et à la sécurité des collaborateurs • Continuer à fidéliser nos collaborateurs et attirer de nouveaux talents • Maintenir un climat social positif et progressiste • Promouvoir la diversité | <ul style="list-style-type: none"> • Le taux d'absentéisme est de 5,35% • Taux accidents du travail = 0,48 en 2018 • En 2018, 100% des directrices/directeurs de magasin sont issus de la promotion interne • En 2018, 6 accords signés avec nos organisations syndicales • En 2018, 5,13 % de nos collaborateurs sont en situation de handicap |      |

| Nos enjeux | Nos risques | Nos champs d'action | Nos indicateurs | Correspondance ODD |
|--|---|---|--|--|
| 3. Contribuer à un monde + respectueux de l'environnement | <ul style="list-style-type: none"> La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation Les mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets L'adaptation aux conséquences du changement climatique La prise en compte dans la politique d'achat des enjeux environnementaux L'importance de la sous-traitance et la prise en compte dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants, de leur responsabilité environnementale | <ul style="list-style-type: none"> Favoriser la collecte et la revalorisation des Déchets d'équipements électriques et Electroniques (DEEE) Augmenter la durée de vie des produits vendus Réduire notre impact environnemental quotidien par une consommation raisonnée des matières premières Favoriser le recyclage et la valorisation de nos déchets d'exploitation Minimiser les pollutions liées au transport | <ul style="list-style-type: none"> + 18000 tonnes de DEEE collectées en 2018 22000 produits reconditionnés environ vendus on line |  |
| 4. Contribuer à un monde + éthique | <ul style="list-style-type: none"> Actions engagées pour prévenir la corruption l'abolition effective du travail des enfants La prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux L'importance de la sous-traitance et la prise en compte dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants, de leur responsabilité sociale | <ul style="list-style-type: none"> Veiller à l'éthique des conditions d'emploi et de travail chez nos fournisseurs Veiller à prévenir la corruption | <ul style="list-style-type: none"> Audits sociaux de tous les fournisseurs de marques Boulanger : 100% de nos fournisseurs audités 60% de nos collaborateurs formés via le e-learning à la prévention corruption et au processus d'alerte et de contrôle (<i>mis en place en septembre 2018</i>) |  |
| 5. Contribuer à un monde connecté + sécurisé | Risques liés à la sécurité des système d'informations : protection des données clients | Protéger et assurer la confidentialité des données personnelles | 88% des collaborateurs ont eu des formations CNIL et sécurité |  |

Nos enjeux & actions en 2018

boulanger
le comptoir

40



1 - Assurer la sécurité des consommateurs utilisateurs de nos produits

Mettre en oeuvre une démarche de management de la qualité des produits vendus

Chez Boulanger, la satisfaction durable de nos clients est au cœur de nos préoccupations. La qualité est un axe différenciateur privilégié qui se traduit dans les différentes stratégies que nous déployons, en commençant par la qualité de nos produits.

Notre objectif :

Assurer la sécurité des consommateurs utilisateurs des produits que nous commercialisons en proposant des produits sûrs et de qualité.

Notre politique :

La qualité chez Boulanger s'inscrit dans une double démarche d'anticipation et d'amélioration continue.

- En amont : lors de la sélection de l'offre
- En aval : dans une démarche de surveillance du marché et d'amélioration continue.

Nous avons un comité qualité qui se réunit de manière trimestrielle. Sa mission est de garantir la bonne application de notre politique qualité. Ce comité pilote la qualité conformément à la cartographie des risques établie.

Cette démarche nous a amené en 2018 à cesser le référencement des overboards.

Sur ce marché encore émergent où les contrôles doivent encore se structurer et la législation évoluer, nous avons décidé de prendre de l'avance et de mettre en sécurité nos clients en arrêtant les nouveaux référencements de ces produits, en attendant que les normes de sécurité se mettent en place. Les autres NVEI (Nouveau véhicule électrique individuel) sont contrôlés selon notre protocole de test par un laboratoire indépendant, et ce, avant le référencement.

Nous sommes également vigilants en ce qui concerne nos marques Boulanger. L'entreprise investit tant en moyens humains, financiers que techniques pour mettre les produits aux normes de sécurité et assurer leur qualité. Nous développons nos marques dans une **démarche globale de management de la qualité**. Cette démarche inclut la validation d'un cahier des charges, la qualification du site de production et le plan de contrôle qualité du produit.

Dans le cadre de la surveillance du marché, nous sommes extrêmement vigilants aux éventuels problèmes de sécurité liés à nos produits, c'est la raison pour laquelle nous avons établi une procédure de gestion de crise et de rappel Produit. Cette procédure vient en complément de l'étude systématique des motifs de retours des produits en magasin.



Indicateur 2018 :

100% de nos fabricants de marques Boulanger audités selon notre standard qualité

2 - Assurer une qualité de services continue à nos clients grâce à des collaborateurs engagés

A. Veiller à la présence de nos collaborateurs auprès de nos clients

Plus le monde est connecté, plus nos clients ont besoin d'être accompagnés. L'esprit de services chez Boulanger se traduit par une grande proximité avec nos clients. Pour assurer une qualité d'accueil, d'accompagnement, de conseil et de services continue à nos clients, nous devons veiller à ce que nos collaborateurs soient bien présents à leurs côtés. Pour assurer cette présence, veiller à l'épanouissement de nos collaborateurs est primordial.

Deux axes majeurs de notre politique en ce sens :

• Impliquer chacun dans l'avenir de l'entreprise

Chez Boulanger, l'aventure humaine dans l'entreprise est un des 3 axes stratégiques. Notre vision est issue d'un long parcours participatif au cours duquel l'ensemble des collaborateurs a pu s'exprimer et donc bâtir l'avenir de l'entreprise. Chaque collaborateur porte une part de l'entreprise, une part économique (94% de collaborateurs actionnaires en 2018) mais aussi une part de sens et d'avenir.

Afin de continuer à impliquer nos collaborateurs dans les décisions de demain, nous travaillons à la mise en place d'un outil qui nous permettra dès 2019, en complément des échanges quotidiens de continuer à recueillir et prendre en compte les idées de tous.

• Veiller à la qualité des liens entre tous

Notre métier mais aussi notre culture nous amènent à toujours plus de liens entre nous pour développer la solidarité, la reconnaissance, l'entraide. Un lien de bienveillance et d'écoute doit se tisser entre les managers et les collaborateurs pour que chacun puisse vivre pleinement son expérience professionnelle. Pour enrichir ce lien et nourrir nos valeurs Pro, Simple et Sympa, 163 managers ont suivi une formation en prise de poste en 2018.

Acte fort de l'année, chaque collaborateur a un moment d'échanges privilégié avec son manager autour de son parcours professionnel et de son activité annuelle. Moment de partage, d'écoute, de bienveillance afin de détecter les compétences et les souhaits d'évolution de chacun. En 2018, + de 92% des collaborateurs ont eu un entretien de parcours professionnel et un entretien annuel.



Indicateur 2018 : Le taux d'absentéisme est de 5,35% - En 2017, il était de 5,30 %

2 - Assurer une qualité de services continue à nos clients grâce à des collaborateurs engagés

B. Veiller à la Santé et Sécurité de nos collaborateurs

Notre politique :

En tant que spécialiste et acteur de référence dans le monde de l'électroménager, Boulanger est convaincu que l'efficience de ses structures et de son développement ne peuvent se réaliser qu'en garantissant la sécurité de ses clients et collaborateurs.

Depuis de nombreuses années, nous nous sommes engagés dans une politique en matière de santé et de sécurité au travail, impliquant l'ensemble des équipes BOULANGER. Cette politique est au cœur de nos préoccupations. Notre objectif est de continuer à développer une démarche d'amélioration continue avec l'aide des nouvelles technologies mises à notre disposition.

• Santé au travail

- Au-delà des dispositions légales et réglementaires de santé et de sécurité physiques liées aux postes de travail, nous accordons beaucoup d'importance à la santé de nos collaborateurs.
Nous travaillons en étroite relation avec nos partenaires (médecine du travail, CHSCT)
- Nos collaborateurs sont formés et accompagnés sur la santé au travail

Par exemple, sur nos activités logistique et de SAV, nous poursuivons nos investissements dans l'amélioration de l'ergonomie, la mécanisation des postes de travail et la limitation du port de charge.

- La prévoyance est un élément majeur de notre stratégie du bien-être : elle apporte une aide précieuse aux collaborateurs se trouvant dans des situations difficiles ; elle permet d'accompagner financièrement la famille lorsque des drames surviennent. Notre régime de prévoyance est en constante amélioration. La cotisation est restée inchangée depuis le 1^{er} janvier 2016 soit sur une période de 3 ans.

- Dans un contexte national de déremboursement de nombreux médicaments par la Sécurité Sociale, d'augmentation du coût des consultations des médecins généralistes (ce qui augmente la part prise en charge par la mutuelle), chez Boulanger les cotisations pour la mutuelle n'ont pas augmenté depuis 4 ans alors que les garanties, elles, ne cessent de s'étendre.

- Depuis le 1^{er} Janvier 2016, Boulanger a un partenariat avec PSYA : cellule d'écoute, anonyme et confidentiel pour proposer un accompagnement psychologique aux collaborateurs.
En 2018, il y a eu 27 appellants à cette cellule.

2 - Assurer une qualité de services continue à nos clients grâce à des collaborateurs engagés

• Sécurité au travail

Une équipe dédiée à la sécurité et à la sûreté au sein de la direction des risques, définit les politiques les plus adaptées à mettre en oeuvre afin de réduire notre exposition et ainsi veiller à identifier les risques majeurs et à apporter des solutions efficaces.

- Evaluation des risques

Via un processus en continu, nous évaluons les risques professionnels en lien avec les CHSCT sur les différentes unités de travail.

100% des sites disposent des moyens et des outils pour évaluer et mettre en place les solutions de réduction de risques les plus adaptées.

- Gestion et suivi des risques

Nous avons mis en place des procédures et des outils de gestion des risques en matière d'hygiène, sécurité et sûreté afin de s'assurer que l'aménagement et l'utilisation de nos locaux de travail et sites accessibles aux clients respectent les règles de sécurité déterminées par les enjeux et réglementations locales.

Chacun doit veiller à leur appropriation, à leur strict respect et à leur contrôle sur le terrain. En cas d'écart, chacun a également autorité pour intervenir et arrêter une activité en cours, notamment en cas de non-respect de l'une de ces règles.

En 2018, plus de 1600 autodiagnosticst et contrôles liés à la sécurité ont été effectués sur l'intégralité de nos sites.

- Anticipation

Nous mettons à disposition des collaborateurs un site de gestion d'événements Bready.

Bready permet de guider les différents acteurs de l'entreprise en cas d'incident et d'apporter des réponses simples, efficaces et robustes afin de garantir la continuité de nos activités en toute sécurité pour nos clients et collaborateurs.

- Formation

Un plan de formation est actualisé chaque année sur le thème de la sécurité. Au 31 décembre 2018, + de 7000 collaborateurs ont été formés à la sécurité.

Nos équipes sont sensibilisées et formées à la gestion des situations tendues et bénéficient de supports techniques et humains adaptés pour les accompagner dans la gestion des incidents.

83% de nos magasins ont suivi une formation en présentiel sur le risque de vol à main armée.



Indicateur 2018 :

Taux accidents de travail = 0,48

(2017 = 0,46)

Calcul = somme des heures absences Accident travail et trajet // Somme des heures théoriques.

2 - Assurer une qualité de services continue à nos clients grâce à des collaborateurs engagés

C. Fidéliser nos collaborateurs et continuer à attirer de nouveaux talents

C'est grâce aux talents, aux compétences mais aussi à l'engagement et au savoir être de nos collaborateurs que nous pourrons assurer notre mission d'**aider chacun à profiter pleinement du monde connecté**. Fidéliser nos collaborateurs et accueillir et former de nouveaux talents est plus que jamais stratégique.

Chez Boulanger, **nous mettons en place les bonnes conditions pour que chaque collaborateur puisse grandir et faire grandir les autres :**

- **La promotion interne** est un pilier de la culture de l'entreprise. Vecteur d'engagement des collaborateurs, elle permet à chacun de s'épanouir, d'agir en responsabilité et de progresser tout au long de son parcours. En 2018, 100% des nouveaux directrices/directeurs nommés sont issus de la promotion interne.
- Chaque collaborateur est formé tout au long de son parcours et a un accès à la plateforme de formation digitale : **BTalent**. Un plan de formation entreprise est réalisé tous les ans.

Plus que ce que nous faisons, nous aimons partager qui nous sommes. C'est notre culture que nous mettons en avant pour attirer nos futurs collaborateurs. **Le développement d'une culture d'entreprise et le partage de cette culture** sont des éléments essentiels dans le processus de recrutement (sentiment d'appartenance, relation de confiance entre les collaborateurs...).

Pour mieux accueillir nos talents de demain, c'est dès aujourd'hui que nous tissons des relations avec les écoles et les universités.

Chaque année, nous accueillons toujours plus d'étudiants en contrats d'apprentissage ou de professionnalisation.

En 2018, nous avons eu 547 contrats de professionnalisation et 238 contrats d'alternance.

La mise en avant de notre marque employeur sur les réseaux sociaux nous permet une communication adaptée à l'attraction des nouveaux Talents : ce que nous vivons à l'intérieur se transmet à l'extérieur.



Indicateur 2018 : 100% des directrices/directeurs de magasin sont issus de la promotion interne

2 - Assurer une qualité de services continue à nos clients grâce à des collaborateurs engagés

D. Maintenir un climat social positif et progressiste

Dans l'élan de notre vision "Vivons ensemble un monde + soft", nous sommes attachés à cultiver un **dialogue social respectueux et qualitatif**.

Le dialogue social est mené en proximité des équipes fidèlement à notre promesse de marque du "Si bien ensemble". Chaque établissement a son propre Comité d'établissement, son instance de Délégués du Personnel et son CHSCT. Chaque année, nous réalisons 3 réunions d'information et de consultation sur l'évolution générale de l'entreprise au niveau du Comité Central d'Entreprise.

En 2018, toutes les conditions ont été mises en place pour la création à venir des nouvelles instances représentatives du personnel = Comités Sociaux et Économiques d'établissement et Central (CSE)

E. Promouvoir la diversité

Chez Boulanger, la diversité est une des sources de notre performance : la diversité dans toutes ses différences et ses richesses à tous les niveaux de responsabilité, partout sur le territoire.

Nous recrutons autant des personnalités que des compétences, pour chaque ouverture de magasin, nous réalisons depuis 2016 des campagnes de recrutement sans CV. Fort du succès apporté, la méthode se déploie sur l'ensemble des magasins pour les recrutements se déroulant toute l'année.

"Nous avons tous un truc en +"

C'est dans le cadre de cette campagne où nous avons partagé nos singularités avec les personnes en situation de handicap que nous avons sensibilisé 100% de nos collaborateurs. En juin 2018 a eu lieu le premier Diversity Trophy au siège social de l'entreprise. Il a été retransmis via les réseaux sociaux. Cet événement sportif fédérateur, convivial et riche en émotions, a contribué à faire prendre conscience que le handicap est une force qui s'inscrit dans la diversité. Le Diversity trophy 2019 sera étendu sur l'ensemble des régions.



Indicateur 2018 :
6 accords signés avec nos organisations syndicales - En 2017, nous en avions signés 2.



Indicateur 2018 :
5,13 % de nos collaborateurs sont en situation de handicap

3 - Un monde + respectueux de l'environnement

Notre activité et nos produits ont un impact sur l'environnement. Nous nous attachons chaque jour à le réduire. Afin de piloter nos actions au plus près de notre impact, des dispositions ont été prises afin de réaliser en 2019 un bilan carbone (scope 1, 2, 3).

A. Favoriser la collecte et la revalorisation des Déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE)

Les équipements électriques et électroniques (EEE) que nous distribuons contiennent souvent des substances ou composants dangereux pour l'environnement. Parallèlement à cela : ils présentent aussi un fort potentiel de recyclage des matériaux qui les composent (métaux ferreux et non ferreux, métaux rares, verre, plastiques, etc.).

Depuis 2006, BOULANGER agit en faveur de la reprise des produits DEEE en étant notamment actionnaire de l'éco-organisme ESR/ECO-SYSTEMES. L'objectif est de construire et mettre en oeuvre une filière efficiente de collecte de produits DEEE afin d'éviter le détournement et la dépollution sauvage non maîtrisée.

Sur chaque magasin et entrepôt, sont placés des bacs et meubles de collecte pour inciter le client à déposer tous ses produits usagés.

Lors de la livraison d'un nouveau produit à domicile, nous proposons au client la prise en charge de l'équipement électrique ou électronique remplacé. Ces produits sont remis à la filière DEEE pour recyclage ou réemploi. Nous construisons avec ESR/ECO-SYSTEMES une relation durable et pérenne afin d'analyser les volumes, auditer les sites conformes ou non et mettre en place les plans d'action.



Indicateur 2018 : + 18 000 tonnes de DEEE collectées

B. Augmenter la durée de vie des produits vendus

Boulanger met en oeuvre des projets innovants et précurseurs pour améliorer la durée de vie des produits Électroménager & high-tech. :

- Depuis 2007, le projet Boulanger 2nd life démocratise la revente de produits reconditionnés Électroménagers & High-Tech permettant ainsi d'offrir une seconde vie à ces produits (produits issus de rétractation web, location ou réparation) + de 120 000 Produits reconditionnés ont été vendus depuis 2013
- Depuis 2016, la plate-forme HAPPY 3D met à disposition en open-source des pièces détachées imprimables via l'impression 3D, pour augmenter la réparabilité des produits.



Indicateur 2018 :
22000 produits reconditionnés env. vendus on-line

3 - Un monde + respectueux de l'environnement

C. Réduire notre impact environnemental quotidien par une consommation raisonnée des matières premières

Boulanger réduit sa consommation de matières premières sur ses sites en optimisant leurs utilisations et ses processus :

- Depuis 2015, l'entrepôt remplace progressivement l'utilisation des cartons par des bacs plastiques réutilisables pour la préparation des commandes à destination des magasins. Des investissements en bacs et boxes plastiques ont été menés en 2018 afin d'accélérer cette évolution.
- Depuis 2015, les factures des clients sont dématérialisées pour être envoyées par e-mail. Ce fonctionnement est maintenu et croît chaque année. Nous évitons ainsi l'impression de 6 500 000 factures en 2018.
- Depuis novembre 2018, Boulanger a modernisé ses outils de livraison à domicile. Ce qui a permis de supprimer l'impression des bons de livraison. Nous avons pu ainsi réduire nos impressions de 100 000 pages pour cette fin d'année 2018 et 4 millions de pages prévues en réduction sur 2019.

Boulanger maintient ces orientations en 2019 et recherche de nouvelle pistes notamment sur la conception des emballages de nos produits marques propres.

D. Favoriser le recyclage et la valorisation de nos déchets d'exploitation

Afin de faciliter le tri et la gestion des déchets, les sites Boulanger (magasins, entrepôts, plateformes) sont équipés de matériel tels que des bennes, des compacteurs et depuis 2014 de presses verticales. Dans certains cas, des presses pour le polystyrène expansé sont aussi utilisées.

L'ambition de Boulanger est d'améliorer la gestion de ses déchets par :

- Une meilleure connaissance de sa production de déchet.
- Un accroissement du volume trié selon le critère des « 5 flux » (carton, plastique, bois, verre, métaux)
- La recherche des méthodes et des filières les plus adéquates pour le recyclage et la valorisation de ces matières triées.



3 - Un monde + respectueux de l'environnement

E. Minimiser les pollutions liées au transport

Afin de réduire la pollution issue du transport, Boulanger développe les modes de transport alternatifs, veille à l'efficience environnementale de son parc de véhicules et à l'optimisation de ses parcours.

Nos principales actions en faveur des **transport alternatifs** en 2018 sont :

- Plus de 25% de nos livraisons entre entrepôts utilisent le ferromagasinage, l'association du transport ferroviaire et du transport routier.
- 9 camions éco-responsables (fonctionnant au gaz) participent aux livraisons vers les magasins.

L'efficience environnementale se joue à la fois sur l'utilisation **d'un parc camion répondant aux dernières normes environnementales** et de la conduite éco-responsable.

- 78% du parc véhicules poids lourds de nos prestataires approvisionnant les magasins répond aux nouvelles exigences environnementales (EURO 5/SEEEV / EURO6) & 74% des chauffeurs BOULANGER sont formés à l'éco-conduite.
- 77% du parc de véhicules BOULANGER possède une motorisation répondant à minima à la norme environnementale EURO6.

Conscient que les émissions de gaz à effet de serre de sa flotte de véhicule de livraison sont fonction du nombre de kilomètres parcourus, Boulanger a testé au 1er semestre 2018 un logiciel d'optimisation des tournées de livraison à domicile.

Son déploiement est en cours et sera pleinement opérationnel au 2ème trimestre 2019.



Dans le cadre de notre bilan CARBONE qui sera réalisé en 2019 (scope 1,2 et 3), nous focaliserons particulièrement sur l'impact environnemental du transport pour mettre en œuvre des objectifs chiffrés d'amélioration continue.

4 - Un monde + éthique

A. Veiller à l'éthique des conditions d'emploi et de travail chez nos fournisseurs

En tant que **distributeur**, nous responsabilisons nos partenaires en partageant avec eux notre charte éthique qui les engage à respecter ces principes fondamentaux.

Une charte a été mise en place fin 2018. Nous mettons tout en oeuvre pour que tous nos partenaires y adhèrent.

En tant que **fabricant**, nous mettons tout en oeuvre pour concevoir et développer nos produits avec des partenaires industriels dans le respect de notre seuil d'exigences qualités, sociales et environnementales.

Tous nos partenaires industriels doivent se conformer à nos exigences sociales sur :

- **Le travail des enfants**
- **Le travail forcé**
- **Les pratiques disciplinaires abusives**
- **La discrimination**
- **Un environnement de travail sûr et sain**
- **Le respect des heures de travail**
- **Le respect des salaires**

Nous vérifions le respect de ces exigences par le biais d'audits réalisés par des organismes indépendants. Nous accompagnons nos partenaires pour que notre politique s'inscrive dans une démarche continue. Nous cessons toute activité avec les fournisseurs ne souhaitant pas s'améliorer.



Indicateur 2018 :
Audits sociaux de tous les fournisseurs de marques Boulanger : 100% de nos fournisseurs audités

4 - Un monde + éthique

B. Veiller à prévenir la corruption

Avec l'internationalisation et la modernisation de la vie économique, le risque de corruption augmente et peut prendre de multiples formes. Notre métier de distributeur nous amène chaque jour à échanger avec de nombreux partenaires (fournisseurs, sous-traitants, organismes publics, clients ...) La lutte contre la corruption est devenue un enjeu majeur.

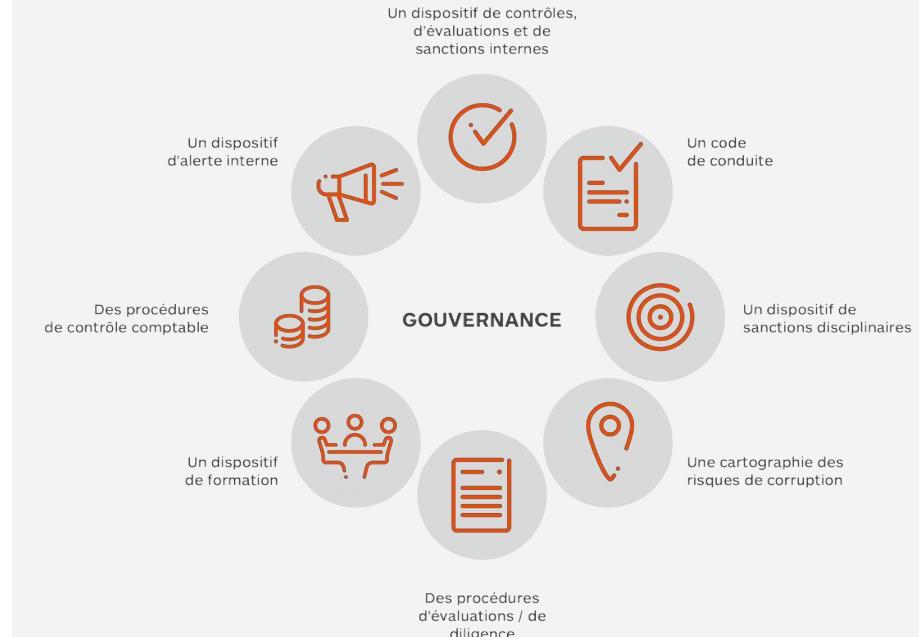
Boulanger veut s'assurer de la transparence dans ses pratiques et s'est doté des moyens nécessaires pour s'assurer de la maîtrise des risques liés à la corruption.

Nos objectifs sont de prévenir, détecter et traiter les faits de corruption sur l'ensemble de la chaîne de l'approvisionnement jusqu'à la distribution. Dans ce contexte, la prévention tient une place très importante.



Indicateur 2018 : 60% de nos collaborateurs formés via le e-learning à la prévention corruption et au processus d'alerte et de contrôle mis en place en septembre 2018

Nos 8 champs d'actions :



La gouvernance

Ce processus est porté par l'ensemble des directions générales de nos principales entités juridiques. Dès 2019, un compliance officer sera nommé afin de s'assurer que les moyens mis en oeuvre sont suffisants, pilotés et maintenus en conditions opérationnelles.

5 - Un monde connecté + sécurisé

Protéger et assurer la confidentialité des données personnelles

Notre monde est de + en + connecté, nous sommes de + en + concernés par la digitalisation, la mobilité, le cross canal, les objets connectés. La protection des données personnelles est devenue un enjeu majeur.

Chez BOULANGER, nous avons une volonté d'exemplarité, de transparence et de bienveillance dans l'acquisition, la sécurité et le traitement des données personnelles de nos clients et de nos collaborateurs .

Nos objectifs

Garantir le respect des principes fondamentaux de la loi sur la protection des données (finalités explicites et déterminées, information préalable, respect du droit des personnes, conservation limitée, pertinence et proportionnalité des données collectées, sécurité technique et contractuelle et organisationnelle des données, confidentialité des données).

Notre Politique

La protection des données personnelles s'inscrit dans une triple démarche d'anticipation, d'amélioration continue et de respect des droits des personnes concernées. Cette triple démarche s'articule sur des actions concrètes et vérifiables.



Indicateur 2018 :
88% des collaborateurs ont passé les formations cnil & sécurité

Anticipation

- Identifier la finalité du traitement en amont des projets
- Définir et respecter les politiques de conservation .
- Mener des analyses d'impacts quand les traitements le nécessitent
- S'assurer que nos contrats contiennent des clauses de protection des données adéquates chez nos sous-traitants et partenaires

Amélioration continue

- De nos dispositifs de lutte contre les codes malveillants
- De nos dispositifs d'alerte et de surveillance
- De nos politiques de confidentialité
- De nos contrôles, formations et cartographie des traitements

Respect des droits des personnes concernées

- Suivi de l'opérabilité des liens de désabonnement aux newsletters
- Formation et sensibilisation des collaborateurs sur le respect des consentements
- Mise à jour régulière du processus de réponses à l'exercice des droits.

Gouvernance

BOULANGER a mis en place une gouvernance autour de la protection des données. Un comité de pilotage sécurité et un comité de pilotage Data Privacy se réunissent toutes les 6 semaines, un reporting spécifique est réalisé auprès du comité audit une fois par an.

Afin de s'assurer que les moyens et actions mis en oeuvre sont suffisants, pilotés et maintenus dans le temps, nous avons désigné un délégué à la protection des données personnelle (DPO) et un responsable sécurité des systèmes (RSSI)

