



DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 2024

ÉDITO

PRÉSENTATION DE United.b

Nos entreprises
Notre modèle d'affaires, notre gouvernance et nos parties prenantes
Les faits marquants 2024
Nos engagements People, Planet, Éthique & Gouvernance

Stratégie ESG United.b :

Analyse des risques et Objectifs du Développement Durable de l'ONU
Le Risk Management chez United.b
Analyse des risques extra-financiers et méthodologie DPEF 2024

ENJEUX ET ACTIONS 2024 :

1- Développer un capital Humain puissant dans un écosystème solidaire et engagé

- 1.1** Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents
- 1.2** Garantir la santé et la sécurité et veiller au bien-être de nos collaborateurs
- 1.3** Renforcer notre engagement solidaire et responsable

2 - Apporter un bénéfice net à l'environnement

- 2.1** S'engager dans une trajectoire climatique *net-zéro*
- 2.2** Développer une plateforme leader de l'économie circulaire au service d'une nouvelle création de valeurs

3 - Enjeu Ethique & Gouvernance : contribuer à un monde + éthique, + sur et + responsable

- 3.1** Garantir une conduite des affaires éthique et responsable
- 3.2** Garantir à nos parties prenantes une gestion des données sécurisée dans le respect de leurs droits et de leurs intérêts
- 3.3** Veiller durablement à la qualité et au respect des pratiques sociales et environnementales sur toute la chaîne de valeur et à la qualité de nos produits

ANNEXES

Correspondance ODD



Erwan PUNELLE
Président United.b

ÉDITO

Nos entreprises évoluent dans un monde à la complexité grandissante, qui s'accélère, et qui repose sur 3 enjeux majeurs à adresser :

- faire face aux enjeux environnementaux et aux limites planétaires,
- apprivoiser l'explosion/la combinaison des technologies nouvelles,
- réinventer la gouvernance mondiale.

Plus que jamais, notre écosystème United.b et nos entreprises doivent intégrer cette complexité et ne tireront leur épingle du jeu qu'en cultivant leur utilité au monde dans la recherche d'une performance durable et de plus en plus responsable.

Les attentes de nos clients - comme celles de nos collaborateurs- vis-à-vis de nos entreprises, s'orientent vers plus de sens, de durabilité, de transparence. Nos modèles d'affaires doivent donc s'adapter.

Chez UNITED.B , nos marques BOULANGER, KRÉFEL, HIFI et ELECTRO DEPOT améliorent le quotidien de leurs clients en rendant accessibles les produits grâce aux solutions qu'elles développent pour mieux répondre à leurs attentes : prise en charge servicielle, pouvoir d'achat, et désormais, durabilité de nos produits (éco-sélection et éco-conception, location, réparation, rachat, collecte, reconditionnement, revente jusqu'au recyclage de nos produits.).

Grâce à nos entreprises oeuvrant dans l'économie circulaire, RECOMMERCE, ENVIRONNEMENT RECYCLING, RECYCLEA et RECONOMIA, nous avons pris une longueur d'avance en matière de durabilité : filières de rachat, de revente et de reconditionnement. Nous devons encore accélérer pour augmenter l'impact de ces entreprises.

C'est d'ailleurs à travers les synergies entre les différentes entreprises de notre écosystème United.b que nous pourrions poursuivre sur notre lancée et renforcer nos stratégies circulaires pour un retail plus puissant et en avance sur son marché, tout en permettant la croissance et le développement de ces entreprises nativement circulaires.

Toutes nos entreprises travaillent par ailleurs leur sobriété énergétique et leur impact environnemental pour faire face aux limites planétaires, comme sur l'émission de carbone ou encore la biodiversité.

L'enjeu humain est au coeur de nos attentions. Toutes nos équipes sont mobilisées autour de cet enjeu : sécurité des collaborateurs et des clients, diversité et inclusion dans nos équipes, formation et développement de chacun, partage (de l'avoir, du savoir et du pouvoir).

Nous sommes fiers aujourd'hui de pouvoir permettre à nos 14 000 collaborateurs de participer à ce projet de sens avant tout humain et collectif, pour, ensemble, développer notre performance sociale, économique et environnementale.

Erwan PUNELLE
Président de United.b



NOS ENTREPRISES

Histoire du Groupe



01. Boulanger France



C'est en **1954** que les deux frères **artisans-commerçants** Gustave et Bernard Boulanger créent la société Boulanger Frères et ouvrent leur premier magasin d'électroménager à Lille. Ils prennent ainsi le relais du Salon des Arts Ménagers en France et proposent aux clients de découvrir, de s'appropriier et d'acquérir les nouvelles technologies pour simplifier, moderniser et améliorer la vie au quotidien.

La prise de contrôle de la société par HTM (aujourd'hui United.b) en 1986 a ouvert la voie au développement national. Depuis les années 2000, Boulanger développe son écosystème par la création de filiales : **Boulanger Customer Care**, **B'dom** (Formation à domicile), **Boulanger Location**, **Solvarea**, par la conception de produits en marques propres et de nouveaux services comme Allo Boulanger (vente à distance) et nos Drives, servant notre stratégie d'omnicanalté.

BOULANGER est aujourd'hui le spécialiste des équipements de la maison en électroménager et multimédia. Notre offre de 25 000 références regroupe les indispensables du quotidien.

En **2024**, Boulanger, qui **fête ses 70 ans**, a continué son expansion à travers **l'ouverture de 8 magasins et 12 transferts ou remodelings**. Cette année est également celle de la montée en puissance de notre stratégie autour de la circularité avec notamment des **parcours rachat omnicanaux**, salués par les clients et la profession (Trophée LSA Innovation).

Boulanger, à travers les équipes de **Boulanger Customer Care** s'est vu remettre pour la **troisième année consécutive le trophée Elu Service Client de l'Année** dans la catégorie distribution de produits électroménager.

Boulanger en chiffres

9000 collaborateurs engagés !

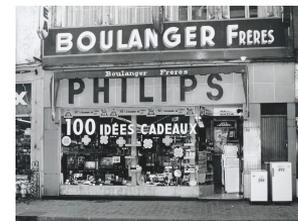
Partout en France, dont plus de 2 100 conseillers service client, en magasin ou à distance ; et plus de 800 réparateurs, en magasin, à distance, ou à domicile

25 000 références

Sur [boulanger.com](https://www.boulanger.com)

221 magasins

174 magasins intégrés
47 magasins franchisés



"Boulanger fait mieux que vendre, il rend service"



02. Electro Depot Group

ELECTRO DÉPÔT est l'enseigne LOW COST de la plateforme United.b.

2024 est une année riche et chargée de symboles pour ELECTRO DÉPÔT :

- Ouverture de nos **100ème** (St Brieuc) et 101ème (Bourges) dépôts en France, en octobre, **20 ans** après le lancement du premier dépôt (Bruy-la-Buissière) ; et ouverture du **14ème** dépôt belge (Chatelineau).

- **Travail collaboratif (400 collaborateurs mobilisés)** pour écrire la **VISION 2035** et engager l'enseigne autour de sa raison d'être ("Vivre mieux, consommer juste. Ensemble, réinventons l'Essentiel").

- mais aussi, un événement plus grave : les **dégâts causés par les inondations** qui ont ravagé la région de Valence (Espagne) et entraîné la fermeture temporaire de notre dépôt d'Alfagar. Pas de victime heureusement à déplorer parmi nos équipes et leurs proches !

Depuis 20 ans, notre développement repose sur un concept doublement novateur, à la fois en termes de distribution, mais aussi sur le volet humain. Notre politique humaine et notre gestion des équipes font en effet figure d'exception dans le monde du Low Cost.

Véritable alternative à la distribution classique, ELECTRO DEPOT couvre tous les besoins d'équipement des ménages (électroménager, multimédia) et s'adresse à tous ceux qui veulent **acheter utile, simple, malin et pas cher**.

Situés en périphérie des grandes agglomérations, nos dépôts s'étendent sur des surfaces moyennes de 1.500 m2 et jouent la carte de la simplicité. Pas de décoration superflue, **la priorité est donnée aux produits et aux prix**. Les produits sont présentés sur palettes, en conditionnement et cartons d'origine.

Ils sont majoritairement neufs mais une **offre de plus en plus large de produits reconditionnés est désormais accessible en dépôts comme sur nos sites web**.



2 300
Collaborateurs



3 pays
France / Belgique / Espagne



120 magasins
& 3 sites web

03. Environnement Recycling



En **2004**, Emmanuel Petit et Jérôme Auclair créent Environnement Recycling dans le bassin de Montluçon ; dans le but de répondre aux enjeux du **recyclage** des **Déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE)**. Deux ans plus tard, l'arrivée de la contrainte législative et les appels d'offre de la filière REP (Responsabilité Elargie des Producteurs) leur donnent l'opportunité de créer des emplois toujours sur le territoire montluçonnais, autour des activités de **collecte** et de **regroupement** des DEEE.

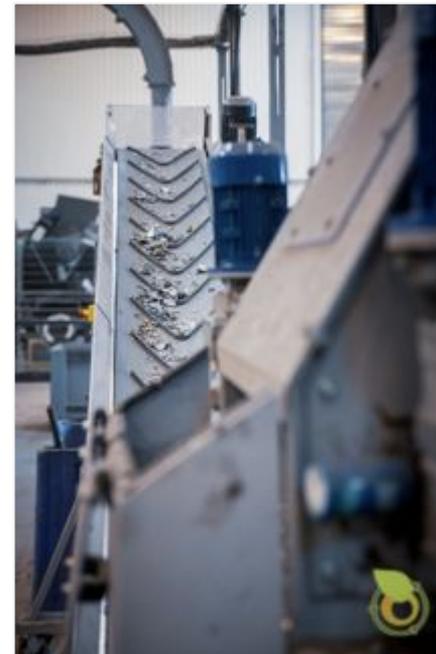
C'est dans ce contexte que Sébastien Raynaud les rejoint pour créer **E.V.E (Environnement Valorisation Emploi), première entreprise d'insertion de la région Auvergne Rhône-Alpes**. Elle contribue aujourd'hui à mettre en parcours d'insertion plus de 150 collaborateurs par an.

En 2010, le groupe déménage et s'installe à Domérat (limitrophe à Montluçon) dans une usine construite pour développer le traitement des DEEE. Les filiales Environnement Logistique et Recyclea (Entreprise Adaptée) viendront compléter le groupe par la suite.

Le Groupe Environnement Recycling suit trois objectifs principaux : la transformation du déchet en matière première secondaire en innovant par la R&D, le réemploi afin de contribuer à une économie circulaire, le tout en développant des emplois inclusifs sur son territoire.

Environnement Recycling rejoint le groupe **United-b en 2023**, identifié comme la dernière étape-clé de sa **vision stratégique à long terme : contribuer à réintroduire la matière issue du recyclage de produits EEE dans la fabrication de nouveaux produits EEE.**

En **2024**, pour les **20 ans de l'entreprise**, l'entreprise innove encore en mettant en place le **sur-tri des plastiques par Triboélectricité** ; afin de proposer à ses clients une matière recyclée de qualité, en véritable alternative des résines vierges issues du pétrole.





04. Hifi International

Actif au Grand-Duché de Luxembourg depuis **1975**, HiFi international est présent sur tout le territoire avec 9 magasins, dont 1 shop in shop (Auchan). En 2012, HiFi international est racheté par Krêfel et intègre, de fait, en **2019 United.b** lors du rachat de Krêfel.

Avec un chiffre d'affaires de **65 millions d'euros et une part de marché de 46 %**, HiFi international est un acteur majeur du secteur. L'enseigne compte 171 collaborateurs engagés pour offrir le meilleur service à ses 136 000 clients actifs. Chaque année, HiFi international enregistre 1,3 million de visites en magasin et 2,8 millions de visites sur son site e-commerce hifi.lu.

HiFi international propose une large offre en électroménager, multimédia, TV et télécom, aussi bien en magasin que sur hifi.lu. L'omnicanalité est au cœur de sa stratégie, avec **18 % du chiffre d'affaires réalisé en digital** et 32 % des ventes effectuées en click & collect.

HiFi international, qui fêtera ses 50 ans en 2025, a construit une relation de confiance avec ses clients à travers notamment son offre de services.





05. Kréfel

Kréfel est créée en 1958 par Auguste Marcel Poulet, qui souhaite offrir un prix, un service et une qualité sans concurrence dans le domaine, encore peu développé, de l'électroménager.

Au fil du temps, les gammes de produits et le choix se sont élargis. Les premiers points de vente Kréfel d'à peine 60m² ont fait place au fur et à mesure des années, à un maillage de plus de 70 magasins de 800 à plus de 3.000m².

Depuis toutes ces années, notre monde a changé et continue d'évoluer. Kréfel s'est donné comme mission d'accompagner au quotidien ses clients dans ces changements. À travers nos produits, nos conseils et nos services, nous leur rendons ce monde qui change plus facile, accessible et durable.

Les équipes de Kréfel ont rejoint United.b depuis 2019, ce qui a marqué une étape importante dans la croissance de l'entreprise, qui a conservé tout son ADN belge d'origine.



07. Reconomia



RECONOMIA est un **tiers de confiance** qui permet à des reconditionneurs partout en France de disposer de produits hors d'usage.

Une fois reconditionnés, Reconomia orchestre la revente de ces produits auprès de distributeurs **tout en assurant leur traçabilité** afin de garantir aux consommateurs une qualité et une origine certifiées.

En jouant un rôle central dans l'orchestration des flux de produits hors d'usage, **Reconomia apporte le chaînon manquant entre les industriels, les éco-organismes, les distributeurs et les reconditionneurs pour créer un écosystème solide et fiable.**

Notre raison d'être : redonner vie au maximum de produit tout en redynamisant les territoires.

Notre startup organise son activité autour de 4 engagements :

- **Revaloriser le local**
- **Innover au service de l'environnement**
- **Respecter l'humain**
- **Garantir une approche qualitative**

3 missions :

- **Mission économique** : La filière participe à une (ré)industrialisation verte
- **Mission sociale** : Vecteur d'emplois techniques et non délocalisables dans tous les territoires, l'économie circulaire permet aussi de proposer des biens d'équipement à tous les budgets
- **Mission environnementale** : La stratégie bas carbone impose un changement drastique de nos comportements. 30 % des DEEE pourraient être réemployés ou réutilisés pour pièces détachées.



08. Recyclea



En **2010**, Groupe Environnement Recycling et S.C.C., un des leaders européens de la location d'équipements IT aux grandes entreprises, créent, en joint-venture, Recyclea. Objectif : assurer le **réemploi des équipements électroniques et informatiques** !

Recyclea procède à l'effacement des données des matériels qui lui sont confiés, au reconditionnement voire à la réparation de ces matériels, afin de leur assurer un nouveau cycle d'utilisation. Environ **80% des matériels confiés sont effectivement ré-employés**, soit l'un des meilleurs taux de la profession. En 2024, c'est près de 250 000 produits qui auront été traités.

Recyclea a par ailleurs développé une activité "**Centre de Service**" (Call Center), basée à Montluçon, pour assurer des prestations de service informatique de dépannage à distance de niveaux 2 et 3 ; pour de grands acteurs privés (ex : hôtellerie) ou publics (ex : collectivités locales).

Recyclea, qui emploie environ 180 personnes, est un acteur clef du monde de **l'Entreprise Adaptée (E.A.) : plus de la moitié des collaborateurs sont en situation de handicap.**

En **2024**, Recyclea, jusque là co-détenue par Groupe Environnement Recycling et S.C.C. , rejoint à 100% Groupe Environnement Recycling et donc **United b**, pour écrire une nouvelle page de son histoire en développant, notamment, de **nouvelles synergies.**

A decorative graphic consisting of a network of interconnected nodes and lines, rendered in a light green color, is positioned on the left side of the slide. The nodes are of varying sizes and are connected by thin lines, creating a complex, web-like structure that extends across the left edge of the frame.

NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES, NOTRE GOUVERNANCE ET NOS PARTIES PRENANTES

- 13 790 collaborateurs
- 421 points de contact physiques

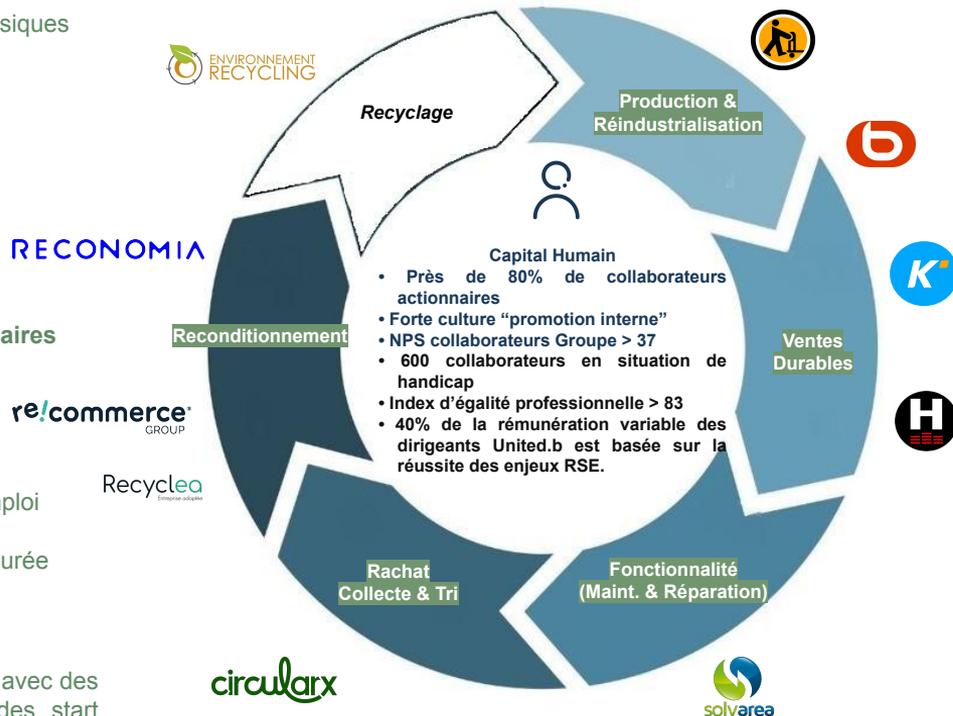
• 390 000 m² d'entrepôts

- 10 marques propres
- + de 300 industriels partenaires

Nos services spécialisés : **re!commerce**^{GROUP}

- Centres d'appel
- Réparation
- Reconditionnement / Réemploi
- Recyclage
- Location courte et longue durée
- Installation à domicile

Des relations de proximité avec des marques, des industriels, des start ups, des écoles, des entreprises de l'Économie Sociale et Solidaire, des éco-organismes, ...



Capital technologique & data

- Base **35 millions de clients**
- Présence **omnicanales** sur tous nos territoires
- 380 millions **visites** Web



Capital environnemental

- env. **80.000 tonnes DEEE** collectées
- 1 million de **réparations**
- 200 réparateurs locaux **partenaires** avec Reconomia
- 100 % de nos émissions directes significatives de CO² **séquestrées**



Capital social

- Un engagement sociétal au travers de **partenariats solidaires forts** (Membre actif des Entreprises s'Engagent, à chacun son Everest, ...)
- Une **Fondation Boulanger** et un **Fonds d'Impact** "by Electro Depot"
- Un maillage solidaire avec un déploiement de nos **associations sur l'ensemble du territoire**
- **949 ordinateurs offerts** aux étudiants
- Création du **parcours Ulead**
- Intégration **Recyclea - entreprise adaptée**



Capital économique

Des **performances** permettant :

- un **partage** de l'avoir aux collaborateurs actionnaires (depuis 1995),
- 85 M€ d'**investissements** opérationnels (2024),
- 13 **ouvertures** de magasins (2024), ...



Organisation et Gouvernance

United.b a placé l'amélioration des conditions de vie au cœur du développement de ses activités et de la transformation de ses entreprises.

Nous considérons ainsi que les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), doivent être pilotés de manière collégiale par les directions qui portent ces différents enjeux dont la mission est de structurer les stratégies de chaque activité, d'en piloter le déploiement mais aussi par les comités stratégiques et techniques mandatés par le Conseil d'administration de United.b.

Des Comités missionnés par le Conseil d'Administration :

Comité Audit et Financier

Il a pour mission de :

- veiller à la qualité et à l'intégrité de l'information financière (pratiques de gestion saines et prudentes) et à la bonne gestion des risques,
- émettre des avis et recommandations sur :
 - les politiques, les pratiques et les procédures en matière de comptabilité et d'information financière,
 - les processus et les pratiques en matière de gestion des risques d'entreprise, la trésorerie, la fiscalité, la stratégie financière.
- apprécier le contrôle interne, de challenger la cartographie des risques, de valider le plan d'audit interne, de suivre la mise en place de la compliance et du système remontée des alertes.

Ce comité s'est réuni à 6 reprises en 2024

Comité Humain & Rémunération

Il a pour mission de :

- émettre des propositions et recommandations de politique Humaine et Rémunération,
- s'assurer des principes du Partage de l'Avoir, du Savoir, du Pouvoir, du Sens et des Valeurs,
- challenger et émettre un avis sur les stratégies de développements des Talents,
- étudier les Scénarios de remplacement,
- valider les politiques de Mobilité Interne et internationale,
- challenger et suivre les KPI sur la sécurité des personnes : fréquence et gravité,
- impulser les politiques : Inclusion, Égalité des chances.

Ce comité s'est réuni à 3 reprises en 2024



Comité Planet

Mis en place en 2021, il a pour mission de :

- émettre un avis éclairé sur l'ambition,
- s'assurer de la convergence des intérêts (notion de faisabilité),
- challenger les KPI (pertinence, complétude, maturité),
- s'assurer de la gouvernance adéquate des enjeux environnementaux dans chaque entreprise ; et émettre un avis sur les communications et prises de position des enseignes,
- valider le plan d'audit en matière d'environnement & recevoir la synthèse des travaux.

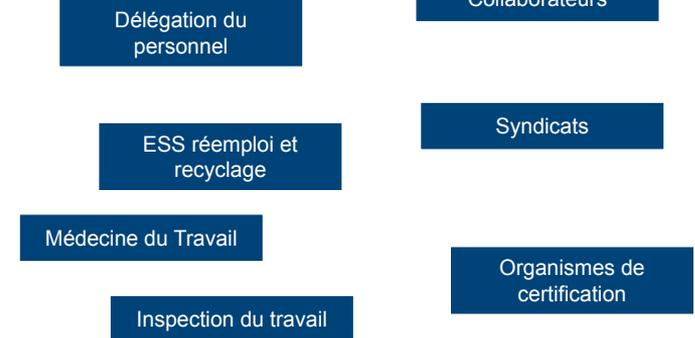
Ce comité s'est réuni à 3 reprises en 2024.



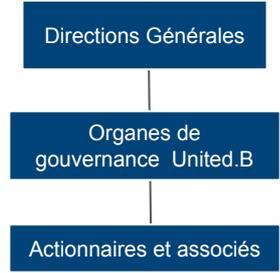
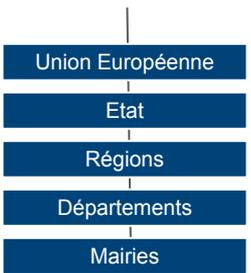
Nos Parties prenantes



SPHÈRE SOCIALE



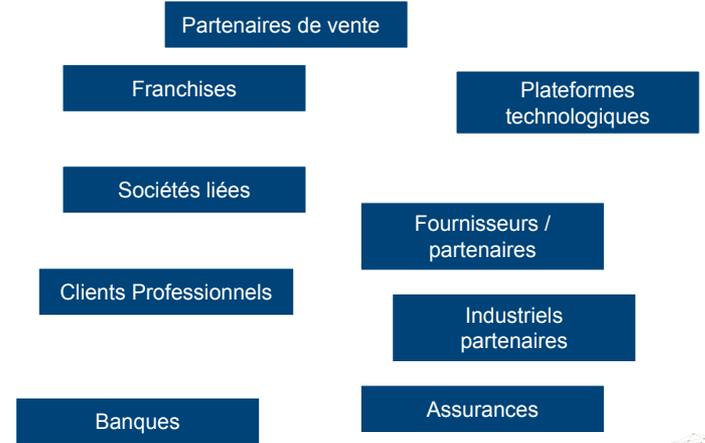
SPHÈRE PUBLIQUE



SPHÈRE PROFESSIONNELLE



SPHÈRE ÉCONOMIQUE





LES FAITS MARQUANTS 2024

FAITS MARQUANTS

2024



**70 ans
BOULANGER
& 20 ans
ELECTRO
DEPOT**



**20 ans
ENV. RECYCLING
& 15 ans
RECOMMERCE**



**Structuration
Rachat,
Collecte, Tri**

Planet (2.2.6)



**Mise à l'échelle
Reconditionne-
-ment**

Planet (2.2.8)



**Intégration
Recyclea**

Planet (2.2.8)



**Formation des
collaborateurs
exposés**

Gouvernance (3.1)



**Fond d'Impact
by ELECTRO
DEPOT**

People (1.3)



**Première
Promotion
Ulead**

People (1.1)





NOS ENGAGEMENTS PEOPLE, PLANET, ÉTHIQUE & GOUVERNANCE

**L'ENJEU
PEOPLE**

**ATTRACTIVITÉ
RÉVÉLER NOS TALENTS**

Détecter, développer,
révéler et fidéliser nos
Talents

**PRÉVENTION ET BIEN
ÊTRE**

Garantir la santé et
la sécurité et le
bien-être au travail

**ENGAGÉS ET
SOLIDAIRES**

Renforcer notre
engagement solidaire et
responsable

**L'ENJEU
PLANET**

**PERFORMANCE
CLIMAT**

Contribuer à l'objectif
planétaire de neutralité
carbone d'ici 2050

**RÉDUCTION DE NOS
ÉMISSIONS**

Accélérer nos efforts de
sobriété sur notre périmètre
d'exploitation

**ÉCONOMIE
CIRCULAIRE**

Développer une
plateforme leader de l'
économie circulaire au
service d'une nouvelle
création de valeur

**L'ENJEU
ÉTHIQUE
&
GOUVERNANCE**

**GOUVERNANCE
ÉTHIQUE**

Garantir une conduite
des affaires éthique
et responsable

**GOUVERNANCE
SÉCURISÉE**

Garantir à nos parties
prenantes une gestion des
données sécurisée dans le
respect de leurs droits et de
leurs intérêts

**GOUVERNANCE
RESPONSABLE**

Veiller durablement à
la qualité et au respect
des pratiques sociales
et environnementales
sur toute la chaîne de
valeur et à la qualité
de nos produits



NOTRE STRATÉGIE ESG

Conformément à l'ordonnance n° 2017-1180 du 19 juillet 2017 relative à la publication d'informations non financières par certaines entreprises et certains grands groupes d'entreprises, **la Déclaration de Performance Extra-Financière** vise à présenter les mesures mises en place au sein de United.b pour identifier les risques et les atténuer.

Les risques identifiés sont susceptibles d'engendrer des événements ou des situations qui peuvent affecter les différents capitaux humain, social, environnemental, technologique et économique de notre modèle d'affaires (présenté page 17). Nous mettons donc en œuvre une organisation et des actions pour identifier, prévenir, anticiper, gérer et maîtriser ces risques potentiels. L'analyse de nos risques extra-financiers nous aide à définir les priorités de nos stratégies People, Planet, Éthique & Gouvernance.

Notre analyse des risques est croisée avec les Objectifs de développement durable de l'ONU.

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 (ODD)**. Ces objectifs constituent une opportunité unique de construire un monde meilleur, plus inclusif et plus 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. Vous trouverez en annexe la correspondance de nos risques et indicateurs avec l'ensemble de ces ODD.



UNDP



Le Risk management chez United.b



Pour United.b, un risque est un événement potentiel pouvant empêcher l'atteinte des objectifs courts, moyens et longs termes du Groupe avec des impacts financiers, opérationnels, de non conformité ou de réputation.

United.b identifie ses risques par le biais de **cartographies des risques spécifiques** (cyber sécurité, anti-corruption, sécurité, vigilance, protection des données personnelles).

La consolidation de ces cartographies associée à une démarche d'identification et d'évaluation des risques globaux par les managers de toutes les entités du Groupe constitue la **cartographie des risques majeurs du Groupe**.

L'analyse de ces risques est conduite sous l'angle des risques et des opportunités. Les managers définissent également les plans d'actions associés pour traiter les risques.

La mise en place de **politiques d'assurance**, revues régulièrement, permet d'optimiser notre couverture pour les risques les plus importants (ex risque cyber).

Les **risques extra-financiers** sont identifiés également dans cette cartographie.

La cartographie des risques du Groupe est réalisée tous les 2 ans. Elle a été actualisée en 2023. Elle est validée par les Dirigeants et le Comité Audit & Financier.

Le Risk management chez United.b

En complément de la cartographie des risques du Groupe (**Top-Down**), le dispositif de gestion des risques United.b met en place un dispositif de contrôle interne (**Bottom-up**) au sein des différentes entités.

Le Groupe réalise aussi des **audits internes** réguliers dans toutes les entités, permettant d'évaluer et de renforcer l'efficacité de ses dispositifs de gestion des risques. Le **plan d'audit** est défini en fonction de la cartographie des risques et du niveau d'assurance apporté par le contrôle interne. Il est validé annuellement par le Comité d'audit.

Les rapports et l'avancement de la mise en place des plans d'actions suite aux recommandations sont présentés lors des Comités Audit.

Cette combinaison des 3 lignes de défense permet d'évaluer et d'améliorer les dispositifs de contrôle interne associés, afin de réduire notre exposition aux risques.

Depuis 2022, l'audit United.b renforce la coordination entre les équipes d'audit des BU et assure une vision et un traitement transversal des risques.



Analyse des risques extra-financiers & méthodologie DPEF 2024

Identification et gestion des risques extra-financiers :

Sur la base des thématiques Grenelle 2 et des thématiques de l'article L 225 -102-1 du code de commerce, dans la cartographie des risques du Groupe, United.b a identifié les risques auxquels les activités des différentes entités l'exposent. Les risques identifiés sont en lien avec les aspects sociaux, sociétaux, environnementaux et éthiques et leur analyse prend en compte les différentes crises exogènes (ex Covid, Ukraine).

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 des risques de United.b, car ne faisant pas parties des principaux risques. 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 ; une alimentation responsable, équitable et durable ; actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves.

Autres risques considérés :

United.b porte une attention particulière aux risques liés à la divulgation, perte ou modification inappropriée de données personnelles de ses client-es et collaborateur-rices, en se conformant notamment au respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et en portant une attention particulière aux risques liés à la cybersécurité.

Méthodologie de réalisation de la DPEF :

Pour établir la DPEF United.b, les principaux risques et enjeux ont été identifiés par les différentes Directions (Planet, People, Corporate, Audit, Financières et des Risques) accompagnés par les équipes de la Performance pour le suivi et l'harmonisation des KPI'S ainsi que le suivi de leurs trajectoires. Ne sont pas développés dans la DPEF la thématique relatives aux actions visant à "promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves."

Le périmètre pris en compte pour la déclaration de performance extra-financière 2024 comprend l'ensemble de nos filiales sur cette année civile.



ENJEUX ET ACTIONS 2024



ENJEU PEOPLE :
**Développer un capital Humain
puissant dans un écosystème
solidaire et engagé**



Les Talents : pilier essentiel de notre écosystème

En cultivant un environnement de travail attractif où l'engagement et l'épanouissement sont essentiels, nous favorisons une culture d'entreprise dynamique et inspirante.

Notre objectif : renforcer notre attractivité, développer les talents de chacun et fidéliser nos collaborateurs en leur offrant des perspectives d'évolution enrichissantes et un cadre de travail épanouissant.





Les Talents : Pilier Essentiel de Notre Écosystème

Dans un monde du travail en constante mutation, les talents représentent la ressource la plus précieuse de notre écosystème. Chaque année, l'émergence de nouveaux métiers et l'évolution rapide des compétences imposent aux entreprises d'adopter une approche agile pour recruter, former et fidéliser leurs collaborateurs. La rétention des talents devient ainsi un enjeu stratégique, déterminant pour la pérennité et la performance de nos organisations.



Conscient de ces défis, United.b déploie des initiatives visant à renforcer la détection, l'accompagnement et la montée en compétences de ses collaborateurs, en mettant un accent particulier sur les expertises rares et les compétences métier essentielles. Cet engagement se traduit par des actions concrètes en faveur de l'inclusion, de la mobilité et du développement professionnel, tout en garantissant un cadre de travail sain et sécurisé.



Par ailleurs, l'évolution des attentes des salariés – en quête de sens, d'équilibre entre vie professionnelle et personnelle, et de flexibilité – oblige les entreprises à repenser leur modèle managérial et leur marque employeur. Le contexte économique actuel, marqué par l'inflation et un marché du travail tendu, accentue encore ces enjeux, rendant l'attractivité et l'engagement des collaborateurs plus essentiels que jamais.



Face à ces transformations, United.b s'investit pour bâtir un environnement de travail stimulant, inclusif et porteur de sens. Nous offrons à nos talents l'opportunité de s'épanouir tout en contribuant à la réussite collective.

Parce que des collaborateurs engagés sont la clé d'une entreprise performante et résiliente, nous faisons de leur développement et de leur réussite une priorité.



1. Développer un capital humain puissant dans un écosystème solidaire et engagé

1.1 Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

1.1.1 Développer l'attractivité de nos entreprises et fidéliser nos Talents

1.1.2 Développer les compétences, pour préparer à l'évolution des métiers et capitaliser sur nos Talents

1.2 Garantir la santé et la sécurité et veiller au bien-être de nos collaborateurs

1.2.1 Poursuivre et renforcer la prévention des risques

1.2.2 Améliorer les conditions de travail en favorisant le bien-être de nos Talents

1.3 Renforcer notre engagement solidaire et responsable

1.3.1 Promouvoir notre démarche sociétale à impact positif

1.3.2 Ensemble, engagés et solidaires pour tous

1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

1.1.1 Développer l'attractivité de nos entreprises et fidéliser nos talents

Marque employeur et développement des talents : un enjeu stratégique

Attirer et fidéliser les talents est aujourd'hui un défi majeur pour les entreprises, confrontées à des attentes en profonde mutation. Dans un contexte économique incertain, les collaborateurs recherchent avant tout du sens, des valeurs partagées et un équilibre entre vie professionnelle et personnelle, avec une flexibilité accrue dans leur organisation de travail. Parallèlement, la pénurie de talents et l'évolution rapide des métiers renforcent la complexité du recrutement et de la rétention des compétences clés, particulièrement sur les métiers d'avenir.

Face à ces enjeux, nous plaçons **l'attractivité de notre marque employeur** au cœur de notre stratégie afin d'attirer et de fidéliser les meilleurs profils. Notre engagement repose sur la valorisation de nos métiers, en mettant en lumière les hommes et les femmes qui les exercent avec passion et expertise. Il nous paraît essentiel de redonner de l'attractivité aux professions techniques et d'accompagner la montée en compétences.

Chez **United.b**, l'humain et le développement de nos talents sont au centre de notre performance durable.

Nous déployons des actions concrètes pour offrir des parcours professionnels enrichissants, **favoriser l'évolution interne et renforcer l'engagement** de nos collaborateurs. Dans chaque pays où nous sommes implantés, nous poursuivons cette dynamique en mettant en place des initiatives dédiées au développement des talents, à l'inclusion et à la fidélisation sur le long terme. Parce qu'un écosystème performant repose avant tout sur des équipes motivées et épanouies, nous faisons de notre transformation une opportunité de croissance pour chacun.

1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

Marque employeur au service de l'attractivité de nos enseignes

L'attractivité, la rétention et l'engagement des collaborateurs sont des leviers stratégiques pour assurer la réussite et la pérennité de notre écosystème. Dans un marché de l'emploi de plus en plus compétitif, il est essentiel pour nos enseignes de renforcer leur visibilité en mettant en avant leurs valeurs, leur engagement et les avantages qu'elles offrent à leurs collaborateurs.

C'est pourquoi nous nous engageons activement à développer et promouvoir notre marque employeur, afin d'attirer de nouveaux talents et profils tout en accélérant notre transformation. L'ensemble de nos enseignes investit dans cette dynamique en valorisant leurs métiers, en proposant des parcours de carrière attractifs et en créant un environnement de travail épanouissant.

Ces actions concrètes permettent non seulement de répondre aux défis actuels du recrutement, mais aussi de fidéliser nos collaborateurs en leur offrant des perspectives d'évolution stimulantes et porteuses de sens.

Grâce à l'ensemble de ses actions, ELECTRO DEPOT a obtenu, en 2024, la 2ème place du classement dans la catégorie des entreprises de 1 000 à 2 500 salariés.

ELECTRO DEPOT a également été nommé parmi les enseignes les plus attractives de France en 2024 dans la catégorie Culture, Loisirs, Électroménager, lors du Bonial Day.

Le compte TikTok ELECTRO DEPOT a également été sélectionné aux TikTok Ad Awards dans la catégorie Greatest Creative ! Cette sélection célèbre la créativité, l'agilité et l'innovation qui animent nos équipes au quotidien.

BOULANGER a quant à elle été élue N°1 meilleur employeur du commerce de détail - CAPITAL ; et Boulanger Customer Care élue service client de l'année pour la 3ème année consécutive.

RECONOMIA avec HI-FI, ELECTRO DEPOT, BOULANGER, AUCHAN et ONEY, ont été sélectionnées parmi les finalistes des victoires de la Collaboration AFM 2024 - l'événement qui récompense les projets collaboratifs qui font bouger l'AFM !

RECYCLEA, entreprise engagée qui donne une seconde vie aux équipements informatiques, tout en intégrant des personnes en situation de handicap dans ses équipes, s'est engagé en tant que sponsor pour le Rallye Aïcha des Gazelles qui se déroulera en 2025.

1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents



2025

PALMARÈS FRANCE **Capital**

MEILLEURS EMPLOYEURS

“ Commerce de détail ”

avec **statista**



1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

L'actionnariat salarié : un levier de fidélisation et d'engagement

Fidéliser nos collaborateurs passe par une implication concrète dans la vie et la réussite de l'entreprise.

L'**actionnariat salarié** est un levier puissant qui renforce le **sentiment d'appartenance** à notre écosystème en permettant à chacun de devenir acteur du projet collectif. En leur offrant l'opportunité de détenir une part du FCPE Ub Invest, nous favorisons non seulement leur engagement, mais aussi une culture d'entreprise fondée sur la confiance, la responsabilité et la création de valeur partagée.

La Gazette des PART'enaïres à destination de l'ensemble des collaborateurs est un vecteur d'information et une invitation à prendre "PART" à notre FCPE Ub Invest.

Ce modèle d'actionnariat contribue à aligner les intérêts et à créer une communauté d'intérêt entre les collaborateurs, l'entreprise et les actionnaires, en impliquant chacun directement dans sa croissance et sa pérennité. En développant l'actionnariat pour l'ensemble de nos entreprises, nous créons un lien fort entre l'individu et l'organisation, renforçant ainsi la motivation, la fidélisation et l'implication de chacun dans notre dynamique de transformation.



Antoine LECOCQ
Président du Conseil
de surveillance FCPE
Ub.invest

Depuis 30 ans nous avons la volonté d'associer les équipes à la création de la valeur, d'inviter chacun et chacune d'entre nous, salariés des entreprises, à devenir porteur de parts.

Grâce à cela, nous sommes tous à la fois acteurs et associés.

Etre CO-ENTREPRENEUR c'est pouvoir s'impliquer, s'engager, partager la même volonté de permettre à nos enseignes de se développer, de réussir, et de performer !

Notre actionnariat, nos politiques de partage nous définissent et définissent nos entreprises. Le partage est socle dans la stabilité et la durabilité de nos modèles.

Le collectif, l'entraide, le partage sont ces repères solides que nous devons maintenir Durablement !

L' élan commun que nous partageons depuis 30 ans c'est ENTREPRENDRE ENSEMBLE !

C'est l'enjeu et le défi à relever ENSEMBLE !



Indicateur : % collaborateurs actionnaires de United.b Invest (consolidé United.b)

2024 : 79%

2023 : 84%

Objectif 2025 : retrouver le niveau de 2023

1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

1.1.2 Développer les compétences, pour préparer à l'évolution des métiers et capitaliser sur nos talents

Une mobilité structurée et une formation engagée pour le développement des talents

Chez **United.b**, nous plaçons l'accompagnement des collaborateurs au cœur de notre stratégie. Notre ambition est d'accompagner l'évolution des organisations et des métiers en construisant un partenariat solide avec les managers et l'ensemble des équipes. L'onboarding et la formation jouent un rôle essentiel dans cette dynamique, en permettant à chaque collaborateur de s'intégrer pleinement et de monter en compétences rapidement. Le développement des talents crée de la valeur aussi bien pour nos collaborateurs que pour l'entreprise.

C'est pourquoi nous avons poursuivi :

1. les développements de notre SIRH commun **My Talent** qui permet à l'ensemble de nos entreprises de bénéficier d'un SIRH commun dans lequel l'ensemble des entretiens EAA/EPP sont réalisés et qui permet d'assurer un suivi de nos talents mais aussi de proposer une mobilité sans couture. L'ensemble des entreprises de notre écosystème prévoit ainsi un calendrier/rythme permettant de suivre nos collaborateurs.

Par exemple chez ED la politique Talent permet d'avoir un accompagnement collaborateur tout au long de l'année :

-Les Entretiens Annuels d'évaluation et les Entretiens de Projet Professionnels (EAP/EPP) : 1er trimestre

-People Review : Avril et Mai

-Entretiens RH : au fil de l'eau

-Tests et Assessments (+ debrief manager/collaborateur/RH avec établissement plan de développement en lien avec le projet pro).

De même, en 2024 un référentiel commun a été harmonisé et déployé (brique performance de notre SIRH) pour l'ensemble de nos enseignes permettant une meilleur détection et suivi des Talents.

2. des parcours de formation adaptés aux besoins spécifiques de nos équipes : académies, pépinières, The School, et plus récemment, le lancement du premier parcours Ulead de l'Academy Ub. Ce dispositif permet à United.b de renforcer son expertise tout en conservant son agilité.

Chez Recommerce, déploiement du nouveau programme Learning Together : nouveau programme visant à favoriser la mobilité interne et le développement des compétences des collaborateurs en leur offrant 3 possibilités d'apprentissage de l'anglais :

- Un programme d'expatriation de 1 à 4 ans dans les bureaux à l'étranger
- Un programme d'immersion linguistique de 1 à 2 mois à Dublin ;
- Un programme de formation en ligne avec des sessions organisées avec un professeur particulier.

Des initiatives bénéfiques pour accompagner notre croissance à l'international.

En 2024, BCC a lancé son site de formation qui contient :

200+ formations,

- des parcours métiers, relation clients, produits, outils et développement personnel.
- Nos collaborateurs peuvent écrire leur parcours personnalisés avec l'ensemble de l'encadrement !

Notre objectif est d'accélérer et d'accompagner la montée en compétences de nos collaborateurs, en répondant à des défis majeurs tels que la formation et la mobilité des talents, ainsi que la préparation de nos équipes aux transformations de nos métiers (réparabilité notamment avec le partenariat CFA Ducretet ou le parcours Réparation et Recyclage).



Indicateur : Nombre d'heures de formation par collaborateur

(consolidé United.b)

2024 : 19,1

2023 : 15,2

Objectif 2025 : 18,1

1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

Lancement du "Parcours Métiers Réparation et Recyclage"

- **Faits marquants :**
 - Lancement simultané de 2 parcours en 2024 : Saint-Quentin et Marseille, fin septembre
 - Formation pratique de 3 semaines sur la réparation et le recyclage avec 23 jeunes inscrits.
 - Collaboration avec des partenaires clés : Solvarea, Centre Epide, E2C, Mission Locale, Reconomia, et B'DOM.
- **Impact mesurable :**
 - 70% de jeunes engagés dans des stages après le parcours
 - 8,6 % de jeunes engagés dans des formations (2 jeunes en apprentissage Solvarea et Reconomia)
 - 4,3% de jeunes engagés dans un emploi à l'issue du parcours (1 jeune recruté en CDI 25h en magasin).
 - Contribution au développement de l'économie circulaire à travers les métiers de la réparation.



1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

Renforcer l'accompagnement et le développement des jeunes

En 2024, le CFA Ducretet et Boulanger s'engagent pour l'avenir des apprentis Techniciens Services de l'Électroménager Connecté (TSEC). Lors d'une journée, les alternants ont pu renforcer leurs compétences professionnelles. Cette session, animée a permis aux apprentis d'acquérir des savoir-faire essentiels dans le service client à domicile, une compétence incontournable dans notre secteur.

En décembre l'ensemble de nos entreprises ont participé au forum Boost ton avenir.

Ce forum a pour but de créer des liens forts entre les familiaux et nos entreprises pour renforcer la proximité, améliorer la visibilité, et attirer de futurs collaborateurs familiaux.

En quelques chiffres, "Boost ton avenir" c'était :

- 180 familiaux de 16 à 45 ans présents
- 100% des entreprises de notre écosystème présentes
- 100 collaborateurs de toutes entreprises

Notre objectif :

- Répondre à l'envie commune des entreprises de gagner en proximité, visibilité et de recruter des familiaux
- Semer des graines à court, moyen et long terme
- Servir nos enjeux Affectio (PEP et SF)

Recommerce, offre des opportunités d'apprentissage aux jeunes talents avec 7% de stagiaires et alternants.



1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

Promouvoir et accompagner le développement des carrières féminines

Chez United.b, nous sommes convaincus que l'accompagnement des talents féminins fait ainsi partie intégrante de notre trajectoire Talents.

Nous avons mis en place des parcours de formation adaptés, favorisant l'accès des femmes aux postes à responsabilité et encourageant la mixité dans tous nos métiers, y compris ceux où elles sont encore sous-représentées.

Cette démarche s'accompagne d'initiatives comme le programme "Parcours de Femme" chez Boulanger, qui a permis à des managers féminines de développer leur leadership à travers du coaching, du mentorat et des ateliers collectifs. L'objectif est de leur donner confiance en leur potentiel, de les aider à lever leurs croyances limitantes et de les encourager à oser prendre la place qu'elles méritent.

L'engagement de United.b se traduit aussi par des résultats concrets : en 2024, Recommerce Group affiche 40 % de collaboratrices, un chiffre en constante augmentation dans un secteur technologique encore largement masculin.

Initialement orienté sur l'accompagnement des femmes managers, notre engagement pour l'égalité professionnelle évolue pour répondre à un enjeu plus large et stratégique. Dès 2024, nous accélérons la féminisation du Top Management (CODIR - N-1 CODIR et des fonctions clés), où les talents féminins restent encore sous-représentés.

Notre objectif est clair : élargir notre action au-delà du management intermédiaire, afin de favoriser l'accès des femmes aux comités de direction et aux postes à haute responsabilité, véritables leviers d'influence et de transformation.

Cet engagement se reflète déjà dans notre index d'égalité professionnelle, qui atteint 89/100 pour la troisième année consécutive.

Comme chaque année les équipes de Recyclea participe au Trophées Femmes en EA & en ESAT - journée est dédiée aux compétences discrètes des Femmes qui œuvrent au quotidien dans leur EA ou leur ESAT pour une économie plus sociale, plus solidaire.

En 2025, BCC à l'occasion de la Semaine Européenne de Prévention et d'Information sur l'Endométriose se mobilisera et organisera une semaine spéciale pour sensibiliser et informer sur cette maladie qui touche 1 femme sur 10.

Nous poursuivrons nos actions en matière de recrutement, promotion, rémunération et qualité de vie au travail, pour garantir une égalité réelle et durable entre les femmes et les hommes.

Notre objectif pour les prochaines années est d'atteindre la pleine parité, convaincus que c'est ainsi que nous construirons un environnement de travail plus juste, plus inclusif et plus performant.

Indicateur : index égalité professionnelle entre les femmes et les hommes



Boulanger

2024 : 89 / 100

2023 : 89 / 100

Electro Dépôt

2024 : 83/100

2023 : 87/100

Objectif 2025 : maintien à minima des niveaux 2024 par enseigne



Indicateur : Part des femmes membres du top management

2024 : 28.7%

2023 : 26.9%

Objectif 2025 : 32%

1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

Les Parcours Carrières au sein d'ELECTRO DEPOT



En sus de l'académie DA à destination des équipiers (environ 28 évolutions/an)

L'académie DM :

- Public cible : DA évolutifs DM
- 2 à 3 Sessions par an
- chiffres clés : 14 DA nommés DM en 2023

L'académie CAMPUS :

- Public cible : mobilité réseau / campus, changement de métier ou évolution "significative" au sein du campus.
- 1 session par an
- chiffres clés : 6 évolutions et nominations en 2023

Les Plans de développement Individualisés

- Public Cible : collaborateurs à potentiel
- Contenu : assessments, plan de développement, coachings, projets ...
- Une dizaine de collaborateurs concernés par an
- Chiffres clés : 3 DR nommés sur 3 ans et 2 Directeurs de marché

Pépinières

- Encadrants réseau : environ 10 à 12 postes en pépinière budgétés par an (en fonction des ouvertures magasins) + prise en charge sur la pépinière des encadrants Réseau durant leur parcours d'intégration
- Campus : 2 postes budgétés en pépinière par an, notamment à l'offre + prise en charge sur la pépinière des collaborateurs en Académie Campus durant leur parcours de formation

Les "switchs" Internationaux

- Public Cible : DM, Appr - Acheteurs à potentiel/évolutif
- Mission de deux ans dans un autre pays
- 3 collaborateurs concernés (2 potentiels chef de marché à LT et un DM évolutif DR à MT)

4 collaborateurs ED participent au parcours U Lead

Enjeux Carrières Court Terme :

- Formaliser et mieux baliser le parcours "pépites"
- Poursuivre l'internationalisation de la formation
- Mise en place d'une pépinière pour les profils internationaux
- Développement de la politique alternance au campus

Enjeux Carrières Moyen Terme :

- Mise en place d'un "shadow CODIR"
- Internationalisation des "Académies"



Les Parcours Carrières au sein de BOULANGER



Opération ponctuelles

wintercamp : méthode transfo / chefferie de projet
mois de la data : acculturation
mois du management

Sur les 3 ans :

- Pépinière magasin pour les métiers encadrement : 50% DM sous 24 mois
- Promo DM 2 promo / an
- parcours métier : RU - RSC - DM - 100% nommés
- Renforcement middle management

Sur les 5 ans :

- Parcours management pour les experts
- Parcours Tremplin => Potentiel DR - objectifs 3 DR nommés

Sur les 10 ans et + :

- parcours management niveau 2 et 3

Les Plans de développement Individualisés

- Contenu : assessments, plan de développement, coachings, projets ...
- Choix après les campagnes EAA

4 collaborateurs Boulanger et 1 collaborateur BCC participent au parcours U Lead promo 1

Enjeux Carrières Court Terme :

- Formaliser et mieux baliser le parcours "pep's"
- Développement d'un CFA
- Déploiement parcours de femmes





Les Parcours Carrières pour les Talents et les Managers chez Recommerce Solutions

- ★ **Formation Management (16h + coaching)**
Public ciblé : tous nos managers Groupe (hors Codir)
Type : Formation interne en présentiel par petits groupes lancée en Mai 2024 (9 participants). Seconde session le 11/09/24 pour 10 managers et troisième session en anglais en nov 2024.
Obj : 30 managers formés fin 2024.
- ★ **Les actions de développement individuel**
Public ciblé : Membres du CODIR, talents et potentiels
Type : Coaching individuel de 5 h à 15h selon profil - 4 directeurs suivis sur 2023-2024 et 6 managers en 2024.
- ★ **Les programmes intensifs en langue**
Public ciblé : Membres du CODIR, talents et potentiels
Type : programme individuel avec cours et support elearnings de 20h à 40h en anglais ou espagnol et programmes d'immersion d'un mois en Irlande.

2 Collaborateurs RS suivent le parcours Ulead

1.1 - Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

Lancement de la première promotion Ulead

Objectif de ce parcours :

“Proposer un parcours de formation et d’accompagnement unique et impactant pour nos futurs leaders dirigeants qui leur permet de développer leurs compétences de direction et d’asseoir un leadership authentique, responsable et généreux au monde et aux autres.”

- Un parcours sous format de promo 10 à 15 participants (de toutes enseignes Ub)
- Un parcours multi-écoles pour avoir les meilleurs experts sur chaque module
- Un parcours qui fait vivre des expériences collectives enrichissantes et challengeantes
- Une pédagogie concrète et impactante qui développe les soft skills

Lancement de la promotion 2 en janvier 2025

Retour participants

| | |
|----------------|-------|
| Organisation | ★★★★★ |
| Communauté | ★★★★★ |
| Module | ★★★★★ |
| Recommandation | ★★★★★ |

“Sans hésiter, un parcours de qualité qui permet de prendre de la hauteur”

“Lien fort avec le groupe”, “sentiment d’appartenance”, “création d’une Communauté”

“Des intervenants de qualité, captivants et à l’écoute”

“ESJ : expérience unique ! qui permet de sortir de sa zone de confort”, “module finance très apporteur et complet”, “les modules transition numérique et libérer le pouvoir de la donnée ont permis de contrebalancer le module stratégie”

“Bonne organisation des voyages, réservation clé en main, en anticipation” “Bon équilibre entre les séjours à PARIS et ceux plus éloignés”, “attention aux dates business exemple black Friday”



Indicateur : % de directeurs de magasin issus de la promotion interne
2024 : 93%
2023 : 95%

1.2 - Garantir la santé et la sécurité et veiller au bien-être de nos collaborateurs

1.2.1 Poursuivre et renforcer la prévention des risques

Ancrer la Culture Sécurité au Quotidien : Un Engagement Collectif pour le Zéro Accident

Dans nos métiers du serviciel et du discount, l'engagement et le professionnalisme de nos collaborateurs sont essentiels pour garantir une expérience client de qualité. Toutefois, ces métiers exigent des compétences précises, de la rigueur et, dans certains cas, un effort physique important. L'exposition aux risques d'accidents du travail est une réalité quotidienne à laquelle nous devons faire face avec détermination.

Parce que notre capital humain est notre plus grande richesse, nous plaçons la santé, la sécurité et le bien-être de nos équipes au cœur de nos priorités. Notre objectif est clair : tendre vers le zéro accident du travail avec arrêt d'ici 2028. Pour y parvenir, nous nous engageons dans une démarche proactive d'amélioration continue des conditions de travail et de prévention des risques.

Nous mettons en place des actions concrètes pour garantir un cadre de travail qualitatif, sûr :

- Renforcement des mesures de prévention : sensibilisation aux bons gestes et postures, formation aux règles de sécurité, équipements adaptés.
- Amélioration des conditions de travail : ergonomie des postes, réduction des contraintes physiques, aménagements spécifiques.

Dans ce cadre, en 2024, un nouveau module de formation sur les gestes et postures dispensé par des ostéopathes a été déployé, des tests vêtements rectificateurs de posture ont été testés pour la population des vendeurs. 100% des dépôts ont été équipés de nouveaux diables. 100% des DM ont été formés au PBI Dashboard, 100% des dépôts ont été formés et ont mis en place le dispositif "chasses aux risques 360";

Une Culture Sécurité Ancrée dans le Quotidien

Notre ambition est de faire de la sécurité une culture partagée, intégrée dans chaque geste du quotidien. Cet engagement collectif repose sur la mobilisation de tous : collaborateurs, managers et direction, unis pour faire de la prévention et du bien-être au travail une priorité absolue.

En garantissant des conditions de travail optimales et en plaçant nos équipes au centre de nos préoccupations, nous faisons de la sécurité et du bien-être un moteur de performance durable pour nos entreprises et nos collaborateurs.



Indicateur : Taux de fréquence des accidents du travail

United.b 2024 : 27,1%

United.b 2023 : 27,1% (mis en place chez Hifi et Intégration Environnement Recycling)

Objectif 2025 : 24,9%

1.2 - Garantir la santé et la sécurité et veiller au bien-être de nos collaborateurs

En 2024 nous avons ancré la culture Sécurité au quotidien auprès de TOUS les collaborateurs afin de tendre vers l'objectif : zéro accident du travail avec arrêt en posant une vision globale et commune :



“



Cédric SAVARY
Responsable Hygiène
et Sécurité au Travail
Boulangier

Depuis 5 ans que je suis responsable Hygiène et Sécurité au Travail de l'entreprise, ma principale mission est la prévention des accidents du travail dans un environnement multi-sites et multi-univers (logistique, ventes, tertiaire...).

Mon challenge quotidien est l'ancrage de la culture sécurité afin de responsabiliser les parties prenantes. L'ancrage de cette culture passe par un accompagnement et une animation au plus proche du terrain.

L'accompagnement se fait, entre autres, via l'analyse de chaque accident du travail, en collaboration avec le staff magasin. L'objectif est de comprendre ce qui s'est passé et de mettre en place les mesures correctives afin d'éviter que cela ne se reproduise.

L'animation passe par un "jeu" hebdomadaire "Action ou vérité". Une question est envoyée aux équipes pour échanger autour de la prévention des accidents. Mais cela peut aussi être une action, souvent un exercice d'échauffement avant le lancement de la journée. L'animation se fait également via le contrôle interne de niveau 1, réalisé mensuellement par le site en auto évaluation afin qu'il prenne conscience des axes d'amélioration.

Une mission variée et enrichissante, au service de la première ressource de l'entreprise que sont ses salariés.

”

1.2 - Garantir la santé et la sécurité et veiller au bien-être de nos collaborateurs

1.2.1 Améliorer les conditions de travail en favorisant le bien-être de nos Talents

Un Engagement en Faveur du Bien-Être et de l'Épanouissement

Au-delà de la prévention des risques, nous œuvrons pour un environnement où chacun peut s'épanouir et concilier au mieux sa vie professionnelle et personnelle :

- Développement du télétravail et nouvelles formes de collaboration.
- Mesures en faveur de la parentalité et d'un meilleur équilibre de vie.
- Création d'un climat de travail positif et motivant, propice à la performance et à la satisfaction des équipes.

Nos efforts ont été reconnus par le classement Great Place to Work, où Electro Depot s'est classé en seconde place parmi les entreprises de 1000 à 2500 salariés, et Boulanger a été désigné meilleur employeur de commerce de détail par le classement Capital.

Des mesures en faveur du pouvoir d'achat sont également mises en avant comme chez BCC avec l'intervention d'action Logement pour répondre à toutes les demandes de nos collaborateurs concernant :

- Les aides d'Action Logement sur la location, l'achat ou des travaux
- Répondre aux interrogations concernant un dossier en cours/en préparation

ED poursuit son propre système d'entraide entre les salariés avec l'association Entr'ED. Cette association a pour vocation d'accompagner financièrement les collaborateurs et leur famille proche (même foyer fiscal) qui rencontrent des difficultés financières liées à des accidents de la vie mettant en péril leur équilibre. Chaque mois, les salariés peuvent verser 0,74 centime de leur salaire à l'association. L'ensemble de ces mesures ne peut se faire que par une écoute active de nos collaborateurs et un dialogue social propice aux échanges.

Encourager la Libre Expression et l'Écoute des Collaborateurs pour Améliorer les Conditions de Travail

En 2024, l'écoute active de nos collaborateurs a été placée au cœur de notre démarche afin de mieux comprendre leurs attentes et d'améliorer continuellement leurs conditions de travail.

Nous avons instauré des enquêtes de satisfaction bimensuelles, menées de manière par un prestataire externe, permettant ainsi de mesurer l'engagement et le bien-être de nos équipes.

L'un des outils clés de cette approche est le NPS collaborateurs, un indicateur essentiel pour mesurer l'engagement et la satisfaction au sein du groupe. Grâce à ce sondage, complété par des enquêtes ad hoc comme le Baromètre Humain annuel chez Boulanger, nous obtenons une analyse approfondie des ressentis des équipes.

Cette approche renforce notre culture d'entreprise en plaçant l'écoute, la transparence et l'amélioration continue au cœur de notre engagement envers nos collaborateurs. Notre objectif pour 2025 l'ensemble de notre écosystème suive et anime un NPS collaborateur.



Indicateur : NPS collaborateurs (consolidé United.b)

2024 : 38

2023 : 31

Objectif 2025 : 40

1.2 - Garantir la santé et la sécurité et veiller au bien-être de nos collaborateurs

Un dialogue social dynamique et engagé

Dans un contexte où les entreprises évoluent rapidement et sont confrontées à de nouvelles attentes sociétales, nous sommes convaincus que le dialogue social est un **levier essentiel** pour renforcer l'engagement de nos collaborateurs et assurer la pérennité de notre modèle.

Chez United.b, nous intégrons pleinement nos partenaires sociaux à la mise en œuvre de notre ambition sociale, en prenant en compte les enjeux économiques, environnementaux et sociétaux. Cette collaboration renforcée nous permet d'anticiper les évolutions légales et réglementaires, tout en construisant des modes de travail agiles et efficaces. Ce dialogue constant se traduit par des avancées concrètes en matière de conditions de travail, de rémunération et d'organisation, garantissant ainsi des politiques attractives pour nos collaborateurs.

Plusieurs enseignes ont ainsi renégocié ou mis en place des accords sur l'intéressement, la participation et l'aménagement du temps de travail, répondant aux besoins d'équilibre entre vie professionnelle et personnelle.

En 2024, en France, c'est pas moins de 22 accords qui ont été conclus notamment sur le dialogue social et la représentation du personnel, la reconnaissance d'une UES, le recours au vote électronique au sein de l'UES, la NAO.

Le renouvellement et la conclusion de l'accord du Comité de groupe United.b et son animation transparente et sa construction, la mise en place des élections au sein de Reconomia illustrent notre volonté de **favoriser la concertation et le dialogue à toutes les échelles.**

Parce que le **dialogue social est un moteur de progrès**, nous poursuivons nos efforts pour garantir un environnement de travail **plus inclusif, équilibré et épanouissant**, en phase avec les attentes de nos collaborateurs et les défis du monde de demain.

1.3 - Renforcer notre engagement solidaire et responsable

1.3.1 Promouvoir notre démarche sociétale à impact positif

Un Engagement Renforcé pour une Entreprise Plus Inclusive et Responsable

En tant qu'acteur économique engagé, United.b poursuit et renforce sa mission en matière de responsabilité sociétale d'entreprise. Conscients que la diversité est une richesse et un moteur de performance, nous nous engageons à favoriser l'égalité des chances, à lutter contre toutes formes de discrimination et à garantir un environnement de travail inclusif.

Notre politique repose sur un principe fondamental : assurer une égalité de traitement à chaque étape du parcours professionnel, de l'accès à l'emploi à l'évolution des carrières. Nous veillons notamment à encourager un développement professionnel équitable pour tous. Depuis plusieurs années, nous réaffirmons également notre engagement en faveur de l'insertion des travailleurs en situation de handicap, en veillant à leur intégration et à leurs conditions de travail.

L'intégration d'Environnement Recycling au sein de United.b marque une étape clé dans l'accélération de notre engagement sociétal. Avec E.V.E et Recyclea, deux entreprises agréées ESUS (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale), nous renforçons notre impact en matière d'emploi inclusif.

L'inclusion concerne l'ensemble de notre écosystème y compris dans les pays où nous sommes implantés, ainsi ED Espagne a participé à la cinquième rencontre pour l'emploi des personnes handicapées, organisée par ImpulsAlicante, l'Agence locale de développement de la mairie d'Alicante.

Cet évènement rassemble plus de 40 entreprises, institutions et entités engagées dans l'inclusion professionnelle et la création d'opportunités pour les personnes handicapées. Chez ED Espagne, nous continuons à travailler pour créer des environnements plus inclusifs et de réelles opportunités pour tous.

Pour la première année, ELECTRO DEPOT a participé au Duo Day. En magasin comme au Campus, de nombreux duo se sont constitués à travers la France. Les équipes ont partagé leur quotidien de travail avec des personnes en situation de handicap pour faire découvrir nos métiers.

BCC a obtenu pour la 3ème fois la certification GEIQ Emploi & Handicap (Groupement d'Employeurs pour l'Insertion et la Qualification). Cette reconnaissance souligne notre détermination à promouvoir l'insertion professionnelle et la qualification de nos collaborateurs, tout en favorisant l'inclusion des personnes en situation de handicap

Grâce à cette dynamique, United.b poursuit sa transformation en plaçant l'humain au cœur de sa stratégie, convaincu que c'est en favorisant l'inclusion, l'égalité et la diversité que nous bâtirons un avenir plus solidaire et performant.



Indicateur : % collaborateurs en situation de handicap

(consolidé United.b)

2024 : 4,4%

2023 : 3,2%

Objectif 2025 : 4,6%

1.3 - Renforcer notre engagement solidaire et responsable

Favoriser l'inclusion numérique et l'orientation professionnelle des jeunes

En 2024, 949 PC portables neufs ont été distribués à des étudiants en situation de précarité dans plusieurs villes françaises, parmi lesquelles Villeneuve-d'Ascq, Passy, Rouen, Le Havre, Nantes, Bordeaux, Lyon et Marseille. Cette initiative, pérennisée sous le programme #1Etudiant1Ordi, s'inscrit dans une démarche plus large, intégrant le reconditionnement et la seconde vie des appareils pour maximiser leur impact social et environnemental. Notre engagement ne s'arrête pas à l'équipement numérique. Nous avons renforcé notre collaboration avec le Rectorat des Hauts-de-France, les centres Epide, et l'École de la 2e Chance, et noué de nouveaux partenariats avec l'IESEG Lille et l'EM Lyon pour accompagner les étudiants dans leur insertion professionnelle.

Ateliers "Trouve ta Fibre" : Un tremplin vers l'avenir pour les jeunes

En 2024, le programme "Trouve ta Fibre" a poursuivi son essor avec 2250 jeunes accueillis à travers la France, leur offrant une opportunité unique d'explorer différents métiers et de développer des compétences clés. Ces ateliers ont permis à 53 jeunes de décrocher un stage à l'issue de leur participation, marquant ainsi une avancée concrète vers leur insertion professionnelle.

L'année 2024 a également été marquée par de nouveaux partenariats stratégiques, notamment avec l'Epide, renforçant notre engagement en faveur du mécénat de compétences. Cette collaboration a été mise en lumière lors de la réunion nationale de l'Epide en décembre, un événement relayé par *Les Échos*, soulignant l'importance du lien entre entreprises et initiatives d'insertion sociale.

Toujours à la pointe de l'innovation, "Trouve ta Fibre" a intégré une nouvelle thématique en 2024 : l'intelligence artificielle. Cette introduction a suscité un fort engouement parmi les jeunes, qui ont pu participer activement à des ateliers dédiés, découvrant ainsi les enjeux et les opportunités qu'offre l'IA dans le monde professionnel.

Grâce à l'engagement des collaborateurs et à l'élargissement des thématiques abordées, "Trouve ta Fibre" continue de jouer un rôle clé dans l'accompagnement des jeunes vers un avenir professionnel inspirant et choisi.



FONDATION
boulanger



Trouve ta Fibre

1.3.2 Ensemble, Engagés et Solidaires pour Tous



Solidarité en action chez Boulangier Customer Care !

Face à la baisse des températures et grâce à la générosité de nos collaborateurs, nous avons pu collecter des vêtements chauds pour venir en aide aux plus démunis, en partenariat avec le Secours Populaire Français Nord.

Mais aussi de nombreuses initiatives portées en local par nos magasins, avec BCC et son soutien apporté à l'association "Les Papillons Blancs" !

Leur partenaire en charge de la propreté des locaux a organisé sa vente annuelle de brioches au profit de l'association

Avec plus de 140 brioches vendues, la collecte des fonds a permis de soutenir des projets qui ne bénéficient pas de financements publics.



ELECTRO DEPOT
ELECTRODOMÉSTICOS • MULTIMEDIA

Inspirados por valores, impulsados por talento

Sencillez, Pasión, Solidaridad

Solidarité Espagne

Alfajar, près de Valence, a été lourdement impacté par les dégâts causés par la tempête DANA

Face aux circonstances, Electro Dépôt a exprimé son soutien à la communauté touchée. Un don de 10 000€ a été effectué à la Croix-Rouge locale pour venir en aide aux victimes de la tempête.



Engagement sociétal chez Recommerce

Au service d'un projet vertueux et engagé, Recommerce développe des programmes solidaires comme la collecte à des fins solidaires en distribuant la valeur des produits collectés à des associations. Depuis sa création, plus de 163 000 euros ont ainsi été reversés via son activité emblématique, MonExTel qui a soutenu plus de 200 associations.

Faire bénéficier des association du succès de l'entreprise :

à chaque transaction effectuée, Recommerce s'engage à soutenir financièrement une organisation caritative. Sur son site e commerce recommerce.com, l'entreprise a établi des partenariats avec plusieurs associations et s'est engagée à reverser 1 euro à chaque commande passée (Fondation Surfrider Europe, Fondation Good Planet, Pikpik Environnement...)



1.3.2 Ensemble, Engagés et Solidaires pour Tous Focus sur le fond Impact by Electro Depot

Dans la continuité de son engagement sociétal, Electro Dépôt a lancé en mai 2024 le Fonds Impact by Electro Dépôt, une initiative ambitieuse visant à lutter contre les différentes formes de précarité en soutenant des associations engagées sur le terrain

Ce fonds poursuit un objectif clair : assurer un "plancher social" en garantissant l'accès aux besoins fondamentaux tels que l'alimentation, le logement, les soins, l'emploi et un environnement sûr, afin de permettre à chacun de vivre de manière autonome.

À travers un soutien financier, matériel et humain, le Fonds Impact by Electro Dépôt accompagne le développement de programmes locaux en France, Belgique et Espagne, en lien avec des acteurs associatifs. Cette démarche s'inscrit dans une vision solidaire et durable, où l'entreprise met à profit ses ressources et son réseau pour avoir un impact concret sur les populations les plus vulnérables.

En s'appuyant sur ces engagements forts, Electro Dépôt affirme sa volonté d'être un acteur économique responsable, contribuant activement à un monde plus équitable et durable



Le Fonds Impact by Electro Dépôt : Un engagement concret contre la précarité

APPEL À PROJETS 2024

“ ENSEMBLE CONTRE LES PRECARITES ”

Premier appel à projets du Fonds IMPACT by ELECTRO DEPOT multithématique (le logement, l'alimentation, l'emploi, le lien social et la santé) et international (France, Belgique et Espagne).

• OBJECTIFS

- 1) Rencontrer les acteurs associatifs engagés dans la lutte contre la précarité, dresser un panorama des associations intervenant sur nos thématiques et dans nos territoires, et approfondir la compréhension de leurs enjeux.
- 2) Soutenir financièrement le développement de projets de lutte contre les précarités sur nos territoires en créant un maximum d'échanges entre nos collaborateurs et les porteurs de projets en local.

• CHIFFRES CLÉS

500

dossiers de
candidature

16

projets
sélectionnés

400K€

de fonds distribués





ENJEU PLANET :
Apporter un bénéfice net à
l'environnement



Nous agissons pour que le groupe ait un impact positif sur l'environnement avec ses parties prenantes



Notre objectif : engager United.b dans une trajectoire de décarbonation, puis de préservation des ressources, pour la planète





2 - Apporter un bénéfice net à l'environnement

2.1 - S'engager dans une trajectoire climatique *net-zéro*

2.1.1 - Réduire nos émissions de GES

2.1.2 - Éviter nos émissions de GES et celles de nos parties prenantes

2.1.3 - Contrebalancer nos émissions de GES

2.2 - Développer une plateforme leader de l'économie circulaire, au service d'une nouvelle création de valeurs

2.2.1 - Éco-conception / éco-sélection

2.2.2 - Ventes "durables"

2.2.3 - Economie de la "fonctionnalité"

2.2.4 - Réparation

2.2.5 - Réparabilité & durabilité

2.2.6 - Rachat, Collecte & Tri

2.2.7 - Offre "reconditionnée"

2.2.8 - Reconditionnement

2.2.9 - Recyclage

2.1 - S'engager dans une trajectoire climatique *net-zéro*

La neutralité carbone planétaire d'ici 2050 est la cible clé des accords de Paris de 2015 pour limiter la hausse des températures moyennes mondiales à 1,5°C d'ici la fin du XXI^e siècle par rapport à l'époque pré-industrielle. La neutralité carbone planétaire, c'est l'équilibre entre les émissions de gaz à effet de serre (GES) émises par les activités humaines et les émissions captées (absorbées, séquestrées) par ce que sont appelés les puits de carbone. Ces puits de carbone sont historiquement naturels, avec les océans, les forêts et les sols, mais aussi technologiques depuis quelques années. Encore aujourd'hui, cet équilibre n'est pas atteint, avec un surplus d'émissions émises par rapport aux émissions captées (en 2021, ce surplus était de l'ordre de 19 GT de CO₂ équivalent). Ce surplus s'accumule dans l'atmosphère et provoque le réchauffement climatique. Aussi, au niveau planétaire, l'atteinte de cette neutralité passe par la baisse des émissions émises et l'augmentation des émissions captées en préservant et augmentant les puits de carbone.

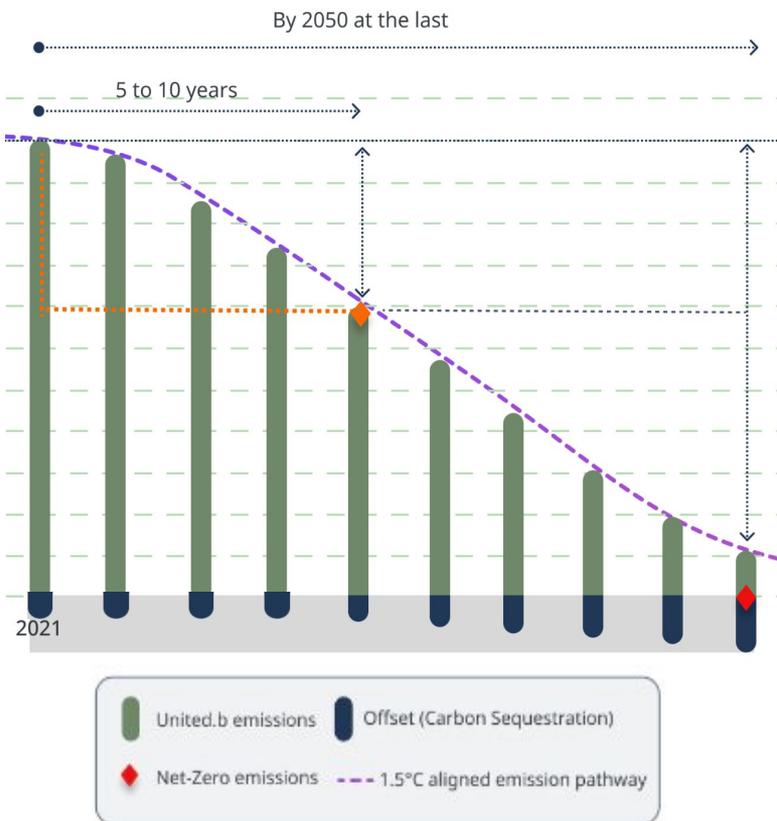
Cette contribution au niveau d'une organisation s'effectue par TROIS PILIERS :

- **1 - d'abord, la réduction de nos émissions de gaz à effet de serre (GES),**
- **2 - ensuite, l'évitement de nos émissions de GES et celles de nos parties prenantes,**
- **3 - enfin, l'augmentation des puits de carbone qui absorbent les GES (contrebalancer nos émissions de GES).**

L'ordre des piliers ci-dessus permet une meilleure prise en compte des risques environnementaux dans nos activités, et ainsi de mettre en place une stratégie pertinente d'atténuation et d'adaptation aux conséquences du dérèglement climatique. En effet, la responsabilité d'une organisation est en premier lieu de travailler sur la réduction de son impact direct contribuant au réchauffement climatique, jusqu'à ce qu'il devienne résiduel. En deuxième lieu, l'entité doit mettre en œuvre un politique de décarbonation de son "offre" (produits et services), permettant aux utilisateurs d'émettre des émissions de GES réduites. Enfin, la structure doit participer à des projets de puits de carbone pour que ses émissions soient captées et ne partent pas dans l'atmosphère.

Seule la neutralité carbone au niveau planétaire prévaut scientifiquement,

2.1 - S'engager dans une trajectoire climatique *net-zéro* neutralité carbone versus *net-zero*



United.b refuse la logique de neutralité carbone et veut s'engager dans une trajectoire carbone *net-zero*, la seule aujourd'hui permettant à une entreprise d'agir au bon niveau à l'obtention de la neutralité carbone planétaire d'ici 2050.

Illustrée par le graphique de gauche, la trajectoire *net-zero* de SBTi définit des objectifs de réduction en valeurs absolues et/ou en intensité d'émissions de GES à moyen-terme (2030) et long-terme (d'ici 2050) **sur les trois scopes**. Le *net-zero* est le moment (losange rouge) où la structure a baissé à un niveau résiduel ses émissions (barre verte), qui sont ensuite neutralisées par le financement de projets de séquestration (barre bleue) à hauteur en émissions captées de ces mêmes émissions résiduelles, amenant à l'équilibre *net-zero*. En lien direct avec notre politique d'évitement (voir 2.1.2) et de contrebalancement (voir 2.1.3), il faut souligner qu'à date, au moment de transition où l'entreprise s'engage dans cette trajectoire, elle peut contrebalancer ses émissions par des projets de séquestration ou d'évitement.

2.1.1 - Réduire nos émissions de GES : bilan carbone

Outils de mesure clé de notre impact climatique, les deux premiers bilans carbone consolidés de l'ensemble des entreprises du Groupe United.b, réalisés au titre des exercices **2023 et 2024**, confirment le **poids prépondérant** de ce qu'on appelle, dans notre chaîne de valeurs, les **émissions indirectes**.

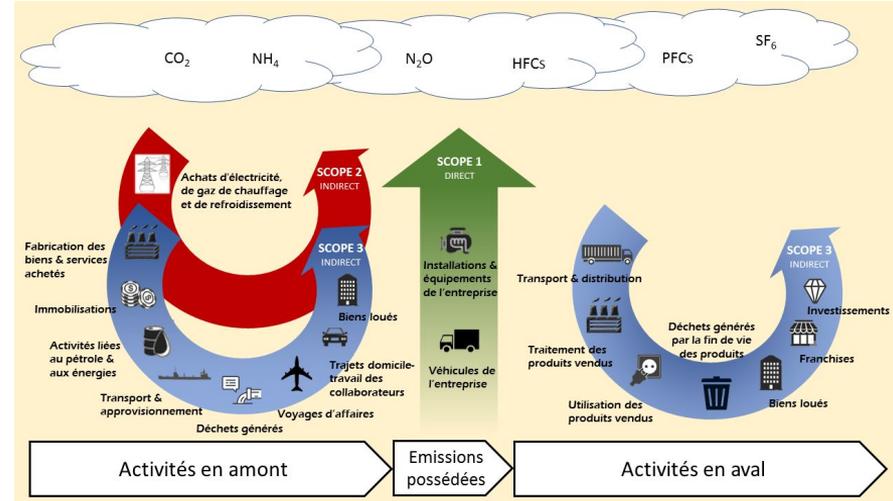
Plus de **99 % de nos émissions de gaz à effet de serre (GES)** proviennent ainsi indirectement des activités des parties prenantes externes à nos enseignes et BUs (partenaires industriels, fournisseurs, sous-traitants, ...); et sont matérialisées au travers du **“Scope 3”** de notre bilan carbone.

Dans le détail, plus de **85 % de notre impact carbone provient des produits** que nous commercialisons; ce pourcentage se répartissant essentiellement entre les phases de **fabrication**, et **l'utilisation** proprement dite de ces produits par les consommateurs (de par leur consommation énergétique notamment); et de, façon moindre, la gestion de leur **fin de vie**.

Le bilan carbone nous permet de formaliser l'analyse de nos risques environnementaux dans l'enjeu climatique, et ainsi de **prioriser nos actions et moyens** conformément à notre stratégie *Planète*, notamment la lutte contre les pollutions.

Afin d'accélérer le pilotage de notre stratégie Climat, nous nous faisons accompagner par un cabinet de conseil pour,

- fiabiliser et auditer la réalisation des bilans carbone,
- et, surtout, établir une **trajectoire Net Zéro Groupe**, moyen et long terme, en s'appuyant sur le standard STBi.



Différentes catégories de la chaîne de valeur prises en compte dans un bilan carbone

2.1.1 - Réduire nos émissions de GES : bilan carbone United.b 2024

Les données présentées ci-dessous ne reflètent pas strictement l'évolution de notre empreinte CO² entre 2023 et 2024. Notamment du fait de :

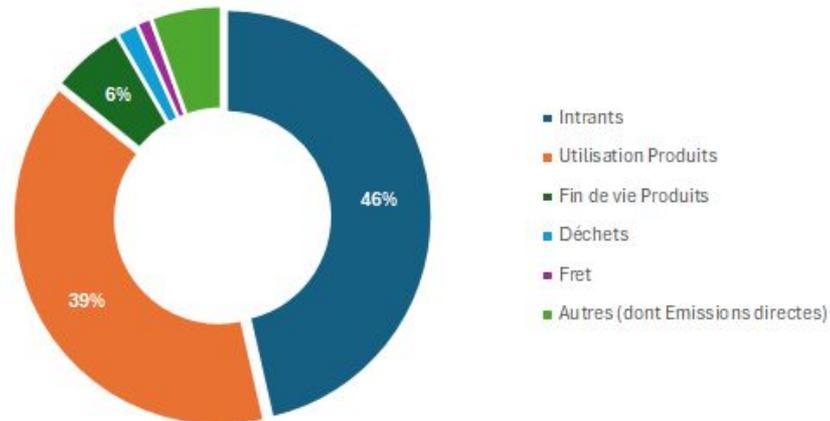
- Périmètre non comparable d'une année sur l'autre (ex : intégration de Recyclea au sein de United.b en 2024).
- Révision de certains facteurs d'émission.

Un bilan peut cependant être établi. On retiendra en particulier deux tendances fortes :

- Les plans d'actions visant à réduire nos émissions directes ont continué à porter leurs fruits ; en ligne avec l'objectif de réduction initialement fixé à - 7 % sur l'année. Mais celles-ci pèsent peu (1%) dans notre empreinte totale.
- A contrario, nos fortes ambitions quant à la réduction des émissions indirectes (99% de notre empreinte totale) ne sont pas atteintes. En grande partie du fait d'un mix de vente différent de ce que nous avons modélisé.

Cet enjeu majeur sera adressé avec nos instances de gouvernance courant 2025.

Empreinte CO² consolidée United.b 2024



Résultat : bilan carbone (teqCO₂)
Emissions directes (Scopes 1 + 2) & indirectes (Scope 3)
Levier A - standards SBTI
(consolidé United.b)
2024 : 5 157 589
2023 : 5 064 895



Indicateur : émissions carbone par euro de chiffre d'affaires (kgCO₂/€)
(consolidé United.b)
2024 : 0,85
2023 : 0,90
Objectif 2025 : 0,84

2.1.1.2 - Réduire nos émissions issues de nos consommations énergétiques

En **2024**, le groupe a intensifié ses efforts en matière de **sobriété énergétique**, notamment au sein de ses enseignes retail.

Par exemple Electro Dépôt a poursuivi ses efforts pour **optimiser les consommations** et améliorer le confort des collaborateurs grâce à plusieurs initiatives: Fermeture des quais, Installation de stores extérieurs pour protéger les vitrages du soleil, Ajout de rideaux d'air sur les portes de livraison. L'enseigne prévoit également d'importants travaux sur l'isolation et la solarisation de ses toitures dès 2025.

Boulangier lui a renforcé son **pilotage énergétique** en avançant vers un parc 100 % LED, avec la deuxième phase du déploiement des éclairages gradables sur 96 sites. L'enseigne a également optimisé sa consommation énergétique grâce au déploiement de la Gestion Technique du Bâtiment (GTB) sur l'ensemble de ses sites, garantissant un pilotage intelligent et centralisé.

Pour affiner cette maîtrise, un outil de suivi de performance énergétique a été mis en place, permettant une analyse détaillée des consommations et une anticipation des besoins énergétiques à l'horizon 2033. Un **processus de traitement des anomalies** de consommation a également été instauré afin de détecter et corriger rapidement les écarts de performance.

En matière de **production d'énergie renouvelable**, les deux enseignes ont accéléré en 2024 avec l'installation de cinq nouvelles centrales photovoltaïques : quatre chez Electro Dépôt et une chez Boulangier. Par ailleurs, dix toitures de magasins Boulangier et 5 toitures de magasins Electro Dépôt ont été recouvertes d'une peinture réfléchissante afin de limiter l'absorption thermique et réduire les besoins en climatisation.

Grâce à l'ensemble de ces initiatives, le groupe United a dépassé son objectif initial, de l'ordre de - 7% ; atteignant une réduction de - 11,6 % de sa consommation énergétique en 2024.



Indicateur : consommation énergétique des sites
United.b par surface totale (mwh/m²)
2024 : 0,076 (- 11,6 %)
2023 : 0,086
Objectif 2025 : 0,074 (- 2,6 %)



2.1.2 - Éviter nos émissions de GES et celles de nos parties prenantes

La logique d'« émission évitée » se fonde sur la différence d'émission de Gaz à Effet de Serre (GES) entre un *scénario de référence* (situation sans projet) et un scénario avec la vente de produits et/ou services moins carbonés que ceux du scénario de référence (situation avec projet).

L'accélération des émissions évitées dans les activités de notre groupe passe essentiellement 1 - par un travail sur l'**offre de produits neufs** (éco sélection / éco conception) et 2 - par la mise en **vente de produits reconditionnés**. On entend par « reconditionné » un produit usagé remis à un niveau de fonctionnalité conforme à l'attente légitime du client. Nous savons que **46,4% % de nos émissions viennent de la production de nos produits neufs**. Dès lors, proposer à nos clients un produit reconditionné en lieu et place d'un produit neuf équivalent réduit significativement les émissions de GES.

Trois entreprises françaises de notre groupe sont entièrement dédiées au reconditionnement : Recommerce (smartphone), Recyclea (ordinateurs) et Reconomia (gros électroménagers). Boulanger a également sa structure de reconditionnement depuis 2007 avec Boulanger 2nd Life.

L'évitement des émissions passe également par l'allongement de la durée de vie de nos produits, notamment par la **réparation** et notre filiale Solvarea.

La meilleure émission de CO2 est celle qui n'est pas émise.

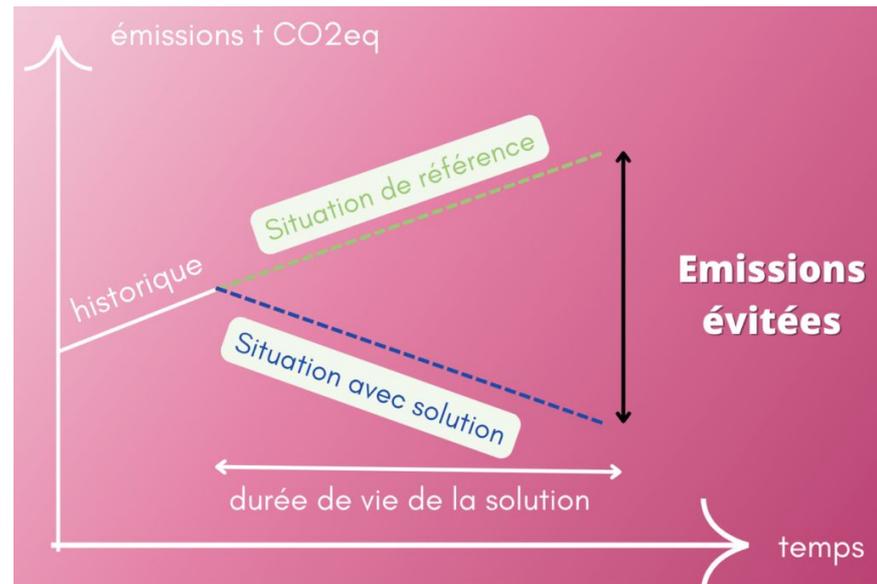


Schéma explicatif de la logique d'émissions évitées

2.1.2 - Éviter nos émissions de GES et celles de nos parties prenantes

Outre notre engagement à décarboner notre consommation énergétique (Scope 2), **United.b** participe à la transition énergétique de ses parties prenantes, notamment de ses clients. Un enjeu clé, puisque près de la moitié de nos émissions de gaz à effet de serre proviennent de l'utilisation de nos biens et services par ces derniers.

Nous avons défini depuis trois ans l'indicateur pour cet engagement : **la part du chiffre d'affaires (CA) participant à la transition énergétique & environnementale** dans notre chiffre d'affaires global. Nos produits intégrant ce ratio de CA (numérateur) sont :

En France.

- Produits avec un écolabel positif (= A,B ou C pour les nouvelles étiquettes énergétiques / = A+++; A++; A+ pour les anciennes étiquettes) ou avec un indice de réparabilité (IR) > 6
- Piles rechargeables
- Produits sans classe énergétique et avec IR > 8
- Produits qui participent à la transition énergétique (ex: Panneaux solaires)

À l'étranger.

- Produits avec un écolabel positif (= A,B ou C pour les nouvelles étiquettes énergétiques / = A+++; A++; A+ pour les anciennes étiquettes)
- Piles rechargeables
- Produits qui participent à la transition énergétique (ex: Panneaux solaires)

Produits éligibles aux écochèques.

Pour la Belgique uniquement, tous les produits éligibles selon les normes du gouvernement belge (hors produits reconditionnés / produits favorisant la transition énergétique et environnementale déjà repris ci-dessus).

En 2024, la part de ce ratio de CA a progressé plus vite que l'objectif prévu, grâce à l'accélération de l'éco-sélection de l'offre chez Boulanger (proposer plus de produits économes en énergie) et de l'éco-conception chez Electro Dépôt, avec notamment le tout premier réfrigérateur "américain" de classe énergétique A en Europe, à la marque propre Valberg, et lancé en France cette année..



VALBERG
L'unique
Réfrigérateur américain de classe énergétique A vendu en France.

A
↑
A

Classe d'efficacité énergétique A

57% d'économie d'énergie
Comparé à un réfrigérateur équivalent de classe énergétique E*

929€
96

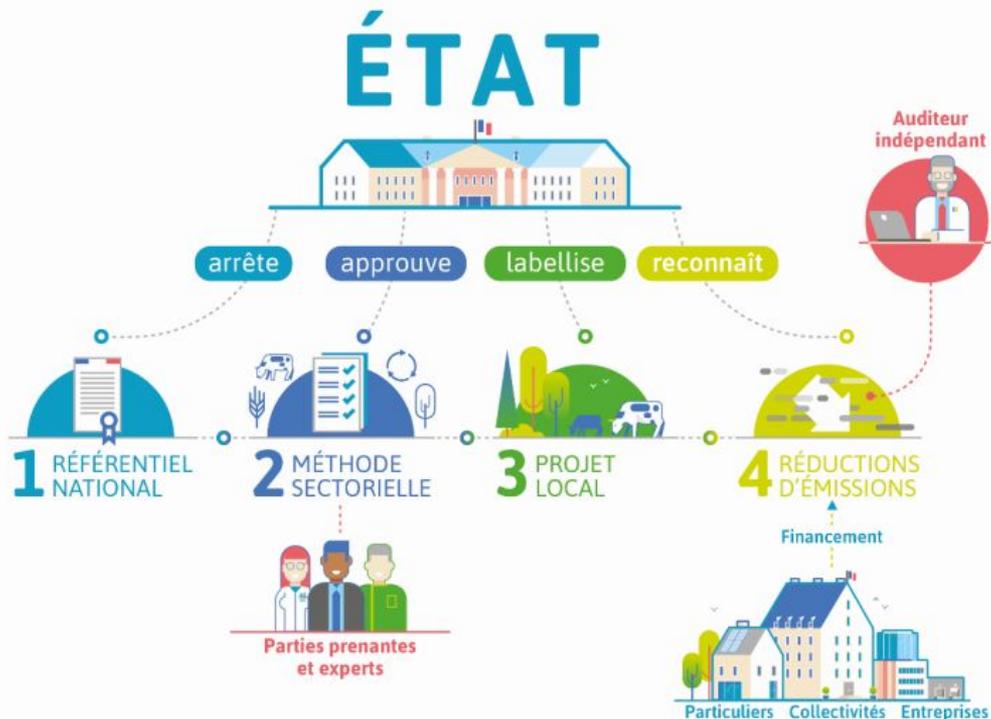


Indicateur : ratio % CA participant à la transition énergétique & environnementale
2024 : 19,8 %
2023 : 14,4 %
Objectif 2025 : 21,6 %

2.1.2 - Éviter nos émissions de GES et celles de nos parties prenantes : Label bas-carbone

Lancé en 2019 par l'État français, le Label bas-carbone certifie la réduction d'émissions de gaz à effet de serre et de séquestration carbone issues de projets français de tous les secteurs économiques.

Le fonctionnement du Label est expliqué par l'illustration ci-dessous



La réduction d'émission certifiée est financée volontairement, notamment dans le cadre d'une politique de contribution à la neutralité carbone planétaire. Ce financement permet à l'acquéreur d'obtenir des crédits carbone (d'un niveau égal au niveau d'émissions réduites certifiées) reconnus par l'État français.

En 2024, 99 % des crédits carbone labellisés sont issus de projets forestiers ou agricoles. Afin d'être labellisé, le projet local se fonde sur une méthode liée à son secteur d'activité, rédigée par des parties prenantes et experts.

C'est ici que l'action de United.b intervient, en rejoignant le consortium lancé par le cabinet Carbone 4 et l'opérateur carbone Carbonapp.

2.1.2 - Éviter nos émissions de GES et celles de nos parties prenantes : Consortium Label bas-carbone

Commencé fin septembre 2021, Carbone 4 et Carbonapp ont réuni dans leur consortium, trois acteurs du reconditionnement des équipements électriques et électroniques : Backmarket, Largo et United.b.

Notre consortium a pour but de rédiger une méthode permettant la labellisation des projets de reconditionnement des Équipements Électriques et Électroniques (EEE) usagés. **Permettre à ces projets de se faire labelliser, c'est faciliter leur financement et ainsi accélérer le développement de l'économie circulaire française des EEE usagés.**

Pour ce faire, nous nous sommes d'abord basés sur l'ébauche d'une méthode faite par Carbone 4 et Remade qui n'a pas pu aboutir à un approbation de l'État français. Celle-ci avait pour périmètre le reconditionnement des smartphones de la marque Apple.

Aussi, nos travaux se sont concentrés sur deux tâches :

- Faire que la méthodologie permette la labellisation de projets renforçant la qualité et/ou la quantité d'EEE reconditionnés
- Élargir le périmètre ci-dessus au plus grand nombre de familles d'EEE

Si la première tâche est réussie, s'agissant de la seconde, nous avons convenus de démarrer par les 4 familles pour lesquelles des analyses de cycles de vie (ACV) ont été faites par l'ADEME dans son [étude publiée](#) en septembre 2022 : Téléphones mobiles; tablettes ; ordinateurs portables ; d'ordinateurs fixes. Ces ACV permettent de calculer les émissions évitées d'un projet reconditionné par rapport à son équivalent neuf.

Comme défini au lancement du consortium, conformément au processus d'une méthode Label bas-carbone, la nôtre, nommée « Méthode de calcul des émissions évitées par le reconditionnement des équipements électriques et électroniques », a été transmise au Label bas-carbone fin 2021. Trois ans plus tard, trois tours d'échanges ont eu lieu, permettant d'affiner notre méthodologie et de répondre davantage aux attentes. Nous devons encore convaincre le Label bas-carbone sur le critère d'additionnalité financière.

2.1.2 - Éviter nos émissions de GES et celles de nos parties prenantes : Crédits carbone Recommerce

Malgré notre engagement de longue date en faveur de la transition écologique, nous constatons un manque d'avancées significatives dans la mesure et la valorisation de l'impact environnemental de nos activités de reconditionnement. **En 2023, United.b a saisi l'opportunité de valoriser les externalités positives du reconditionnement en crédit carbone** en portant une réflexion sur différents standards notamment le Label Bas Carbone.

C'est dans cette perspective que des premiers échanges ont eu lieu en 2023 avec Riverse, acteur français de référence, accrédité par l'ICROA (*International Carbon Reduction and Offset Alliance*), et premier référentiel pour évaluer les émissions évitées grâce au reconditionnement d'équipements électroniques. Leur standard dédié à la valorisation du reconditionnement d'équipements électroniques répond à un besoin clé de notre secteur.

La rigueur du standard Riverse, aligné avec le cadre international Net-Zero, nous permet de garantir la crédibilité de nos crédits carbone. **Recommerce a ainsi émis 28 404 crédits carbone certifiés, pour 28 404 tonnes de CO² évitées en 2022 et 2023, et réalisé ses premières ventes en 2024.**

Le succès des premières ventes de crédits carbone Recommerce encourage United.b à étudier comment **étendre cette dynamique à ses autres filiales de reconditionnement** (Recylea, B2L et Reconomia) afin d'accélérer la transition vers une économie circulaire en France. Nous travaillons également avec Riverse pour que leur méthodologie soit reconnue par le secteur aérien et transport maritime comme réponse à leurs obligations de compensation (cf article 147 loi Climat & Résilience).

“

Recommerce est fière de voir son impact positif reconnu par l'émission de 28k crédits carbone, certifiés et audités, preuve de notre engagement à innover et à créer de la valeur dans le secteur du reconditionnement.

Ces crédits carbone sont un levier essentiel pour nous permettre d'accroître notre capacité à collecter des produits sans valeurs et à réparer toujours plus de produits électroniques, contribuant ainsi activement à l'essor d'une économie circulaire plus responsable et plus locale.

”



Benoit VARIN

Cofondateur, Secrétaire
Général et Directeur RSE
Recommerce Group

2.1.3 - Contrebalancer nos émissions de GES : historique United.b

Les premières actions de United.b pour augmenter les puits de carbone en contrebalançant ses émissions de GES datent de 2016.

De 2016 à 2020, les choix de ces projets n'étaient alors pas définis par un objectif et des critères d'exigence communs. Différentes motivations expliquaient les options prises par nos enseignes : agir fortement à l'international, ou financer des projets locaux à impact plus modéré, mais dans lesquels nos collaborateurs peuvent venir participer activement à la mise en œuvre.

L'année 2021 a été fondatrice pour United.b dans la structuration de notre politique d'augmentation des puits de carbone.

Nous avons construit une trajectoire pertinente pour les prochaines années fondées sur trois critères :

- **S'engager à ce que les projets financés annuellement atteignent**, en volume de tonnes CO2 séquestrées, **le niveau de nos émissions directes** (soit le scope 1 & 2) de la même année.
- **S'engager à ne financer que des projets certifiés**. Afin de garantir la pérennité des projets et de l'impact réel en séquestration, United.b ne finance que des projets certifiés au niveau international ou national ; provenant des standards les plus performants selon l'étude comparatives des standards de compensation de la DGEC de mars 2022 : Gold Standard, Verra (VCS) et Label bas-carbone.
- **S'engager à ne financer que des projets situés dans des pays où United.b est présent (directement ou indirectement)** dans sa chaîne de valeurs.

De 2016 à 2023, notre bilan historique à ce sujet est le suivant : 1,467 M d'euros investi ; 133 038 tonnes équivalentes de CO2 séquestrées (pour un projet de séquestration d'une durée de vie moyenne de 30 ans). 97 % de ces tonnes séquestrées sont certifiées, les 3 autres points de pourcentage sont une estimation basée sur une moyenne de séquestration annuelle de CO2 par arbre.

En 2024, United.b a réussi à contrebalancer en 2024 la totalité de ses émissions directes, avec un projet financé à hauteur de 96 930 euros (HT).

2.1.3 - Contrebalancer nos émissions de GES : Actions 2024

La Chine a été fortement touchée par la déforestation et d'autres pratiques néfastes pour l'environnement. **L'objectif du projet Shimen est précisément de mettre en place de nouvelles forêts en plantant sur les déserts et les terres arides de la région du Hunan.**

Le projet Shimen, auquel nous contribuons en 2024, se concentre sur la plantation d'espèces indigènes comme le sapin de Chine, le pin Masson et le Peuplier. Il vise à séquestrer 5,7 millions de tCO₂e d'émissions de GES sur 20 ans. Le boisement dans cette région est crucial pour la protection du cours supérieur du fleuve Yangtsé, qui traverse la région du Hunan. En stabilisant les sols et en réduisant l'érosion, ces plantations contribuent à maintenir la qualité de l'eau et à prévenir des inondations en aval, bénéficiant à la fois aux communautés locales et à l'ensemble de la population du bassin du fleuve Yangtsé.

Le projet améliore la biodiversité, propose une formation technique et améliore les moyens de subsistance des populations locales. Plus de 5200 emplois à temps plein devraient être créés, **contribuant ainsi de manière significative au développement environnemental et économique de la région.**



Photo du Shimen Project (opérateur : Removall Carbon)



Résultat : Émissions carbonées séquestrées certifiées
(consolidé United.b)
2024 : 16 000
2023 : 17 200



**Indicateur * : % de nos émissions directes
contrebalancées par des projets de séquestration
carbone certifiés***
2024 : 100 %
2023 : + de 100 %

*L'indicateur étant susceptible d'évoluer en 2025, aucun objectif n'a été défini

2.1.3 - Contrebalancer nos émissions de GES : évolution de notre politique séquestration à confirmer en 2025

Après 3 années de mise en oeuvre, un premier bilan de notre politique sur ce dernier levier était nécessaire. Une des conclusions de ce bilan est que la mise en oeuvre de notre engagement sur les deux premiers leviers climatiques (réduction et évitement de nos émissions) n'est pas encore suffisamment au rendez-vous pour activer le dernier levier d'augmentation des puits de carbone.

Entre la validation de notre trajectoire 1,5°C que nous souhaitons faire valider selon les standards SBTi en 2025, et l'accélération de la circularité de notre modèle d'affaires, ce bilan nous a fait prendre conscience que notre exemplarité doit d'abord porter sur ces deux premiers leviers,

... sans pour autant nous interdire d'agir sur l'accélération des puits de carbone.

Une analyse sera menée avec le Comité Planet courant 2025 pour définir la meilleure évolution de notre stratégie et maximiser son impact.

Cette nouvelle stratégie sera présentée publiquement dans notre prochain rapport extra-financier.



Isabelle GUYADER
Présidente Comité Planet United b
Head of Sustainability
Décathlon "Sports & Products"



Joël TRONCHON
Chief Sustainability
Officer
L'Oréal Europe



Jeanne DUPREZ
Cheffe de Projet Location
Leroy Merlin



Edwige REY
Associée
Responsable RSE
Mazars

Les membres du Comité Planet United.b



2.2 - Développer une plateforme leader de l'économie circulaire, au service d'une nouvelle création de valeurs

Dans un contexte où les consommateurs sont de plus en plus attentifs à l'impact environnemental de leurs achats, prolonger la durée de vie de nos produits représente un levier essentiel pour répondre à ces attentes et réduire notre empreinte climatique ; comme préserver les ressources en matières premières.

Près de 85 % de notre empreinte carbone provient de nos produits, notamment au travers de leur fabrication et de leur usage. C'est pourquoi United.b accélère sa transition vers un modèle circulaire, conciliant performances économiques et responsabilité environnementale.

L'économie circulaire est au cœur de notre stratégie, avec le développement d'un écosystème d'entreprises circulaires. Cette dynamique s'est renforcée en 2024 avec l'acquisition de Recyclea, spécialiste du réemploi de matériel IT, notamment des PC.

Par ailleurs, nous continuons d'accompagner la croissance de Recommerce, Reconomia, et de nos services de réparation.

Cette transformation se traduit par une progression constante du reconditionné dans notre chiffre d'affaires, représentant 4 % du chiffre d'affaires total en 2024.

En 2025, nous allons poursuivre cette ambition avec un objectif porté à 4,3 %.



Indicateur : CA reconditionné (% CA Total)

(consolidé United.b)

2024 : 4,0%

2023 : 3,4%

Objectif 2025 : 4,3%

2.2.1 - L'éco-conception chez Electro Depot

L'ENGAGEMENT D'ELECTRO DEPOT POUR L'ECO-DESIGN & L'ECO-PACKAGING

Chez ELECTRO DEPOT, la réduction de l'empreinte carbone des produits distribués est au cœur de notre démarche d'éco-amélioration. En 2024, nous avons intensifié nos efforts pour proposer des solutions toujours plus responsables et durables.

Une amélioration continue des produits :

Nous poursuivons notre engagement en optimisant nos gammes de gros électroménager afin de **réduire leur consommation énergétique**. En 2024, ELECTRO DEPOT a atteint une étape significative : l'empreinte carbone des produits GAM a diminué de 6 % par rapport à 2023. Cette progression se traduit par une plus grande présence de produits classés en catégorie énergétique A voire A-, visibles en magasin et sur notre site e-commerce.

Un packaging plus responsable :

En 2024, notre démarche d'éco-packaging a permis de repenser plus de 338 emballages, **réduisant ainsi de 85 tonnes notre consommation de plastiques**. Cela équivaut à la suppression de 17 millions de sacs plastiques de supermarché. Cette initiative s'inscrit dans notre stratégie de suppression et de substitution des composants plastiques au profit de matériaux plus vertueux comme le carton recyclé..

ELECTRO DEPOT continue d'affiner ses analyses de cycle de vie afin d'identifier précisément les leviers d'éco-amélioration de ses produits. Ces études nous permettent d'orienter nos futures actions en faveur d'une offre toujours plus durable et responsable.



Michael DEVRIESE
Responsable Projets de Transformation
Electro Depot Groupe



2.2.1 - L'éco-conception chez Boulanger



by Boulanger



b.fr/eco-conception

Boulanger accélère sa transition environnementale pour décarboner son offre.

Nos marques incarnent cette démarche au travers de l'éco-conception et l'éco-amélioration qui consistent à réduire les impacts environnementaux négatifs d'un produit tout au long de son cycle de vie, tout en garantissant sa fiabilité et sa performance.

En 2024, plus de 200 produits de notre catalogue ont bénéficié de notre initiative d'éco-conception.

Illustration :

Les équipes de développement de nos marques propres travaillent au quotidien pour proposer à nos clients de produits à moindre impact environnemental. Nous visons à atteindre 100 % de nos lave-linges hublot en classe énergétique A et un indice de réparabilité supérieur à 7. Nous éco-concevons également des produits de toutes les catégories: des souris démontables et réparables, des micro-ondes avec une plateforme optimisée grâce à une éco-sélection rigoureuse, et des coques de téléphone portable fabriquées à partir de matière recyclée, ainsi que des sacs utilisant un procédé de teinture en masse, beaucoup moins impactant que la teinture conventionnelle.



Futur gamme de
Lave-linges Hublot

100% A 100% IR >7

Etiquette
énergétique

Indice de
réparabilité

Souris filaire EB-F-ECO-N

essentiel



Matière recyclée

85% rABS
(sur 60% de la masse totale)

Réparabilité / Démontabilité

Product impact

- 0,5kg CO2e

- 14% CO2e

vs modèle initial proposé par le fournisseur

Micro ondes EM302N

essentiel



Consommation énergétique

- 5% conso

Réduction matière

-1,3kg

Product impact

- 14 kg CO2e

- 7% CO2e

vs modèle précédent 8008767



Raounak EL HAFI
Directeur Durabilité
Boulanger France



Benoît LALET
Ingénieur "Produits Durables"
Boulanger France

2.2.1 - L'éco-sélection chez Boulanger et ElectroDepot

Nos enseignes ont fait de l'éco-sélection un axe majeur de leur stratégie. Nos efforts portent principalement sur l'efficacité énergétique des produits et la sélection de fournisseurs engagés dans une production à faible empreinte carbone / engagés sur une trajectoire SBTi "-1,5°"..

1. Labels Énergétiques Performants

L'éco-sélection sur les labels énergétiques constitue le principal levier pour minimiser l'impact environnemental des produits à l'usage. En favorisant les références les plus performantes en termes d'efficacité énergétique, nous avons réussi à réduire significativement les émissions liées à l'utilisation des produits dans l'ensemble de nos rayons.

2. Sélection Responsable des Fournisseurs

Nous avons mis en place une stratégie d'éco-sélection de nos fournisseurs afin d'optimiser l'empreinte carbone des intrants de notre offre commerciale. Cette démarche repose sur plusieurs critères d'évaluation :

- Mix énergétique des lieux de fabrication : Nous priorisons les partenaires utilisant des sources d'énergie bas carbone.
- Proximité géographique : Nous favorisons le "made in local" pour limiter les distances parcourues.
- Modes de transport : Nous privilégions les solutions de transport bas carbone pour l'acheminement jusqu'à nos entrepôts.

3. Coopération et Engagements de Décarbonation

Nous avons engagé une dynamique de coopération avec nos fournisseurs autour d'un Joint Carbon Plan, alignant nos stratégies de réduction des émissions, notamment:

- La construction de trajectoires carbone communes et l'intégration d'engagements de décarbonation dans le cadre de nos négociations annuelles.
- L'échange et le partage de données environnementales (ACV, facteurs d'émission, attentes clients) pour renforcer la transparence et accélérer la transition.

2.2.2 - Ventes “durables” : Éco-chèques Belgique

Outre la vente de produits reconditionnés, d'autres actions sont possibles pour accélérer les ventes de produits et services participant à la transition énergétique & environnementale. Certaines sont **spécifiques à un pays** où United.b est présent, comme par exemple les éco-chèques en Belgique, où opèrent nos enseignes Kréfel et Electro Depot. Ce sont des chèques distribués aux salariés par leurs employeurs pour acheter des produits et services écologiquement responsables. Exonérés de taxes et charges, ils permettent de **stimuler l'achat de produits et services respectueux de l'environnement**.

Disponibles en magasin ou en ligne, **plus de 2 000 produits sont ainsi éligibles aux éco-chèques dans les principales catégories de produits**. En **2024**, leur part dans les ventes totales a progressé de deux points, atteignant 11,6 % contre 8,6 % en 2023, chez Krefel. Chez Electro Depot Belgique, ce taux s'élève à 12,6 % en 2024, contre 7 % l'année précédente. Cette hausse s'explique principalement par l'amélioration des classes énergétiques de nos gammes de lave-linges et donc l'élargissement de l'offre proposée.

Pour plus de détails sur le fonctionnement des éco-chèques:: <https://www.krefel.be/fr/ecocheques> <https://www.electrodepot.be/fr/eco-cheques.html>



Éco-chèques

Payez *en ligne* avec vos éco-chèques et choisissez parmi plus de 2000 éco-produits.

plu.ee 

Communication sur les éco-chèques sur le site internet de Kréfel



ECOCHÈQUES

VALBERG

Lave-linge hublot 10 kg VALBERG WF 1014 A-10 W180C

★★★★★ 4.5/5 (61)

- Classe énergétique : A
- Capacité : 10 kg
- Vitesse d'essorage : 1400 t

299€

Payer en plusieurs fois

Ajouter au panier

- ✓ En stock dans certains magasins
- ✓ Disponible pour livraison

Exemple produit éligible aux éco chèques chez Electro Depot



2.2.3 - Economie de la Fonctionnalité : Boulanger Location

Depuis 2009, Boulanger Location propose, via son site e-commerce, la location de produits multimédia et électroménager.

Une solution pensée pour une consommation responsable !

Notre mission : accompagner les Français à chaque étape de leur vie en facilitant l'accès à une consommation plus durable.

Les atouts de la location :

- 1 - Sérénité** : un service clé en main incluant un SAV dédié, ainsi qu'une garantie casse et vol sur certains produits.
- 2 - Flexibilité** : des durées d'abonnement adaptées à chaque besoin, de 1 à 3 ans, avec la possibilité de prolonger sans engagement.
- 3 - Consommation responsable** : accès à des produits de qualité et durables grâce à des mensualités accessibles.
- 4 - Maîtrise du budget** : aucun frais caché ! Tout est inclus, de la livraison à la récupération du produit, avec une mensualité fixe et prévisible.

En 2024, Boulanger Location a contribué à l'entretien de plus de 60 000 produits grâce aux **conseils d'utilisation et d'entretien** envoyés à nos clients, un chiffre stable par rapport à 2023.

Nous nous engageons à donner une seconde vie à tous nos produits en fin de location. 82 % d'entre eux ont été reconditionnés et réutilisés avec un usage identique en 2024, une progression d'un point par rapport à 2023.



Locations en cours
> 60 000

dont 16.000 nouvelles en 2024

Taux de Fidélité
> 78%

78,3 % des clients arrivant en fin de location ont prolongé ou renouvelé leur contrat de location en 2024 (+14 pts vs 2023)

Taux d'usage identique
82%

Un modèle circulaire performant : 82 % des produits récupérés en fin de location retrouvent une seconde vie pour le même usage après un processus de reconditionnement rigoureux. Pour les 18 % restants, nous optimisons leur valorisation par la vente de pièces détachées (10 %), la récupération par Reconomia (5 %) et le recyclage via nos partenaires (3 %).

Reconditionnement Vitamine T
50%

50% de nos produits Gros électroménagers et TV reconditionnés ont été envoyés chez Vitamine T, prestataire engagé dans l'inclusion sociale et locale. Cela représente plus de 2 100 produits en 2024.



2.2.3 - Economie de la Fonctionnalité : ElectroDepot Location courte durée



En 2024, Electro Dépôt a lancé une offre de location courte durée afin de tester un nouveau modèle de commerce circulaire, en cohérence avec sa trajectoire carbone. Cette initiative permet d'optimiser l'usage réel des produits tout en répondant aux attentes des consommateurs.

Avec cette solution, Electro Dépôt poursuit son ambition de "rendre accessible l'inaccessible" en proposant :

- Des équipements pour des usages ponctuels : sono, nettoyeurs, détacheurs,...
- Une alternative en cas de panne : TV, réfrigérateurs, lave-linge, ...

Cette démarche s'inscrit pleinement dans la vision d'Electro Dépôt d'être un commerçant utile.

Le dispositif se déploie progressivement dans 25 magasins, avec des conditions attractives :

- Durée de location : de 1 jour à 4 semaines.
- Produits concernés : une sélection d'équipements vendus chez Electro Dépôt.
- Tarification : un prix d'appel à la journée représentant environ 15 % du prix de vente.

Depuis juillet 2024, plus de 430 locations ont été enregistrées, témoignant de l'intérêt croissant des clients pour cette nouvelle approche plus flexible et responsable.



jeux de lumière



Nettoyeur /
Détacheur



Sabine LICOUR

Responsable Location ElectroDepot

Electrodepot France

2.2.4 - Réparation

La réparation de nos produits est un levier essentiel pour prolonger la durée de vie des appareils, offrir un meilleur service aux consommateurs, et réduire l'impact environnemental.

En 2024, la réparation chez **United.b**, via Solvarea (France) et nos partenaires, c'est :

- 900 personnes dédiées à la réparation omnicanale (en magasin, à distance et à domicile);
- Le recrutement de 100 techniciens supplémentaires spécialisés en électroménager, dont 40 % issus de la formation interne,
- 1,7 million d'interventions SAV,
- **Une activité hors garantie en forte croissance (+30 %), soutenue par le bonus réparation et notre offre par abonnement Boulanger Infinity et ElectroSur.**

Nous renforçons également notre engagement avec :

- Le plan REPAIR, un programme sur trois ans visant à améliorer la qualité de service et développer une plateforme scalable et rentable d'ici 2027,
- L'extension de l'offre Infinity, qui inclut désormais la réparation des smartphones,
- Le déploiement d'outils d'aide au diagnostic basés sur l'IA, pour optimiser l'efficacité de nos réparations, et demain l'auto-réparation.
- L'investissement dans des outils informatiques qui permettront de délivrer une expérience client fluide et efficace.

“

*Nous poursuivons la transformation de notre offre de services pour **démocratiser l'accès à la réparation et lutter contre le gaspillage.***

*Avec l'extension du bonus réparation et notre abonnement Infinity, nous incitons toujours plus de consommateurs à **privilégier la réparation plutôt que le remplacement.***



David TOURQUETIL
Directeur de la Réparation
Boulanger

”



2.2.4 - Réparation : l'abonnement à la réparation

Electro Dépôt a été le **1er retailer à lancer, en 2015, une assurance panne foyer** (Garantie Tranquillité, avec Oney). En 2021, un nouveau cap a été franchi avec le lancement de **Electrosur, la 1ère assurance panne foyer à vie**.

L'abonné peut couvrir trois univers de produits : électroménagers, multimédia, image & son. Un univers couvert revient à 6 € par mois, deux univers 11 €, et trois univers 15 €.

En souscrivant à l'offre Electrosur, les clients assurent contre la panne tous les produits, âgés de moins de trois ans au moment de l'adhésion, qu'ils aient été achetés chez Electro Dépôt ou ailleurs. Il n'y a aucune vétusté ni franchise quel que soit l'âge du produit lors du sinistre. Et **le service de réparation intègre le déplacement d'un technicien, les pièces et la main d'oeuvre**.

Fin 2024, 130 000 clients actifs sont engagés dans ce programme, couvrant plus de "210 000 univers".
Pour plus d'informations, voir : <https://www.electrodepot.fr/electrosur?q=electrosur>



ELECTROSUR
by  **ELECTRO DEPOT**

TOUS VOS APPAREILS ASSURÉS

À VIE

Dès **6€^{TTC}** /mois

 Cofidis

 Ub United

The graphic features a yellow and black background. On the left, the 'ELECTROSUR by ELECTRO DEPOT' logo is displayed. Below it, the text 'TOUS VOS APPAREILS ASSURÉS' is written in bold black letters. In the center, the words 'À VIE' are written in large, red, 3D-style letters. To the right, a circular badge with a black border contains the text 'Dès 6€^{TTC} /mois'. At the bottom right, the Cofidis logo (a sunburst) and the Ub United logo (a globe) are visible. Small icons of various household appliances like a washing machine, refrigerator, and TV are scattered at the bottom of the graphic.

2.2.4 - Réparation : l'abonnement à la réparation

Afin d'accélérer et de rendre encore plus accessible la réparation des produits, Boulanger a lancé, en Mai 2022, l'abonnement à la réparation "**Club Infinity**". Ce faisant, il permet à ses clients de couvrir l'ensemble des produits du foyer en cas de panne.

En **2024**, après l'électroménager, le multimédia, l'image et le son, Boulanger lance son abonnement à la réparation sur une **nouvelle catégorie de produits : les smartphones** !

En souscrivant à l'offre "**Club Infinity**", les clients Boulanger bénéficient en outre de l'ensemble des avantages fidélité du programme d'engagement de Boulanger. L'adhésion peut se faire en ligne ou physiquement en magasin.

Pour plus d'informations, voir : <https://www.boulanger.com/evenement/boulanger-infinity>



Assurance & protection
Smartphone⁽¹⁾



boulanger
LE CLUB
INFINITY⁽¹⁾

**Protégez vos smartphones
et ceux de toute votre famille!**

à partir de
15€99⁽¹⁾
/mois



boulanger
LE CLUB
INFINITY⁽¹⁾

Réparation en illimité*

De vos appareils achetés
chez Boulanger ou ailleurs.

À partir de
9,99€/mois⁽²⁾

Électroménager • Multimédia • Image & son



2.2.5 - Indices de réparabilité / durabilité

L'indice de réparabilité, mis en place en 2021, a été un premier pas essentiel pour informer nos clients sur la facilité de réparation de leurs appareils. Cependant, il était limité à la seule dimension de la réparabilité.

L'indice de durabilité, qui entre en vigueur progressivement, va plus loin en intégrant d'autres critères essentiels tels que la robustesse, la fiabilité et la facilité d'entretien des produits.

Cet indice de durabilité sera présent sur les TV à partir du 8 janvier 2025 ; et sur les machines à laver à partir du 8 avril 2025.

Boulangier a toujours placé la qualité et la durabilité au cœur de sa stratégie. **Nous avons été les premiers à soutenir et à mettre en œuvre l'indice de réparabilité**, et nous sommes fiers d'être aujourd'hui à l'avant-garde de l'indice de durabilité.

Concrètement, nous avons :

- **Renforcé nos processus de conception,**
- **Développé des partenariats avec des fournisseurs engagés,**
- **Investi dans la formation de nos équipes,**
- **Amélioré la disponibilité des pièces détachées,**
- **Mis en place des actions pour sensibiliser nos clients.**

“

En tant que Directeur Qualité et Conformité, j'ai été au cœur de la transition de l'indice de réparabilité vers l'indice de durabilité. Cette évolution représente une **avancée majeure dans notre engagement envers une consommation plus responsable et durable.**

La transition vers l'indice de durabilité est une étape importante, mais notre engagement ne s'arrête pas là. Nous continuons à travailler activement pour améliorer la durabilité de nos produits et réduire notre impact environnemental.

Nous sommes convaincus que l'indice de durabilité est un outil précieux pour informer et guider nos clients vers des choix plus responsables. **En tant que leader majeur de notre secteur, nous avons la responsabilité de montrer l'exemple** et de contribuer à construire un avenir plus durable.

”



Emmanuel PLACE

Directeur Qualité & Conformité

Marques Boulangier et Marques Internationales
Boulangier France



2.2.6 - Rachat, Collecte & Tri

La collecte est un enjeu majeur. En tant que distributeur et metteur sur le marché, nous sommes soumis à une Responsabilité Élargie des Producteurs (R.E.P.) qui nous oblige à pourvoir ou contribuer à la gestion de nos produits usagés.

Depuis 2006, United.b s'investit activement dans la reprise des Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques (DEEE), en collaborant avec les éco-organismes de chaque pays où nous sommes implantés : ECOLOGIC en France, RECUPEL en Belgique et ECOTREL au Luxembourg.

Notre ambition est de **construire une filière de collecte efficace** pour maximiser l'intégration des produits dans l'économie circulaire. Pour cela :

- Nous mettons à disposition des bacs et meubles de collecte dans nos magasins et entrepôts afin d'inciter nos clients à rapporter leurs équipements usagés.
- Lors de chaque livraison, nous proposons systématiquement la reprise de l'ancien appareil.
- Boulanger va même au-delà de ces obligations légales en organisant, depuis 2020, la "Big Collecte", où la reprise des produits usagés n'est pas conditionnée à l'achat d'un nouvel équipement.

Les produits collectés sont ensuite confiés à la filière DEEE pour être recyclés ou reconditionnés pour une seconde vie.

Grâce à ces initiatives, nous avons enregistré une progression significative du volume collecté, avec 80 984 tonnes de EEE récupérées en 2024, soit une augmentation de plus de 27 % par rapport à 2023. Cette croissance est aussi portée par l'essor de nos solutions de rachat, l'engagement renforcé de nos enseignes ; et la montée en puissance des démarches engagées sur le réemploi.



Résultat : Tonnes de EEE (dont DEEE) récupérées

(consolidé United.b)

2024 : 80 984 tonnes

2023 : 63 474 tonnes

Objectif 2025 : > 82 000 tonnes



Indicateur : Evolution des tonnes EEE (dont DEEE) récupérées

(consolidé United.b)

2024 : + 27 % versus 2023

2023 : + 50 % versus 2022

Objectif 2025 : +1% versus 2024

2.2.6 - Rachat, Collecte & Tri

Focus “Rachat Omnicanal” (Partenariat Recommerce, CircularX & Boulanger)

chez Boulanger dans ses quatre différents modèles : l'iPhone 16 de base, l'iPhone 16 Plus et son écran plus grand, l'iPhone 16 Pro aux performances encore meilleures, et l'iPhone 16 Pro Max qui est le modèle le plus performant. Ce nouvel iPhone 16 inclut une multitude de nouveautés, dont un bouton Camera Control, de nouveaux coloris et des matériaux encore plus résistants.

[Lire la suite](#) ▾

iPhone 16 iPhone 15 iPhone 14

Filter

Produits **reconditionnés**

+100€ bonus rachat **Meilleure vente**

 Smartphone **APPLE** iPhone 16 Pro Max Titane Sable 256Go

★★★★★ (125)

Comparer

 **Revendre votre appareil**

Assurez votre smartphone

1431,99€

Ajouter au panier

*Le parcours de rachat omnicanal :
Rachat intégré dans le parcours
d'achat chez Boulanger*

“

Le rachat omnicanal permet une expérience unique : Le client peut revendre son ancien produit pour bénéficier d'une remise immédiate sur l'achat du nouveau : il peut par exemple acheter un nouveau smartphone en revendant son ancienne console.

*C'est aussi une avancée technique importante : en intégrant la reprise au cœur du parcours d'achat via les API CircularX, **nous simplifions le parcours pour le client comme pour le vendeur.***

Nous sommes convaincus que ce modèle est une réponse pertinente aux nouvelles attentes du marché : une consommation plus durable et un pouvoir d'achat préservé.



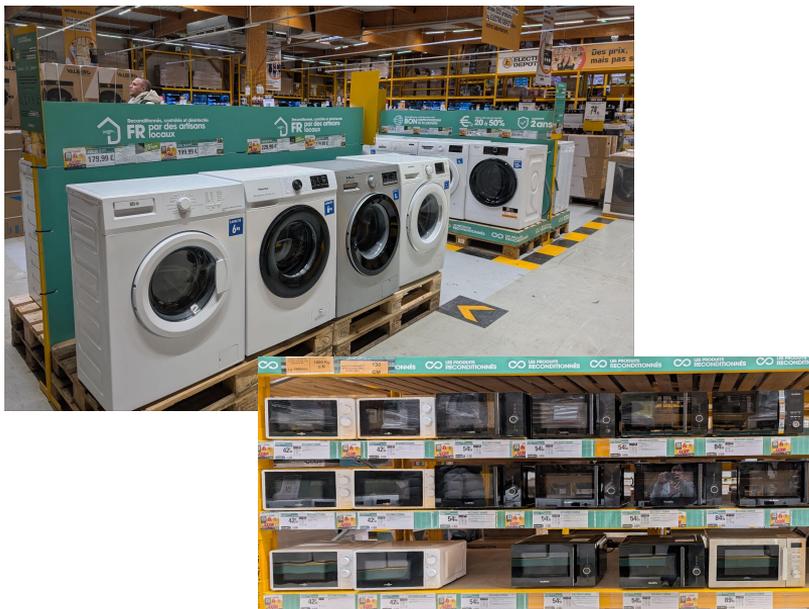
Benoit VARIN

**Secrétaire Général - Co Fondateur
Recommerce Group**

”



2.2.7 - Offre "Reconditionnée" : Electro Depot - Gros électroménager



Corner produits Reconditionnés Electro Depot
Rennes et Villeparisis

“

En 2024, **66 magasins** proposent du Gros Électroménager (GAM) reconditionné, et l'engouement des clients ne cesse de grandir.

L'an dernier, nous avons vendu **près de 10 000 produits**, permettant d'éviter l'émission de centaines de tonnes de CO2 par rapport au neuf. Depuis le début du projet, notre démarche a un impact environnemental significatif.

Notre ambition ? **Aller plus loin** pour faire du reconditionné une **véritable opportunité**, dans l'esprit « **La bonne affaire Electro Dépôt** ». Nos équipes sont toujours plus engagées pour proposer des produits accessibles et responsables. En favorisant un **sourcing en France** et en travaillant avec le tissu économique local, nous garantissons des produits de qualité tout en soutenant l'économie circulaire.

”



Sarah GUEMARD
Cheffe de projet Economie Circulaire
Electro Depot France



2.2.7 - Offre “Reconditionnée” : Electro Depot - IT & Com’



Campagne TV “Reconditionnés Electro Depot”
& Mise en avant “Reconditionnés” Leers

“

En 2024, nous avons été la **première enseigne**, dans nos métiers, à lancer une **campagne télévisée sur le reconditionné**. Grâce à cette initiative, nous avons vendu plus de 10 000 smartphones Samsung et gagné plus de 10 points de part de marché sur la période.

Nous avons poursuivi le développement de la vente de PC portables reconditionnés . Cette stratégie nous a permis, pour la première fois, de dépasser les **20 % de chiffre d'affaires** issus de l'économie circulaire sur cette catégorie.

Notre ambition ? Continuer à enrichir notre offre en produits reconditionnés, avec un focus sur les tablettes et les PC portables.

2025 sera une étape clé avec notre partenariat avec Recycléa. Avec l'ensemble des équipes d'Electro Depot, nous renforcerons notre **engagement en faveur de l'économie circulaire** aux côtés d'une entreprise sociale et solidaire (ESS).

”



Guillaume DOUTRIAUX
Directeur de Marchés IT/COM
Electro Depot France

2.2.7 - Offre "Reconditionnée" : Boulanger - Gros électroménager



“

Afin d'élargir notre offre Home Confort reconditionnée, nous avons renforcé notre partenariat avec Reconomia en implantant de **nouveaux sites à proximité de leurs zones de production**. Cette dynamique nous a permis d'intégrer une offre de gros électroménager reconditionné dans 40 magasins, avec une forte accélération en 2024 (+ 30 nouveaux magasins).

Au-delà de la croissance de notre chiffre d'affaires, cette expansion nous a aidé à **affiner notre approche** : mieux sélectionner les gammes, ajuster nos stratégies de prix et confirmer l'appétence des clients pour ces produits.

Pour soutenir cette montée en puissance, nous avons **adapté nos outils, initialement conçus pour gérer du neuf en volume, afin d'y intégrer efficacement la gestion de la seconde vie**.

En 2025, nos principaux défis seront d'intensifier la formation et l'acculturation des équipes, d'améliorer la visibilité de notre offre en digital ; et d'élargir nos partenariats pour soutenir notre ambition de développement.

”



Anthony DEBAT
Pilote Déploiement Seconde Vie
Boulanger France



2.2.8 - Reconditionnement : Reconomia



“

L'année 2024 marque une accélération importante pour Reconomia !

*Notre plateforme devient un **acteur officiel de la “Prévention de la gestion des déchets”** à travers une convention signée avec l'éco-organisme **Ecologic** en France. Notre réseau s'étend sur l'hexagone avec plus de 100 points de vente pour les appareils reconditionnés.*

*Nous lançons également notre solution au **Luxembourg** avec Hifi, n°1 de l'électroménager sur le territoire, et **Ecotrel**, éco-organisme national.*

*Nous démontrons l'efficacité environnementale de notre modèle notamment au travers de la **performance de réemploi exceptionnelle** dans la région Hauts-de-France où nous dépassons 6% de réemploi GAM par rapport aux tonnages du neuf mis en marché, soit trois fois plus que l'objectif du cahier des charges de la filière. Et ce, notamment, grâce à un maillage optimisé de 6 reconditionneurs dont Vitamine T qui est un acteur historique du réemploi.*

”



Daniel BROCHE
Directeur Général
Reconomia



2.2.8 - Reconditionnement : Recyclea



Recyclea, un acteur engagé de l'économie circulaire et de l'inclusion

Recyclea est une **entreprise adaptée** qui emploie majoritairement des personnes en situation de **handicap**.

Depuis 2011, elle accompagne ses clients (Société Générale, Decathlon, Dell, BNP, Safran, ...) dans la gestion de leurs actifs IT en fin de vie, en proposant **une offre complète allant de la collecte au reconditionnement**. Elle développe également la **revente de ces produits sur le marché du BtoB**.

En tant qu'**acteur majeur de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS)**, Recyclea se distingue par son centre de support IT, qui renforce la valeur de son offre.

À travers ses activités, elle contribue à la préservation des ressources en prolongeant la durée de vie des équipements IT, tout en favorisant l'emploi et le développement des compétences pour une société plus durable et inclusive.

2.2.8 - Reconditionnement : Recommerce

Depuis 2009



+6 millions de produits reconditionnés



300k tonnes de CO² non émises



413 M€ reversés aux consommateurs



18 000 points de vente distributeurs dans + **25** pays en Europe



+5 reconnaissances



Recommerce, acteur clé de l'économie circulaire, **prolonge la durée de vie des appareils électroniques** grâce à ses **programmes de rachat** et à sa **maîtrise du processus de reconditionnement** (effacement des données, tests, réparation, garantie). Notre objectif : **réduire l'impact environnemental du numérique**, offrir un meilleur **pouvoir d'achat** aux consommateurs ; et développer une **économie circulaire créatrice d'emplois** en France et en Europe.

18 000 points de vente



PLATEFORME RECOMMERCE



RACHAT ET REPRISE AUX PARTICULIERS



ACHAT AUX PROFESSIONNELS



PRIX - FINANCE MANAGEMENT - PERFORMANCE - RELATION CLIENT

Reconditionnement

1

Effacement de données certifié ADISA

2

Tests 56+ points contrôle Certifié ISO 14001, 9001, 27001, Label RECQ

3

Réparation en Europe Pièces CE

4

Logistique et revente



400+ canaux de revente

2.2.9 - Recyclage : Déchets industriels banals

Palettes, ferrailles, papiers, carton ou encore films plastiques... si notre déchet principal a beau être les produits DEEE, **nous avons également la responsabilité de travailler sur la valorisation des déchets annexes à nos produits**, communément appelés Déchets Industriels Banals (DIB).

Pour ce faire, nous avons lancé **depuis 2022** des projets de synergie entre nos enseignes sur ces différentes valorisations. Concrètement, sous forme de test grandeur nature, nous avons mutualisé la collecte du polystyrène et du carton entre nos enseignes. Par exemple les déchets des magasins Boulanger sont acheminés sur les plateformes de livraison, où se trouve un compacteur spécifique pour chacun de ces deux déchets.

Une fois compactés, ces deux matières premières secondaires ont été revendues à des filières en recherche de ces composants.

Des initiatives similaires ont lieu chez ElectroDepot et chez Krefel



Cartons compactés



Polystyrènes compactés

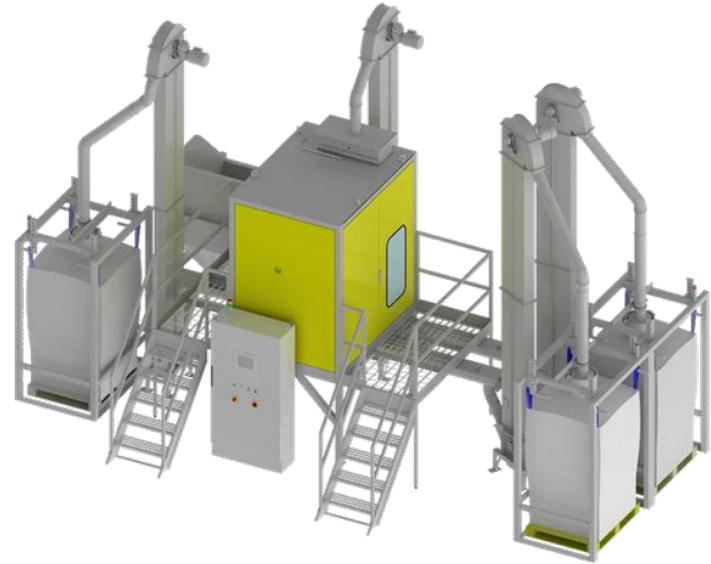
2.2.9 - Recyclage : Environnement Recycling - un nouveau maillon dans le tri des plastiques

Purification des Plastiques ABS et PS par Triboélectricité :

Environnement Recycling a **finalisé en 2024** une installation dédiée à la séparation du mélange riche en ABS et en PS. En effet, cette technologie garantit à la fois des **capacités de traitement conséquentes** (>1 tonne / heure) et des **hauts degrés de pureté des broyés** (> 95%) ; étape incontournable **pour obtenir des matières plastiques recyclées de qualité**.

Environnement Recycling a mis en place une technologie innovante permettant de trier efficacement les plastiques ABS et PS par triboélectricité. Ce système de séparation ne dépend ni de la couleur, ni de la densité, ni de la forme des matériaux, ce qui en fait une solution particulièrement performante.

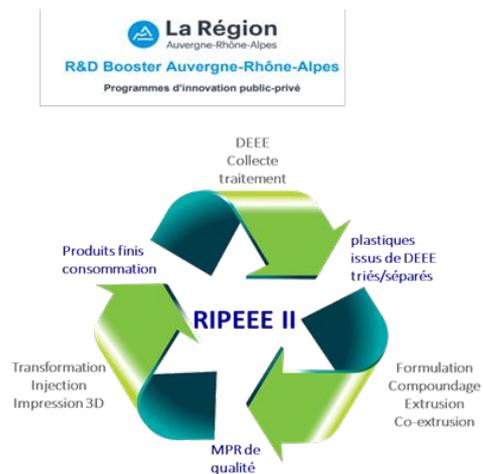
Cette avancée contribue à améliorer la qualité des plastiques recyclés et à favoriser leur réintégration dans de nouvelles chaînes de production.



2.2.9 - Recyclage : Environnement Recycling - un nouveau maillon dans le tri des plastiques

Recyclage Innovant de Plastiques issus de DEEE - RIPEEE

→ Du déchet au produit fini



Des partenaires compétents et impliqués

Initiative Régionale unique : boucle d'économie circulaire bouclée



Environnement Recycling a mis en place et coordonne une approche innovante et globale de co-développement gagnant/gagnant. L'objectif est de boucler la boucle vertueuse, localement : du déchet au produit final **en optimisant à la fois les ressources et également les distances**. Intégrer l'amont et l'aval de la circularité permet de créer une synergie constructive et produire des matières recyclées de haute qualité technique et environnementale.

Les membres du consortium régional RIPEEE partagent plusieurs valeurs et convictions. Au delà de la conviction que le recyclage est possible; **l'ensemble des partenaires mettent en commun leur expertise et leurs moyens ; pour porter,**

- **en plus des valeurs industrielles et environnementales,**
- **des valeurs humaines fortes** comme celle de contribuer à la formation des jeunes (Doctorants, alternants, ...) et celle d'une communication factuelle et actuelle.

**ENJEU ÉTHIQUE &
GOUVERNANCE :
CONTRIBUER À UN MONDE
+ ÉTHIQUE, + SÛR
ET + RESPONSABLE**



Nous nous engageons à ce que chaque collaborateur ait un comportement éthique en développant des pratiques loyales et transparentes





Objectif : Renforcer et améliorer en continu nos process afin de garantir le respect de nos engagements éthiques et des exigences réglementaires





3 - Contribuer à un monde + éthique, + sûr et + responsable

3.1 Garantir une conduite des affaires éthique et responsable

3.2 Garantir à nos parties prenantes une gestion des données sécurisée dans le respect de leurs droits et de leurs intérêts

3.3 Veiller durablement à la qualité et au respect des pratiques sociales et environnementales sur toute la chaîne de valeur et à la qualité de nos produits

Indicateurs :

- Taux de collaborateurs formés à la lutte contre la corruption
- Pourcentage d'avancement des formations à suivre sur la thématique cnil & sécurité
- Pourcentage de nos nouveaux sites de production de Marques Propres audités selon notre niveau d'exigence



3.1 - Garantir une conduite des affaires éthique et responsable

L'éthique est l'une des valeurs fortes de United b. C'est une condition sine qua non afin d'atteindre l'objectif de contribuer à un monde plus durable.

Dans cette optique, United.b et ses filiales s'engagent à entretenir des relations basées sur le respect, la loyauté et la transparence avec l'ensemble des parties prenantes qui constituent son écosystème.

Un corpus documentaire, ayant pour référentiel la loi Sapin II et les recommandations de l'AFA, est mis à jour régulièrement. Il a vocation à définir l'ensemble des principes qui guident nos relations avec nos parties prenantes, en particulier concernant la probité.

Il est complété d'un dispositif d'alerte éthique garantissant l'anonymat, plateforme complémentaire aux canaux de communication managériale et RH, permettant de signaler toute atteinte à la probité et plus largement, tout comportement inapproprié ou illégal en entreprise.

Un bilan des alertes et leur traitement est présenté annuellement aux directions des entreprises et du Groupe ainsi qu'au Comité Audit.

United.b a mis en place un programme de formation obligatoire à la lutte contre la corruption. En 2024, ce dispositif a permis à 10 581 collaborateurs de se former à la lutte anti-corruption.

En 2024, le Groupe a mis en place un formulaire de déclaration d'intérêts et a harmonisé le corpus documentaire afin qu'il soit identique dans toutes les entités.

Nos objectifs: Prévenir, détecter et traiter les faits de corruption sur l'ensemble de nos activités. Dans ce contexte, la prévention tient une place très importante dans notre dispositif.

C'est pourquoi nous nous engageons à ce que la formation soit un pilier majeur de notre dispositif (collaborateurs ou décisionnaires).



Indicateur : % de l'ensemble des collaborateurs du Groupe formés à la lutte contre la corruption (consolidé United.b)

2024 : 85 %

2023 : 80 %

Objectif 2025 : > 85%

Nos 8 champs d'actions :



La Gouvernance

Afin d'atteindre ce niveau d'exigence et d'exemplarité dans le domaine éthique, le groupe s'engage à coordonner, animer et contrôler les programmes de compliance construits autour des cartographies de risque de corruption.

Le dispositif de Compliance est porté par les instances dirigeantes de chacune des enseignes, garantes de la mise en œuvre, de l'application et du maintien en condition opérationnelle auprès du Comité Audit.

“

La création d'un code de conduite unifié au niveau Groupe United.b marque une étape décisive dans notre engagement éthique. En harmonisant les pratiques auparavant disparates entre nos Business Units, nous avons renforcé la cohérence de notre identité d'entreprise et clarifié nos exigences pour l'ensemble de nos collaborateurs et partenaires. Cette démarche, destinée à simplifier notre gouvernance, nous a également permis d'établir un cadre de référence commun qui reflète nos valeurs fondamentales et nos engagements en matière de responsabilité sociale, environnementale et éthique.

”

Charles Thomasse
Responsable Compliance Electro Depot



Maxime Gaveriaux
Directeur Compliance Boulanger

“

Les principes de transparence et d'éthique sont essentiels dans la conduite de nos affaires. Avec l'adhésion de nos dirigeants, nous avons lancé sur 2024 pour la première fois une campagne de déclaration d'intérêts auprès des fonctions exposées de United.B, Boulanger et Electro-Dépôt. Cette démarche sera renouvelée chaque année et s'inscrit pleinement dans la prévention des conflits d'intérêts et la sécurisation de nos activités.

”

”

3.2 - Garantir à nos parties prenantes une gestion des données sécurisée dans le respect de leurs droits et de leurs intérêts

La digitalisation de nos activités nous invite à repenser notre conduite des affaires. La donnée est devenue en quelques années un enjeu primordial.

Certains types de données comme les données personnelles de nos clients, fournisseurs et salariés font l'objet d'une attention particulière compte tenu du risque important d'atteinte à leur vie privée.

A cet effet, United.b a déployé une politique de traitement des données personnelles respectueuse des droits de nos clients, fournisseurs et salariés et sécurisée.

Nous nous engageons à contrôler tous les projets/processus traitant de la donnée personnelle et à former l'ensemble des équipes à ces enjeux.

Nos objectifs

Utiliser les données personnelles de nos clients, fournisseurs et salariés dans le respect des standards du RGPD :

- en s'assurant de la conformité de l'ensemble des projets traitant des données personnelles, dès leur conception (privacy by design) ;
- en collectant les données strictement nécessaires et en supprimant les données obsolètes ;
- en faisant preuve de transparence et d'une pédagogie adaptée ;
- en sécurisant l'accès à ces données ;
- en formant 100% de nos collaborateurs à ces enjeux ;
- en imposant un standard contractuel à nos partenaires.

Notre Politique

Conscient de la nécessité de respecter les droits fondamentaux de nos clients, fournisseurs et salariés, nous nous engageons à atteindre le plus haut degré de conformité aux règles exigeantes posées par le RGPD en repensant et en améliorant en permanence notre façon de faire des affaires.

Former et Informer :

- Former l'ensemble de nos collaborateurs à la protection des données personnelles qu'ils collectent et traitent.
- Informer nos clients, fournisseurs et salariés sur les traitements mis en œuvre par nos entreprises sur leurs données

Accompagner :

- Identifier l'ensemble des traitements de données personnelles pour accompagner les équipes dans la conformité de leur projet dès leur conception (Privacy by Design).
- Apporter des solutions conformes aux exigences légales lors du lancement d'un projet
- Permettre aux clients, fournisseurs et salariés l'exercice de leurs droits dans les meilleures conditions
- Offrir des solutions commerciales et techniques adaptées et conformes (cookies, confidentialité, respect des consentements, sécurité..)
- Sécuriser notre S.I. via la fédération d'application, l'audit des solutions SaaS et la mise en place d'un EDR

Depuis 2022, le DPO Groupe assure la coordination entre les DPO et les assiste en cas d'incidents majeurs. L'ensemble des contrats cadre groupe ont également été validés par le DPO Groupe.

Contrôler : Un audit de conformité au RGPD a été réalisé en 2024 sur 4 entités du Groupe afin de s'assurer de la conformité des dispositifs en place.

La Gouvernance

United.b a mis en place une gouvernance autour de la protection des données. Les comités Sécurité et Data Privacy se réunissent plusieurs fois par an, un reporting spécifique est réalisé auprès du comité audit et le **DSI Boulanger a un rôle transverse à compter de 2024 dans l'animation des équipes sur ces sujets.**

Afin de s'assurer que les moyens et actions mis en œuvre sont suffisants, pilotés et sécurisés, chaque entreprise du groupe a désigné un délégué à la protection des données personnelles (DPO) ainsi que des Responsables Sécurité Informatique (RSI). L'ensemble est coordonné par un DPO Groupe et un Responsable Sécurité des Systèmes d'Information (RSSI) Groupe.



Indicateur : % des salariés ayant suivi la formation obligatoire Cnil & sécurité
(consolidé United.b)

2024 : 63,0%

chez Boulanger + Electro Dépôt (France) + Recommerce :

2024 : 84,5 %

Objectif 2025 : > 62 %

2023 : 88,8 %

“ La sécurité de nos systèmes et des données de l’entreprise est notre enjeu prioritaire sur lequel nous avons considérablement accéléré nos efforts cette année. Fort d’équipes et moyens renforcés, d’une sensibilisation élargie et d’une ambition forte, nous abordons cette nouvelle phase avec beaucoup d’envie. ”



Sébastien HIDOCQ
DSI Boulanger & Leader Digital United.b

“ Dans un contexte numérique de plus en plus complexe, la Cybersécurité est un enjeu majeur pour l’entreprise. ”

Au cours de l’année écoulée, United.b a renforcé sa stratégie de cybersécurité en adoptant une approche proactive basée sur la gestion des risques, la formation continue des collaborateurs et l’intégration des meilleures pratiques . ”

Sébastien THELLIER
R.S.S.I. Boulanger

“ L’année 2024 montre à quelle point la protection des données est devenue un enjeu de société. Au delà du cadre réglementaire et du risque de sanction, c’est l’image de l’entreprise qui est en jeu. ”

Boulanger et plus globalement United.b s’organisent pour renforcer la sécurité de ses données en contrôlant et en accompagnant les nouveaux projets ”



Jean-Benoît LOBJOIE
DPO Boulanger



3.3 - Veiller durablement à la qualité et au respect des pratiques sociales et environnementales sur toute la chaîne de valeur et à la qualité de nos produits

Nos fournisseurs, sous-traitants ainsi que l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement constituent une partie prenante essentielle dans la chaîne de valeur de United.b en amont et en aval de nos activités. Nous sommes conscients des impacts sociaux et environnementaux générés par les activités du groupe et des parties prenantes de cet écosystème.

Les risques sociaux et environnementaux ont été identifiés à travers une cartographie basée sur une analyse de matérialité. Nous mettons en œuvre les actions de mitigation nécessaires afin de réduire leurs impacts et leurs probabilités. Nous nous engageons à développer des relations durables et responsables avec nos parties prenantes et en y intégrant les objectifs fixés dans notre feuille de route liée à nos enjeux ESG.

Notre plan de vigilance et sa mise en œuvre par un dispositif opérationnel a aussi pour but de structurer notre démarche en la matière et de nous conformer aux standards internationaux et à la loi française n°2017-399 de 2017, relative au devoir de Vigilance. Ainsi, une cartographie a été réalisée dans le but d'animer et d'évaluer l'efficacité du suivi des mesures de remédiation. Ce dernier est complémentaire à notre mécanisme de remontées d'alerte ouvert aux tiers.

En tant que **distributeur**, nous responsabilisons nos partenaires en partageant avec eux notre charte éthique qui les engage à respecter ces principes fondamentaux. Nous nous assurons que tous nos partenaires industriels adhèrent à la charte que nous avons mise en place.

En tant que **fabricant** (Boulangier Production et Electro Dépôt), nous nous engageons à concevoir et développer nos produits avec des partenaires industriels dans le respect de notre seuil d'exigences qualités, sociales et environnementales.

Nous sommes également vigilants sur la **sécurité des consommateurs utilisateurs des produits que nous concevons et commercialisons**. En tant que distributeur, nous nous engageons à surveiller systématiquement les remontées sécuritaires en provenance des clients afin de nous assurer de la sécurité des produits après mise sur le marché et en tant que fabricant, nous sommes extrêmement vigilants aux éventuels problèmes de sécurité liés à nos produits.

C'est la raison pour laquelle nous analysons de manière systématique toutes les remontées qui pourraient porter atteinte à la santé ou à la sécurité de nos clients.

Nos objectifs

Nous avons comme objectif que 100 % des partenaires industriels se conforment 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 (Bureau Veritas, Qimua...). Ces audits sont constatés par les leaders RSE et un suivi des sites de production est mis en place, que ce soit en Europe ou en Chine.

Nous accompagnons nos partenaires pour que notre politique s'inscrive dans une démarche permanente et continue. Nous nous engageons à cesser toute activité avec les fournisseurs ne souhaitant pas s'améliorer ou si lors d'audits inopinés, nous constatons un manquement critique au respect de nos exigences.

Indicateur : % de nos nouveaux sites de production de Marques Propres audités selon notre niveau d'exigence



2024 : 100% Boulangier Production & Electro Depot

2023 : 100% Boulangier Production & Electro Depot

Objectif 2025 : 100% Boulangier Production & Electro Depot

“

Boulangier met tout en œuvre pour accompagner ses partenaires industriels de marques propres à respecter notre politique d'audit social et à améliorer durablement les conditions de travail.

Au travers d'audits réalisés par des tiers experts et indépendants, nous nous assurons du respect des principes fondamentaux :

- **L'interdiction : du travail des enfants, du travail forcé, des pratiques disciplinaires abusives et de la discrimination.**
- **Un environnement de travail sûr et sain, le respect des heures de travail et le respect des salaires.**

Le référencement de tout nouveau site de production est soumis à un audit qui doit être conforme à notre politique.

Notre démarche est également renforcée au travers de notre adhésion à l'ICS (Initiative for Compliance and Sustainability)
<https://ics-asso.org/fr/>

”



Raounak EL HAFI
Directeur Durabilité
Boulangier

“

L'année 2024 a été en continuité avec ce qu'on a démarré en 2023 à savoir l'accélération des audits effectués par le biais d'ICS, sur 110 usines actives 77% d'entre elles sont auditées via ICS. Cette stratégie de passer l'ensemble de notre parc industriel via ICS se terminera en 2026 et 100% des usines seront auditées ICS.

Sur la partie produit maintenant nous avons pris le parti cette année d'accélérer les autocontrôles documentaires fortement axés sur les fournisseurs de produits No Name au travers de notre partenaire indépendant SGS afin d'accentuer la pression sur ces derniers.

”



Mathieu Sand
Responsable Qualité & Conformité Produit
Electro Depot





ANNEXES

Correspondance ODD



Nos enjeux People

Nos risques

Nos champs d'action

Nos indicateurs

Correspondance ODD

1.1 Détecter, développer, révéler et fidéliser nos Talents

Perte d'attractivité de la marque-employeur : incapacité à attirer et retenir les talents

Difficultés à embaucher et augmentation des licenciements

Coûts du turnover, de l'absentéisme et du désengagement

Inadéquation des compétences aux évolutions de nos métiers, du marché

Difficultés à accompagner la diversification et l'augmentation de certaines activités à cause de la pénurie de certains métiers

Ne pas déceler dans nos collaborateurs d'aujourd'hui les dirigeants de demain et de ne pas pouvoir alimenter les fonctions clés

Une marque employeur attractive

Capacité à innover /Proximité des jeunes

Former nos collaborateurs aux métiers du management

Ecole de formation - parcours métiers et compétences

Identification des compétences pénuriques

Partenariat école et CFA innovant

Parcours spécifique DM/DR/futur dirigeants/femmes

% DM issus de la promotion interne

Nb d'heures de formation

% des recrutements en mobilité interne

Femmes manager

Féminisation top management



1.2 Garantir la santé et la sécurité et veiller au bien-être de nos collaborateurs

Augmentation des accidents du travail, leur fréquence et gravité, ainsi que les maladies professionnelles

Coûts liés aux accidents du travail dont les accidents de la route

Discriminations/harcèlement

Veiller à la santé et à la sécurité des collaborateurs

Veiller à la présence de nos collaborateurs auprès de nos clients

Maintenir un climat positif et progressiste

Bien-être au travail

NPS Collaborateurs

% des collaborateurs actionnaires de l'entreprise

Taux de fréquence des accidents du travail

Pour information
Nombre d'accords signés avec les OS / négociations engagées



1.3 Renforcer notre engagement solidaire et responsable

Discriminations/harcèlement

Risque d'image d'un groupe n'agissant pas pour les enjeux sociétaux

Manque de diversité dans les recrutements

Promouvoir la diversité

Process de recrutement

Entreprise engagée

Agir localement aux luttes mondiales (Faim, Pauvreté, Éducation, etc.)

Mouvement les entreprises s'engagent

Nombre de collaborateurs en situation de handicap



Nos enjeux Planet

Nos risques

Nos champs d'action

Nos indicateurs

Correspondance ODD

2.1 S'engager dans une trajectoire climatique net-zero

Manque de prise en compte des responsabilités environnementales de nos parties prenantes externes

Absence de réponse aux attentes de nos parties prenantes internes et externes (démissions de nos Talents, boycott, *green washing*, *name and shame*, etc.)

Inadaptation aux conséquences du dérèglement climatique. Non prise en compte dans la politique d'achat des enjeux environnementaux

Dépendance aux énergies fossiles en raréfaction

Non respect de notre trajectoire carbone 1,5°C, de par les émissions issues de la production et de l'utilisation de nos produits et services

Effectuer un bilan carbone consolidé, afin de connaître le niveau d'importance de nos différents postes d'émissions, et donc nos leviers d'actions et stratégie pertinents.

S'inscrire prioritairement dans une trajectoire de réduction et d'évitement ; et, dans un second temps, de séquestration, en phase avec l'objectif planétaire net-zéro

Émissions carbonnes totales (Scope 1, 2 & 3)

Ratio % de nos émissions directes contrebalancées par des projets de séquestration carbone certifiés

Intensité carbone par euro de chiffre d'affaires

Consommation énergétique des sites United.b par surface de vente

Ratio % CA participant à la transition énergétique & environnementale



2.2 Développer une plateforme leader de l'économie circulaire, au service d'une nouvelle création de valeur

Manque de matières premières (épuisement des matières premières, mauvaise efficacité de leur utilisation) dû à une surexploitation des ressources naturelles

Dépendance trop forte au marché pour subvenir à nos besoins en matières premières primaires, voire secondaires

Manque de prévention ou de toutes formes de valorisation et d'élimination des déchets

Risque non-collecte D3E / collecte inefficace (marché parallèle, pillage points de collecte magasin...)

Favoriser la collecte et la revalorisation des Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques (DEEE)

Augmenter la durée de vie de nos produits en favorisant la réparation et le réemploi (DEEE et programmes Buy-Back)

Construire en interne notre propre matière première secondaire au travers du recyclage

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

Tonnes de EEE (dont DEEE, Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques) récupérées

Ratio % CA reconditionné



| Nos enjeux Ethique & Gouvernance | Nos risques | Nos champs d'action | Nos indicateurs | Correspondance ODD |
|--|--|--|--|---|
| <p>3.1 Garantir une conduite des affaires éthique et responsable</p> | <p>Corruption dans les affaires</p> <p>Travailler avec des partenaires qui font travailler des enfants ou pratiquent le travail forcé</p> <p>Manque de probité de nos tiers</p> <p>Non respect de la réglementation et non conformité du Groupe</p> <p>Image</p> | <p>Veiller à l'éthique des conditions d'emploi et de travail chez nos fournisseurs</p> <p>Veiller à prévenir la corruption</p> | <p>Taux de collaborateurs formés à la lutte contre la corruption</p> |     |
| <p>3.2 Garantir à nos parties prenantes une gestion des données sécurisée dans le respect de leurs droits et de leurs intérêts</p> | <p>Risques liés à la sécurité des systèmes d'informations : protection des données clients et collaborateurs</p> <p>Risque de non conformité</p> | <p>Protéger et assurer la confidentialité des données personnelles</p> <p>Améliorer l'accès à l'information sur le traitement des données personnelles</p> <p>Renforcement de la sécurité informatique</p> | <p>% d'avancement des formations à suivre sur la thématique cnil & sécurité</p> |   |
| <p>3.3 Veiller durablement à la qualité et au respect des pratiques sociales et environnementales sur toute la chaîne de valeur et à la qualité de nos produits</p> | <p>Non prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux</p> <p>Manque de prise en compte dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants de leur responsabilité sociale</p> <p>Mettre en danger la santé et la sécurité des consommateurs par l'usage de produits non-conformes</p> | <p>Veiller à la qualité des produits vendus (MDD et marques de distributeurs)</p> <p>Poursuivre la mise en place d'une politique d'achats responsables</p> | <p>% de nos nouveaux sites de production de Marques Propres audités selon notre niveau d'exigence</p> |     |

