

Rapport RSE 2022/23

Habitons mieux



BUT

**vos
envies
sans
attendre**



Ce document présente les réalisations en matière de **Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)** de BUT et de ses 342 magasins, y compris franchisés. Les indicateurs présentés concernent l'année fiscale de juillet 2022 à juin 2023, sauf exceptions qui seront précisées au fil du rapport.

BUT renforce, année après année, ses indicateurs de performance en travaillant activement avec ses fournisseurs et prestataires pour obtenir des données toujours plus fiables et ceci dans une logique de progrès continu.

Sommaire

4

ÉDITO
Alexandre FALCK et Bérengère ASSAIANTE

8

CONTEXTE
& Enjeux

12

STRATÉGIE
RSE

10

PRÉSENTATION
de BUT

14

SUCCÈS
RSE



16 mieux produire

PLUS RESPONSABLE, LOCAL ET ACCESSIBLE



24 mieux vivre ensemble

PLUS PROCHE DE NOS COLLABORATEURS



30 mieux contribuer

PLUS PRÉSENT POUR NOS ÉCOSYSTÈMES

34

Nos indicateurs de PERFORMANCE



Édito

Alexandre FALCK
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL



Quels sont les principaux enjeux de marché auxquels BUT et le secteur ont été confrontés cette année ?

A.F. Depuis deux ans, BUT évolue dans un contexte sectoriel dégradé : après l'euphorie post-covid, les enseignes de l'ameublement sont confrontées à un recul du chiffre d'affaires de -2% en 2023, encore plus net pour les volumes de -5% à -6%. Certaines enseignes historiques du marché de l'équipement de la maison ont même disparu. Cette tension s'explique par une forte chute des transactions immobilières, des taux d'intérêt élevés et la hausse des prix de l'énergie, des matières premières, du coût du travail et des loyers. Avec une inflation marquée (5,2% en 2022, 4,9% en 2023), les comportements d'achats des Français évoluent et reportent leurs achats d'ameublement ou se tournent, parfois, vers la seconde main. L'équipement de la maison est un marché globalement résilient mais qui subit des cycles. Le cycle est corrélé à l'immobilier, et ne devrait pas se retourner avant 2025.



Comment BUT s'est adapté ? Quelles ont été les actions marquantes entreprises au cours de l'année pour y faire face ?

A.F. BUT a su rester fidèle à ses valeurs d'accessibilité et de proximité malgré un contexte inflationniste. C'est de nos fondamentaux dont il s'agit, de notre mission : proposer au plus grand nombre la possibilité de s'offrir tout l'univers de la maison à prix accessible. Concrètement : mettre sur le marché une offre au meilleur rapport qualité/prix, participer au bien être dans l'habitat tout en luttant contre la vie chère, responsabiliser nos achats sans sacrifier au prix et à cette accessibilité qui nous est chère. Le dynamisme des équipes, notre savoir-faire et une montée en gamme des synergies sur les achats communs avec Conforama, mais aussi le fait d'être adossé au 2^e groupe européen, nous ont permis d'être agile pour les négociations et de contenir au maximum nos prix de ventes.

Si les consommateurs restent d'abord attentifs aux prix, la recherche de sens dans la consommation est de plus en plus présente. Elle s'accompagne d'une évolution des usages avec un rapport à la possession en baisse et de nouveaux modes de consommation des clients. Le développement de nouveaux services avec notamment la location longue durée apporte une réponse concrète, pratique et flexible à leurs besoins d'équipements tout en assurant la seconde vie du produit en favorisant le reconditionnement et le réemploi des produits rendus. Enfin, la tendance du « consommer mieux » s'accélère. Notre responsabilité de distributeur est

de guider et sensibiliser le consommateur à l'éco-choix et de satisfaire le besoin croissant de nos clients sur la transparence de nos produits. C'est tout l'objet de notre démarche d'éco-conception dont l'ambition est de minimiser l'impact de nos produits sur l'intégralité de leur cycle de vie mais aussi de répondre à ce besoin de traçabilité en matière de fabrication française ou de recherche de matières responsables et innovantes.

Et dans ce contexte, quelles sont les grandes orientations stratégiques à court et moyen termes, quel doit être le positionnement et le rôle de BUT ?

B.A. Notre ambition est d'être la référence de l'équipement de la maison accessible à tous et respectueux de l'environnement. En tant qu'acteur majeur de l'ameublement, nous devons donner l'exemple, et être des commerçants responsables et conscients de nos impacts.

L'enseigne dispose de tous les atouts pour devenir durablement le leader français de son secteur : une marque connue et appréciée des Français, un positionnement accessible et de proximité et une taille critique qui permettra de réaliser les investissements nécessaires en termes d'innovation et de maillage territorial. BUT doit encore renforcer son rôle d'acteur central de la filière, auprès des clients, des fournisseurs et des pouvoirs publics, au service du développement des territoires.

Sa position sur le marché lui donne les moyens d'exercer au mieux la responsabilité sociale et environnementale, d'avoir un impact plus fort sur sa réduction d'empreinte carbone, de développer les innovations nécessaires, de mieux accompagner le « made in France » et d'encourager de nouveaux modes de consommation plus durables en jouant un rôle central auprès des éco-organismes et des collectivités locales afin d'optimiser la collecte des déchets et favoriser le réemploi.



Au regard des nombreux effets du changement climatique observés récemment, les thématiques de durabilité s'inscrivent comme tendance de fond pour BUT. Comment l'entreprise agit pour intégrer ces enjeux à sa stratégie ? Avec quels succès ? Quels obstacles encore à franchir ?

A.F. La croissance durable est avant tout une croissance rentable. L'entreprise doit être créatrice de valeur et trouver des mécanismes justes et équilibrés de redistribution de cette valeur : c'est en cela que se trouve la durabilité.

Les modèles d'affaires et la manière de créer de l'activité économique doivent être repensés à l'aune des enjeux environnementaux et sociaux. Cela suppose, pour une entreprise, d'adopter un mode de pensée différent et s'accompagne de réflexions sur nos pratiques et nos métiers. L'entreprise de demain devra intégrer le développement durable au cœur de sa stratégie business, de sa gouvernance, de sa culture et de son processus d'innovation.

Nos équipes sont très engagées et nous avons progressé mais il reste encore beaucoup de travail. Le marché de l'équipement de la maison n'est pas encore mature sur les sujets de transition écologique et c'est notre rôle en tant qu'acteur majeur du secteur de faire avancer la filière sur ces enjeux environnementaux. Travailler l'éco-conception de nos produits en gardant notre ADN « discount » et assurer la traçabilité de nos matières premières tout en sélectionnant finement nos fournisseurs tels seront nos axes stratégiques de croissance et d'innovation. Notre volonté est de démocratiser les produits responsables. C'est ambitieux et passionnant.

Et demain, quels sont les grands chantiers à venir en matière de RSE ? Quels vont être les moyens mis en œuvre pour accompagner cette transformation ?

B.A. Depuis 2022, notre plus gros chantier est celui de l'éco-conception. Ce défi structurant pour l'enseigne répond à la fois à la nécessité de réduire notre empreinte carbone de 42% à horizon 2030 et à la demande croissante de nos clients pour des produits accessibles et plus responsables. Ce projet est piloté par un comité projet dont le « chef d'orchestre » est notre ingénieur en éco-conception. Nous avons élaboré en 2022 une grille de lecture multicritères, pour décortiquer l'impact d'un produit à chaque étape de son cycle de vie. Cela permet de lui attribuer une note globale qui devient un critère éliminatoire de référencement produit. À terme, cette notation servira dans une démarche d'affichage environnemental.

Pour cela, nous avons fait valider notre méthodologie par l'ADEME et nous nous sommes engagés dans un groupe de travail sectoriel sur ce futur affichage. Nos acheteurs ont d'ores et déjà adopté cette grille d'évaluation sur des produits tests. Notre objectif d'ici 2024 est l'éco-conception de 40% de nos produits de marques exclusives, et 100% à l'horizon 2026.

Ce type de projet s'inscrit sur des temps longs et nécessite un accompagnement et des formations spécifiques afin de faire monter en compétences nos équipes achats et nos fournisseurs. Nous devons repenser la façon de faire nos métiers et accompagner nos parties prenantes dans cette profonde évolution.

Comment percevez-vous les attentes de vos parties prenantes (clients, collaborateurs, fournisseurs, franchisés...) vis à vis de BUT sur ces enjeux-là ?

B.A. La filière ameublement devra concilier développement économique, inclusivité sociale et soutenabilité environnementale. De nombreux défis impactent notre secteur : les enjeux climatiques, la transition écologique, la question de l'énergie et celle de l'inflation, les pénuries de main d'œuvre et de matières premières... Dans ce contexte, il nous apparaît essentiel de nous ancrer sur nos fondamentaux et d'accélérer notre transformation. Il nous faut repenser un modèle plus vertueux où l'entreprise joue un rôle central, et s'engage envers ses collaborateurs, ses clients, ses fournisseurs et l'environnement.

Nous devons réinventer une citoyenneté d'entreprise afin d'assurer la pérennité de notre enseigne.

L'habitat durable se doit d'être résilient, de s'adapter aussi bien aux événements extérieurs qu'aux nouveaux modes de vie induits par l'essor du télétravail, tout en s'engageant vers la sobriété énergétique. BUT y joue son rôle en apportant à ses clients des solutions d'économies d'énergie notamment sur l'électroménager ou l'éclairage, en leur garantissant des produits sains et de qualité, en s'adaptant aux nouveaux besoins, en allant au-delà de l'activité économique pour prendre position sur des sujets sociaux et sociétaux. Devenir plus responsable, c'est imaginer les solutions de demain, innover et transformer durablement les pratiques de l'entreprise et répondre aux attentes des différentes parties prenantes.

“Nous devons réinventer une citoyenneté d'entreprise afin d'assurer la pérennité de notre enseigne.”

Bérengère ASSAIANTE
DIRECTRICE RSE



Contexte et enjeux

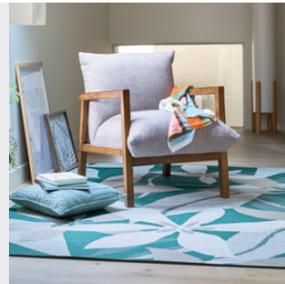
Habiter mieux

nos défis, nos engagements, nos objectifs

Dans un monde qui change de plus en plus vite, le secteur de l'ameublement est aujourd'hui confronté à des défis majeurs qui font peser des risques sur l'ensemble de la filière. BUT entend relever ces défis, les transformer en challenges tout en minimisant son impact sur l'environnement et l'Homme tout au long de sa chaîne de valeur. Ces enjeux sont le moteur de nos engagements et nous poussent à aller plus loin dans un objectif : contribuer à ce que nous habitons mieux la Terre, avec éthique et dans le respect des personnes et des communautés.

14,85

MILLIARDS D'EUROS
c'est le chiffre d'affaires du marché du meuble en France en 2022.



15 %

des meubles achetés l'ont été en seconde main, ce qui a représenté un marché de 1,3 milliard d'euros.

Changement climatique : augmenter constamment nos efforts

Le changement climatique s'accélère, affectant l'ensemble de la planète. La multiplication et l'intensité des événements extrêmes survenus ces derniers mois aux quatre coins du monde démontrent que ses effets se font bel et bien ressentir sur l'environnement, les humains et les entreprises. Depuis 1990, le GIEC, Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat, alerte sur ces risques et nous engage à adopter des mesures fortes pour limiter le réchauffement en cours. En 2015, l'Accord de Paris a formalisé des mesures que nous sommes tous appelés à adopter en allant vers davantage de sobriété et en réduisant considérablement nos émissions de gaz à effet de serre.

C'est le cas pour le secteur de l'équipement de la maison auquel nous appartenons. Sachant que 92% de notre bilan carbone est lié aux produits, nos efforts sont amenés à se concentrer à ce niveau, en modifiant nos façons de produire, depuis le choix des matières premières jusqu'à la fin de vie du produit. En parallèle, il est nécessaire de poursuivre le travail engagé avec notre chaîne d'approvisionnement en vue de faciliter son adaptation dans les prochaines années et gagner en résilience.

Ressources naturelles et matières premières : faire mieux avec moins

Les ressources et les matières premières que nous utilisons sont limitées et leur production comme leur consommation peuvent engendrer d'importantes problématiques environnementales et sociales. Réduire l'impact environnemental de chacun de nos produits est donc une démarche capitale pour tous les acteurs du secteur. Cela concerne l'ensemble de leur cycle de vie, depuis la conception, la sélection des matières premières et leur utilisation raisonnée, en passant par leur fabrication plus économe en énergie, en eau, leur transport plus vertueux, jusqu'à la gestion de leur fin de vie visant à faciliter le réemploi.

En phase de conception, la mesure de l'impact environnemental du produit, l'éco-conception, le choix de matières ou de ressources alternatives sont des leviers permettant de réduire les impacts associés. En fin de vie, la création de filières de réemploi, le soutien au tissu associatif de l'économie circulaire ou encore la mise en place de nouveaux services (location, réparation...) permettent de prolonger la vie des produits et de limiter la pression sur les ressources.

Toutes ces initiatives constituent autant d'objectifs à poursuivre pour notre industrie avec pour résultat de faire mieux avec moins, notamment pour ce qui est de la filière bois, notre principale matière première, en continuant de lutter contre la déforestation et en soutenant la régénération des forêts.

Le marché du meuble de l'occasion représente 15% de la valeur marché du meuble neuf. Les raisons principales de l'augmentation de l'occasion sont les suivantes : éviter d'acheter du neuf (84,9%), lutter contre le gaspillage (80,3%), et œuvrer pour l'environnement (80,2%).

Source : IPEA (Institut de prospective et d'études de l'ameublement).

62,8 %

des Français placent le prix en premier critère d'achat d'un canapé. Seuls 3% avancent le critère du respect de l'environnement.

+14,9 %

d'évolution des prix des équipements du foyer ont été enregistrés en France entre 2019 et 2023, chiffre qui s'élève à 18,4% pour ce qui est de l'ameublement intérieur.

Source : IPEA (Institut de prospective et d'études de l'ameublement).



33 %

DES CANDIDATS EN FRANCE DÉCLARENT QU'ILS REFUSERAIENT UN EMPLOI DANS UNE SOCIÉTÉ AYANT UNE MAUVAISE RÉPUTATION, QUEL QUE SOIT LE SUPPLÉMENT DE SALAIRE PROPOSÉ.

70 %

DES SALARIÉS DÉCLARENT QU'UNE SOCIÉTÉ EST PLUS ATTRAYANTE SI ELLE DISPOSE DE PLANS CLAIRS EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ, D'INCLUSION ET DE RESPONSABILITÉ SOCIALE.

Source : Glassdoor et McKinsey.

L'emploi : offrir du sens

Les tensions sur le marché du travail sont importantes pour tous secteurs confondus. Elles se répercutent tant sur le plan du recrutement que sur celui du maintien des salariés dans l'emploi. Les raisons sont multiples comme le manque de main d'œuvre disponible, l'inadéquation des formations, mais aussi, phénomène plus récent, la quête de sens. En effet, que ce soit les collaborateurs déjà en emploi ou ceux à venir, et plus particulièrement les jeunes générations, une attention plus particulière est recherchée quant à l'impact environnemental et social de leur entreprise, dans leurs métiers mais aussi l'aspect fondamental du bien-être au travail. Ces nouveaux défis nécessitent pour les entreprises d'être davantage à l'écoute de leurs collaborateurs, d'adapter certains modes de travail ou encore de les accompagner vers la transition de leurs fonctions.

Source : IPEA (Institut de prospective et d'études de l'ameublement).

RESSOURCES

NOS RESSOURCES FINANCIÈRES :

2 467 382 897 €
de CA

Actionnariat : BUT appartient équitablement à **WM Holding** (Société associée au groupe **XXXLutz**) et au fonds d'investissement américain **CD&R** via la société Mobilux.

NOS ÉQUIPES :

8 756 collaborateurs

NOS CLIENTS :

160 M
de visites par an
dont

125 M en ligne

NOS PRODUITS :

2 651 produits
de marque du distributeur (MDD)

+ 350 000 références web

7 marques exclusives

NOTRE PRÉSENCE TERRITORIALE :

342 magasins
dont

129 franchisés

2 plateformes logistiques
dont

2 entrepôts
dans la zone de **MER** et

2 aux alentours de **LYON**

54 usines françaises référencées

2 usines françaises référencées

54 usines françaises référencées

NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL :

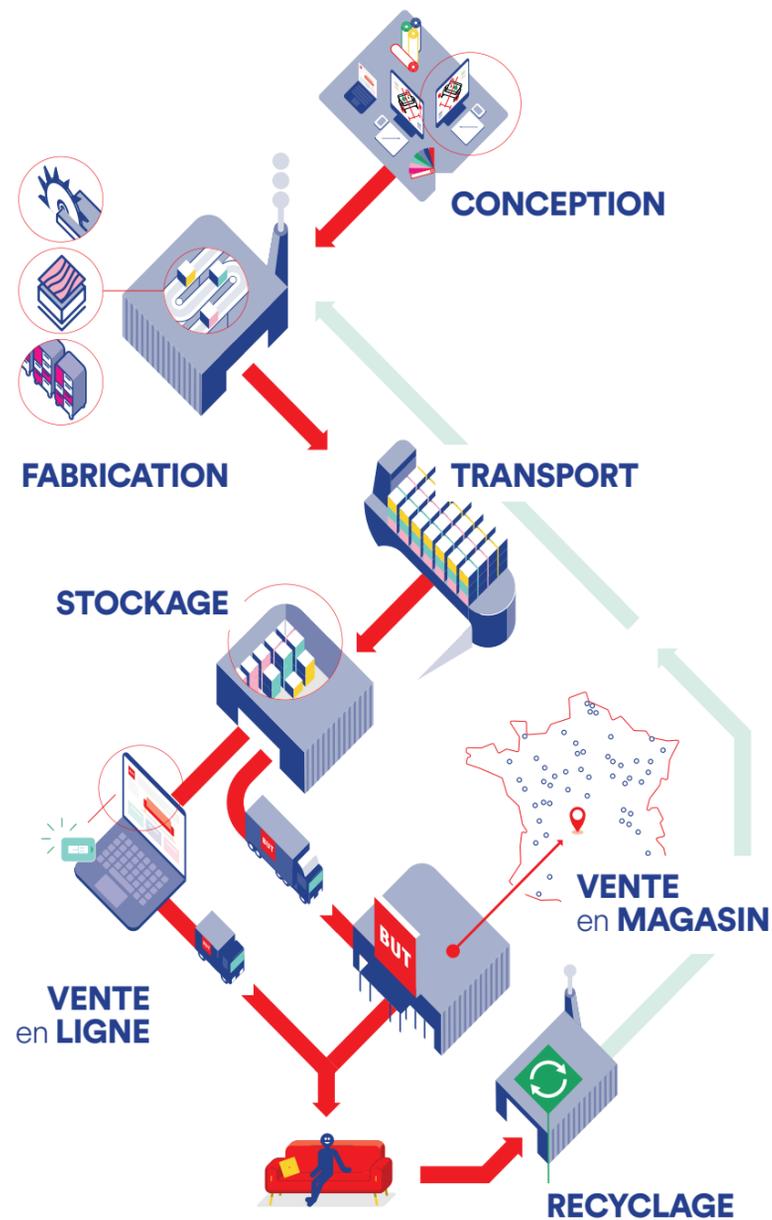
2 400 ktCO₂e
(Bilan carbone année 2022)

708 millions
d'achats de produits
contenant du bois

NOS INNOVATIONS :

150 produits éco-conçus
de marque du distributeur

28 magasins ELAN en 2023



CRÉATION DE VALEUR

NOS RESSOURCES FINANCIÈRES :

Part de marché
à fin 2022 sur le meuble **11%**

NOS ÉQUIPES :

Taux d'invalidité **5,09%**

Indice de parité
entre les sexes **88 / 100**

NOTRE PRÉSENCE TERRITORIALE :

52 magasins dont les DEEE collectés sont
fléchés en réemploi pour contribuer à l'ESS

NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL :

Volumes de réparations
gros électroménager et TV
(Juil. 2022 > Juin 2023) **114 668**

NOS CLIENTS :

NPS SAV gros électroménager et TV
Juin 2023 **+ 35**

NOS CERTIFICATIONS :



Meilleur Cuisiniste
de l'année
2023



Numéro 1
du conseil
en literie
2023



Label Meilleur Employeur
Enseignes de
l'ameublement en 2023
(Palmarès France Capital)

BUT

PARTIES PRENANTES INTERNES

COLLABORATEURS

REPRÉSENTANTS DU PERSONNEL (CSEC)

ACTIONNAIRES (CD&R – XXXLUTZ)

INFLUENCEURS SOCIÉTAUX & ACTEURS DE TERRITOIRE

ASSOCIATIONS & FONDATIONS
(Emmaus Défi, Action solidaire,
Earthworm Fondation...)

ACTEURS ESS (Ressourcerie, Envie)

RÉSEAUX SOCIAUX (LinkedIn, Instagram...)

MÉDIAS (publicité, C3D, Afnor)

PARTENAIRES D'AFFAIRES

CLIENTS
BtoC
BtoB

FOURNISSEURS

BUREAUX DE SOURCING
Chine & Hong Kong
Brésil & Pologne

FSC / PEFC

SFG (SAV)

SOS ACCESSOIRES

(RE)SET

GIFAM

BANQUES

RÉGULATEURS & AUTORITÉS PUBLIQUES

ÉTATS, TERRITOIRES (région, mairie)

DROITS INTERNATIONAUX & EUROPÉENS

ÉCO-ORGANISMES
(ecosystem, eco maison, Citeo, screlec)

Notre feuille de route 2021/2026

En 2020 nous avons formalisé nos engagements de manière collaborative. Une quinzaine de collaborateurs a travaillé en ateliers pour définir nos priorités en lien avec nos activités. Cette feuille de route s'articule autour d'une ambition, de trois piliers et de plusieurs engagements.

Nous avons fixé des objectifs à échéance 2024 et 2026 pour identifier et suivre nos axes de progrès.

Habitons mieux

Notre ambition

“ÊTRE LA RÉFÉRENCE DU CHOIX PLUS RESPONSABLE ACCESSIBLE À TOUS DANS LE SECTEUR DE L'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON.”

PILIER

1

mieux produire

Plus responsable, local et accessible

PILIER

2

mieux vivre ensemble

Plus proche de nos collaborateurs

PILIER

3

mieux contribuer

Plus présent pour nos écosystèmes

Réduire l'impact social et environnemental

de nos activités grâce à une conception une production et une distribution plus locales et responsables.

Veiller au bien-être des collaborateurs,

accompagner le développement de leurs carrières et bâtir la réussite du collectif d'entreprise.

Prendre part activement à la vie économique et sociale des territoires

dans lesquels sont implantés nos magasins en entretenant des liens étroits avec les acteurs qui font la vie locale.



ACHATS RESPONSABLES

ÉCO-CONCEPTION

ENVIRONNEMENT

SENSIBILISATION DE NOS CLIENTS

ACCESSIBILITÉ

- Travailler en priorité avec des fournisseurs français et européens.
- Intégrer la RSE dans nos processus d'achats, notamment sur notre politique bois.

- Concevoir et déployer un référentiel d'éco-conception.

- S'engager vers une consommation d'énergie plus vertueuse.
- Définir un plan de réduction des émissions de CO₂ sur la logistique usines /entrepôts /magasins.

- Orienter les clients vers nos produits et services les plus responsables.
- Définir et mettre en place une démarche de communication responsable mais performante.

- Rendre accessibles nos canaux de points de vente aux personnes en situation de handicap (magasins, site web).



DONNER DU SENS, FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES

PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ

FAVORISER LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

- Créer un réseau d'ambassadeurs RSE.
- Sensibiliser les collaborateurs aux enjeux de la RSE.
- Valoriser les bonnes pratiques RSE de notre réseau.

- Agir au quotidien en faveur de l'égalité femmes-hommes.
- Favoriser l'emploi de personnes en situation de handicap.

- Améliorer les conditions de travail des collaborateurs et enquête baromètre social.
- Réduire la pénibilité au travail.



S'ENGAGER DANS L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT SOCIAL

- Trier & piloter : mettre en place une politique de gestion des déchets.
- Réparer & réemployer : développer des partenariats renforcés avec des structures de l'ESS pour offrir une deuxième vie aux produits.
- Inciter à sensibiliser : favoriser et promouvoir des services qui permettent une économie plus circulaire.

- Agir pour l'amélioration de l'habitat de personnes en difficulté.
- Favoriser l'engagement des collaborateurs.
- Répondre aux besoins urgents.



Les principaux succès RSE 2022-2023

2022-2023 a été une période riche en actions et initiatives qui concrétisent les engagements forts de BUT en matière de RSE, que ce soit pour :

mieux produire,

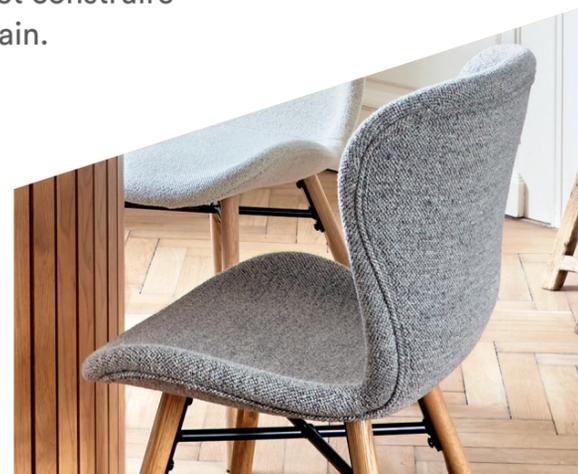
c'est-à-dire toujours plus durablement en alliant la responsabilité, le local et l'accessibilité ;

mieux vivre ensemble,

au sein de l'enseigne BUT et, plus largement, au niveau de la société ;

mieux contribuer,

à la transition écologique avec nos territoires et construire ensemble demain.



mieux produire

Le déploiement de l'éco-conception

Élaborée en octobre 2021, la démarche d'éco-conception de BUT a pris sa pleine mesure à partir de 2022. Avec le soutien d'un outil d'aide à la décision, et dans une perspective permanente d'amélioration continue, des grilles d'évaluation ont été établies pour chaque secteur ameublement, décoration et électroménager. Elles prennent en compte la totalité du cycle de vie, depuis le choix des matières premières jusqu'à la gestion de la fin de vie du produit.

Plus de 1500 produits ont d'ores et déjà été évalués selon les critères très rigoureux mis en place, soit 50 % des produits issus de nos marques exclusives. 15% ont obtenu un score A ou B, qui répond à nos critères d'éco-conception pour des produits.



mieux vivre ensemble

Cap sur la non-discrimination

La diversité et l'inclusion sont au cœur de nos préoccupations, l'égalité de toutes et tous est notre objectif. BUT s'est engagé dans une démarche active de sensibilisation et de formation à la non-discrimination, au sens le plus large du terme. Un « accord handicap », signé en 2022 par la totalité des représentants syndicaux, va encore plus loin que les précédents accords. Il poursuit ses ambitions quant aux formations pour tous les directeurs de magasins, ainsi que le déploiement du réseau d'ambassadeurs regroupant des collaborateurs volontaires à l'écoute du terrain et courroie(s) de transmission dans ce domaine.



mieux contribuer

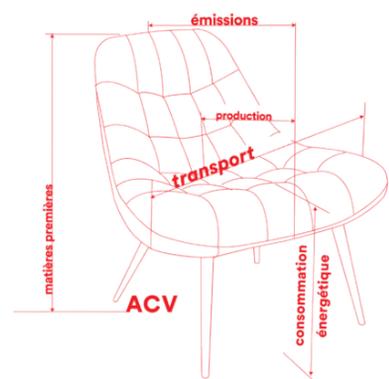
La consolidation de notre politique d'économie circulaire

Notre ambition est d'améliorer et de valoriser une seconde vie pour tous nos produits. Un travail d'accompagnement et de partenariat avec Ecosystem a été mis en place dans cet objectif, afin de mieux contribuer au réemploi de nos déchets. C'est le cas notamment pour les DEEE, les déchets d'équipements électriques et électroniques, y compris ceux collectés auprès de nos clients. En 2023, 52 magasins intégrés et franchisés, ont travaillé dans cette dynamique de réemploi avec des structures locales de l'économie sociale et solidaire.



1

mieux produire



Pour BUT, c'est être plus responsable local et accessible.



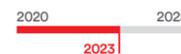
100 %

des acheteurs sont formés à l'écoconception.



78 %

de bois provenant d'Asie est issu de sources responsables.



Des produits toujours plus responsables

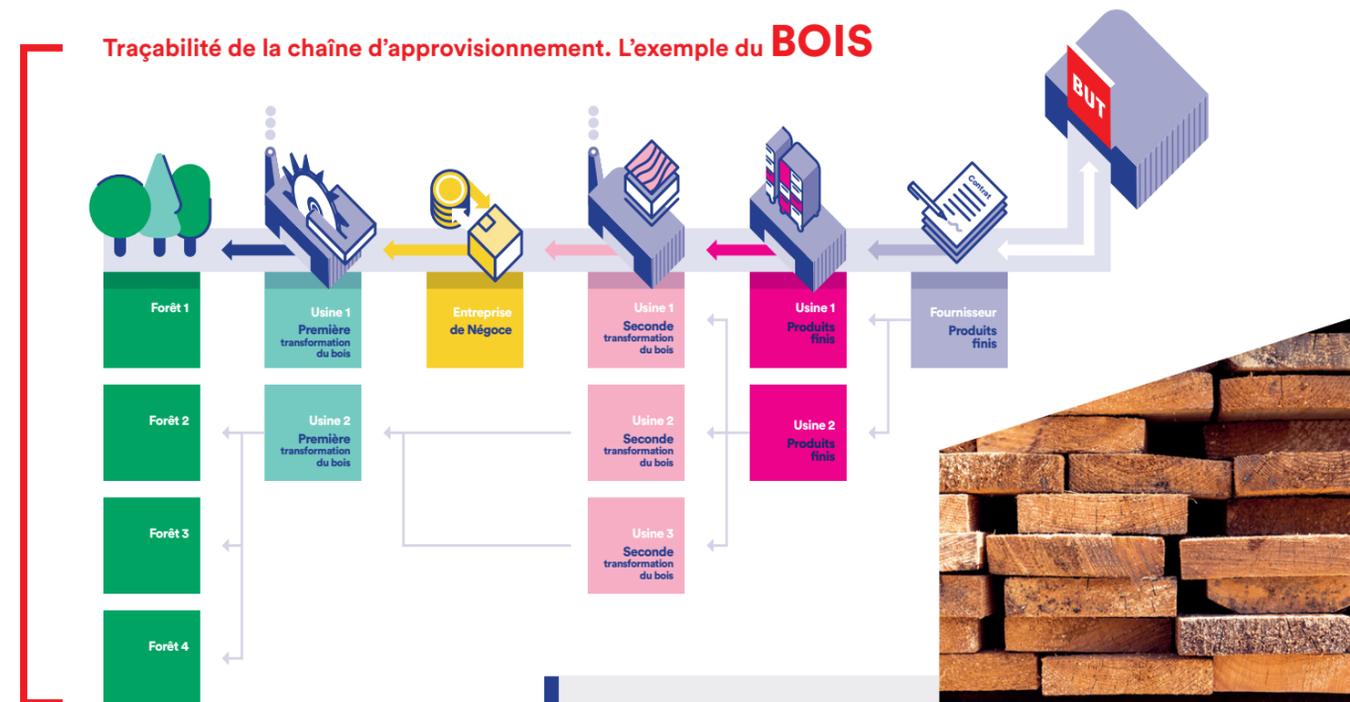
À chaque étape du cycle de vie du produit, BUT s'engage à réduire son impact sur l'Homme et l'environnement. Notre engagement: proposer un mobilier éco-conçu dont les matières premières sont sélectionnées avec soin, tout en garantissant l'accessibilité des prix au plus grand nombre.

Politique bois: une démarche d'amélioration continue et de respect des réglementations actuelles et futures

Le bois est la matière la plus présente dans les gammes de produits proposés par BUT, en particulier dans l'univers de l'ameublement. Entre juillet 2022 et juin 2023, nos achats de bois et de produits fabriqués avec du bois ont totalisé **723 millions d'euros** – soit 50% du total de nos achats. Cette proportion considérable nous a naturellement amenés à porter une attention particulière à la Politique Bois de BUT. Elle s'inscrit dans une démarche éthique globale et s'applique à tous les produits achetés par BUT et par ses franchisés. Cette politique porte sur l'ensemble de leur cycle de vie de ces produits, depuis l'extraction des matières premières jusqu'à leur fin de vie. Elle s'articule autour de six principes fondés sur le respect :

- de la légalité et des droits d'utilisation des terres,
- des relations avec les populations locales,
- du droit des travailleurs,
- des ressources en eau et de la qualité des sols,
- des écosystèmes et de la biodiversité,
- de la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Traçabilité de la chaîne d'approvisionnement. L'exemple du BOIS



Des mesures de contrôles de l'ensemble des chaînes d'approvisionnement bois et des audits terrain sont mis en place en partenariat avec l'ONG Earthworm Foundation.

100 %

DE NOS BOIS ET DÉRIVÉS SERONT ISSUS, D'ICI FIN 2024, DE SOURCES RESPONSABLES.

C'était le cas, à fin Juin 2023 pour **78 %** du bois provenant d'Asie et **44 %** du bois provenant du reste du monde.

ICS: la mutualisation des audits

En août 2022, BUT a adhéré à l'ICS (Initiative for Compliance and Sustainability), une plateforme de partage des savoirs et des bonnes pratiques entre les 68 distributeurs membres, essentiellement français, œuvrant dans les secteurs de l'ameublement, des produits électroniques, du textile, de la chaussure et de l'alimentaire.

Cette plateforme inclut une base commune intégrant les audits des différents fournisseurs des distributeurs membres, ces derniers pouvant s'y référer.

Ces audits, auxquels BUT contribue, portent d'une part, sur des critères sociaux selon les règles de travail locales et internationales (notamment les conditions de travail des employés, l'absence de travail d'enfants, de travail forcé, de discrimination). D'autre part, ils concernent l'aspect environnemental (émissions de gaz à effet de

serre, consommations d'eau et d'énergie, traitement des produits polluants, stockage des produits dangereux...).

L'un des objectifs de BUT est de prioriser les audits environnementaux des sous-traitants les plus polluants et les plus consommateurs d'eau – comme par exemple certains processus de teinture ou de traitement du cuir. De manière générale, nous avons à cœur d'être en relation constante avec les fournisseurs et leurs usines pour mettre en place des actions correctives sur le terrain et vérifiées par un cabinet d'audit indépendant.

L'innovation BUT: « habitons mieux » ou l'eco-conception mesurée et efficace

Engagé vers un habitat durable, BUT a élaboré en octobre 2021, une démarche globale d'eco-conception de ses produits dont l'ambition est de minimiser leur impact environnemental, tout en maintenant une offre accessible. Intervenue en anticipation d'un affichage environnemental spécifique, accessible aux clients avant même que la mesure soit rendue obligatoire par la loi AGECE (d'ici 2027), cette méthode a fait l'objet d'une revue critique et d'une validation par le Pôle éco-conception mandaté par l'ADEME.

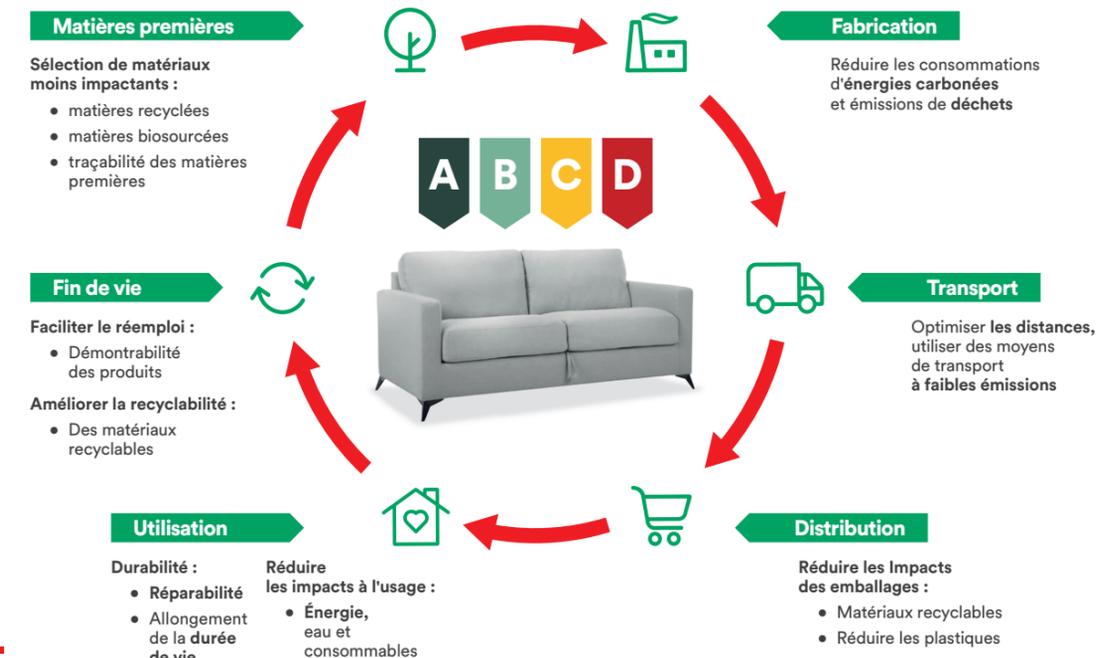
Douze grilles d'évaluation ont été mises en place, regroupées par unités fonctionnelles de produits, traitant la totalité de leur cycle de vie, incluant le sourcing des matériaux utilisés, la fabrication, le transport, la durabilité, la fin de vie. Ces grilles permettent d'obtenir pour chaque produit une note se situant entre A et D: c'est le score « Habitons Mieux », un référentiel inédit de management de l'eco-conception, élaboré avec l'expertise de l'agence THINK+. Le plus de cet outil: il contribue à la recherche de solutions d'eco-conception, devenant ainsi un véritable support d'aide à la décision environnementale.

Des grilles supplémentaires, sur le même modèle mais pour d'autres unités fonctionnelles de produits, sont en cours d'élaboration. D'ores et déjà, 1500 produits d'ameublement en marques exclusives ont été évalués. 15% ont obtenu un score A ou B. 75% ont obtenu un score C, dont 20% notés C+. Les principaux points d'évolution de ces derniers ont été identifiés.

Dédié dans un premier temps aux équipes Développement et Produits, bénéficiant de l'apport de l'Eco-Score, « Habitons Mieux » a, de fait, transformé certains métiers, tels que des chefs de produits, sourceurs, designers, qui doivent désormais intégrer de nouveaux paramètres plus responsables dans leurs prises de décisions. Dans un deuxième temps, la volonté de transparence de BUT vis-à-vis de ses clients nous a amenés à prioriser, pour 2024, le déploiement de l'affichage des scores dans les 342 magasins et sur notre site web marchand. Notre objectif est de ne référencer à terme que les produits à score A ou B.

Analyse du cycle de vie d'un canapé, de sa conception à sa fin de vie

La démarche d'eco-conception BUT prend en compte la totalité du cycle de vie du canapé, depuis le choix des matières premières jusqu'à sa fin de vie. Les produits obtenant une note A ou B sont considérés comme éco-conçus grâce à la grille de lecture environnementale multicritères.



Made in France



100%

DES ACHETEURS ET 100% DES FOURNISSEURS DE MARQUES EXCLUSIVES ONT ÉTÉ FORMÉS À LA DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION.

« La démarche d'eco-conception engagée par BUT est une pièce maîtresse pour réduire notre impact carbone. Basée sur l'ACV*, elle intègre toutes les étapes du cycle de vie d'un produit, depuis le choix des matières premières jusqu'à sa fin de vie, ainsi que sa durabilité. Elle prend également en compte des critères qualitatifs, traitant les enjeux prioritaires du secteur d'activité, en s'appuyant sur les labels et les certifications existantes. »



Brondon Tchienkoua Hapi | Chef de projet éco-conception

*Analyse du cycle de vie.



Naoual Maskioui
Responsable qualité

« À travers son adhésion à l'ICS, l'objectif de BUT est de réussir à accompagner tous ses fournisseurs et tous leurs sous-traitants dans la mise en place de plans d'actions pour améliorer leurs conditions de travail et pour limiter leur impact environnemental. »

OBJECTIF

100%

D'USINES AUDITÉES SOCIALEMENT À 2026 INCLUANT LA MUTUALISATION AVEC L'ICS.

OBJECTIF 2026

30%

DES VOLUMES DE VENTE SERONT ÉCO-CONÇUS, DONT 20% EN NOTE A.

OBJECTIF 2030

100%

DES VOLUMES DE VENTE SERONT ÉCO-CONÇUS EN NOTE A OU B.

La décarbonation en marche

En 2023, BUT a finalisé la mesure de son empreinte carbone en identifiant avec précisions les principales sources d'émission de gaz à effet de serre. Une trajectoire chiffrée a été définie à horizon 2026 et 2030 pour répondre aux accords de Paris et une feuille de route ambitieuse a été établie pour atteindre ces objectifs.

Bilan carbone : l'état des lieux

Le Bilan carbone réalisé intègre les Scopes 1, 2 et 3 avec un périmètre complet intégrant :

- 100 % des magasins intégrés ;
- 100 % des magasins franchisés ;
- Le siège social et les Centres de Services Partagés (CSP) ;
- Les bureaux de sourcing en Chine ;
- Les plateformes logistiques.

Sur la période fiscale 2022, l'activité globale de l'enseigne a généré l'émission de 2 400 ktCO₂e, soit 1 kgCO₂e/€ de chiffre d'affaires. Trois postes, essentiellement liés à notre cœur de métier, le produit, totalisent à eux seuls 92% des émissions :

- Les achats (incluant la fabrication de produits, les emballages, les biens et les services): 1566 ktCO₂e ;
- La fin de vie (des produits et des emballages, ainsi que le transport et l'énergie nécessaire au traitement du déchet): 352 ktCO₂e ;
- L'utilisation des produits (incluant les emballages et la consommation électrique de ces produits): 290 ktCO₂e.

Objectif 2030 : -42 % d'émission de gaz à effet de serre

MEUBLE DE SÉJOUR ÉCO-CONÇU

La trajectoire carbone

Afin d'aligner sa trajectoire d'émission de gaz à effet de serre avec l'Accord de Paris, BUT pourrait cibler, en valeur absolue, -42%, soit -1 010 ktCO₂e, d'ici 2030 et -18% d'ici 2026. Ce qui correspond à une réduction annuelle de 6%.

La répartition de ces émissions par Scope nous a permis de constater qu'elles sont, à 99%, concentrées dans le Scope 3 avec en amont les achats, la fabrication des produits et services, le transport et le fret ainsi qu'en aval comprenant la consommation énergétique des produits, la fin de vie et les déchets.

Pour répondre à cette trajectoire, deux actions prioritaires ont été formulées :

- L'éco-conception de 50% des produits d'ici 2026 avec 15% des produits en note A et un enjeu de 358 ktCO₂e ;
- L'accélération du SAV et le développement de la réparation avec un enjeu de 46 ktCO₂e.

Ce qui n'exclut pas la mise en œuvre d'autres actions allant dans le même sens, parmi lesquelles :

- La réduction de 30% de la consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) à horizon 2026, avec un enjeu de plus de 3,16 ktCO₂e ;
- Le développement du transport multimodal, avec un enjeu de plus de 1 ktCO₂e.

À cela s'ajoutent la formation de nos collaborateurs, la collaboration avec nos fournisseurs pour les engager dans la trajectoire carbone, mais aussi la sensibilisation de nos consommateurs à l'entretien des produits électroménagers qui permet d'allonger leur durée de vie et de réduire leur impact carbone.

Le contrat climat : adopter une communication plus responsable

Outil de démarche volontaire, le contrat climat a un double objectif : mieux informer les consommateurs, et inciter les acteurs à faire évoluer leurs pratiques. Une série d'initiatives ont été adoptées en ce sens en 2022 :

- La communication externe avec la mise en avant des axes stratégiques de la démarche RSE. Celle-ci passe par la mise en avant de notre marque employeur sur notre site internet, ou encore la création d'un nouvel onglet sur notre site marchand But.fr intégrant nos différents messages clés (la fabrication française, la politique bois, la sobriété énergétique...) ;
- Le développement de la sensibilisation des consommateurs auprès de nos réseaux sociaux et blogs (par exemple la meilleure utilisation et l'entretien des appareils électroménager) ;
- La sensibilisation de nos collaborateurs à la démarche RSE et à des sujets plus spécifiques, type loi AGEC, indice de réparabilité via nos canaux internes (Fiers de but, intranet et formations e-learning).

Vers une logistique plus vertueuse

En matière de logistique, BUT a franchi plusieurs caps dans la décarbonation de ses activités en mettant en œuvre différentes actions plus durables :

Des barges pour remplacer les camions.

En 2022, 77% des conteneurs arrivant au port de Marseille ont été transportés par barges jusqu'au pôle logistique de Lyon, faisant de BUT le plus gros chargeur de conteneurs sur l'axe fluvial rhodanien (4 810 conteneurs). 557 teqCO₂ ont ainsi été économisées sur l'année par rapport à un transport routier.

BUT a d'ailleurs été récompensé par le Trophée Chargeur Vert, remis par Medlink Ports lors de la Semaine de l'Innovation du Transport et de la Logistique.

Une plateforme logistique unifiée et plus vertueuse.

En mars 2023 a été inaugurée la nouvelle plateforme logistique de Janneyrias, située à côté de celle de Puisseux, fusionnant deux entrepôts. Cette fusion permet d'économiser l'équivalent de 6 300 trajets annuels en camions-navettes (remplacés par un tracteur de cour électrique et l'acquisition d'un second à cette occasion) et 56 tonnes d'émission de CO₂. La plateforme de Janneyrias, où transitent plus de 7 millions de colis par an, a par ailleurs été dotée de 1 000 m² de panneaux photovoltaïques qui permettent d'atteindre un niveau d'autoconsommation de 46%, voire de 100% sur certains créneaux. Le bâtiment est équipé en full LED.

Moins de plastique pour emballer.

En décembre 2022, les banderoleuses de la plateforme de Mer, le second pôle logistique, ont été remplacées par deux couloirs de filmage pour un double bénéfice : moins de nuisances sonores et l'utilisation d'un plastique plus fin (15 microns au lieu de 32 microns) mais à résistance égale. La consommation de film plastique de la plateforme est passée de trois palettes de 750 kilos par semaine, à une seule.



Mode de transport des conteneurs en France

● Barges	● 4 910 conteneurs (59%)
● Train	● 2 201 conteneurs (27%)
● Route	● 1 141 conteneurs (14%)



Stéphane Roux

« En matière de logistique, la démarche RSE nous pousse à nous poser de bonnes questions, à remettre en cause nos modes de fonctionnement et à imaginer de nouvelles solutions qui sont à la fois plus durables et qui permettent de générer des économies. C'est une dynamique intéressante sur tous les plans. »

Les bonnes pratiques de l'emballage

La politique emballage de BUT, initiée en 2018, a été mise à jour en février 2023 en collaboration avec Conforama. Elle intègre de nouvelles exigences, ainsi que l'établissement (en cours) d'une base de données des matériaux d'emballage utilisés pour l'ensemble de nos produits marchands. Des indicateurs fiables pourront ainsi mesurer l'efficacité des mesures adoptées pour rendre tous nos emballages plus vertueux et respecter les objectifs que nous nous sommes fixés.

Le premier challenge est la réduction du plastique qui représente aujourd'hui près de 16 %, en masse, des composants d'emballages. En février 2023, BUT a adhéré à RESET, un consortium de fabricants et de distributeurs d'ameublement engagés dans la recherche de solutions de substitution innovantes à ce matériau. Six projets ont été présélectionnés en fonction de leur adéquation à nos besoins. Ils seront validés par des tests auprès de fournisseurs potentiels.

L'enjeu est à la fois d'éco-concevoir nos emballages mais aussi de garantir l'ensemble de ses fonctions, en premier lieu, celui de protéger nos produits.



Un plan de vigilance qui nous engage

En tant que distributeur de meuble, décoration et d'électroménager, BUT est conscient de sa responsabilité envers la société et son environnement et des conséquences engendrées par ses activités.

L'approche du devoir de vigilance s'inscrit et contribue pleinement à la stratégie RSE de l'enseigne. Il a été élaboré, conformément à la réglementation, pour la première fois en 2022 et retravaillé en 2023 et s'appuie sur les principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme, les principes énoncés dans les conventions de l'OIT, les principes du Pacte Mondial des Nations Unies et les principes directeurs de l'OCDE. Il vise à identifier, prévenir et atténuer les risques liés aux droits humains et aux libertés fondamentales, à la santé et la sécurité des personnes, ainsi qu'à l'environnement. Ce Plan de vigilance construit en collaboration avec les différentes parties prenantes de l'enseigne a permis de mettre en place des actions d'atténuation et de prévention des atteintes graves ainsi que de suivre leurs résultats chaque année.

Cet exercice a été réalisé grâce à la réalisation d'une cartographie des risques analysant près d'une vingtaine de catégories allant de la matière première à des prestations de services.

Plusieurs actions ont pu en découler comme l'objectif de faire auditer socialement 100 % des fournisseurs d'ici 2026.

Vers une nouvelle expérience consommateur

Orienter ses clients vers un choix plus responsable, tout en leur facilitant la vie : c'est aussi l'un des engagements qu'a poursuivi BUT tout au long de l'année, avec le développement de nouveaux services comme celui du service après-vente et la sensibilisation pour favoriser la réparation et le réemploi.

Service après-vente : cap sur les pièces détachées

Le Service Après-Vente (SAV) est un pilier de la durabilité d'un produit, mais aussi de la lutte contre le gaspillage et en faveur de l'économie circulaire.

La réparation des produits hors garantie :

BUT a étendu son offre de réparation hors garantie avec l'aide de son partenaire SAV, la Société Française de Garantie. A la fin du premier semestre 2023, 57% des magasins BUT proposaient cette offre. Pour les 43% des magasins restants, les clients sont mis en relation avec la station technique de réparation la plus proche. L'objectif est de développer cette offre de réparation afin de couvrir 100 % de nos magasins en France d'ici 2025.

La réparabilité des produits électroménagers :

BUT poursuit ses efforts pour améliorer la réparabilité de ses produits électroménagers en augmentant la durée de disponibilité de ses pièces détachées tout en conservant un prix accessible, la démontabilité des produits et en ajoutant quand c'est possible un compteur d'usage.

La nouvelle stratégie du SAV du meuble :

BUT s'est fixé une stratégie, avoir la capacité de fournir 100 % des pièces détachées afin de réduire les déchets d'ameublement. Les équipes travaillent à l'amélioration du SAV meuble dont l'objectif principal est de mettre à disposition des clients, dans des délais les plus courts possibles, des pièces détachées pour le mobilier.

L'autoréparation :

Enfin, un partenariat a été engagé avec la société SOS Accessoire dans le but d'encourager l'autoréparation. Il sera mis en place au deuxième trimestre 2024 et permettra aux clients finaux d'avoir accès à toute la documentation technique, aux tutoriels de réparations, aux commandes de pièces détachées et s'il le souhaite, se faire assister par téléphone ou visioconférence pour sa réparation

Volume des réparations par le SAV BUT

- | | |
|------|-----------------|
| 2022 | plus de 145 000 |
| 2023 | plus de 147 000 |

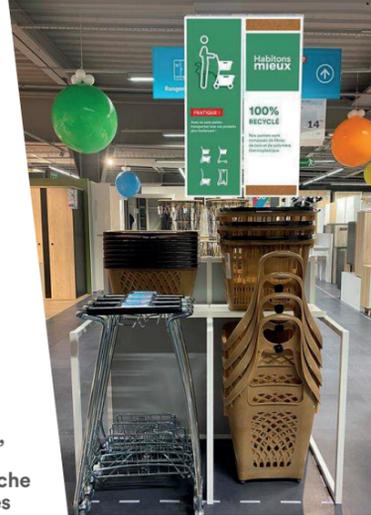


Équipements : la deuxième vie

Pour offrir à ses clients une belle expérience d'achat, BUT a lancé ELAN, un nouveau concept de magasins plus convivial et s'inscrivant dans la démarche RSE de l'enseigne. La preuve à Chartres où le directeur du magasin a choisi de réemployer divers équipements déjà en place, dont 90 % des parties métalliques des gondoles et 60 % des parties en bois, mais aussi les cloisons en bois du rayon cuisine pour les doublages, et les rails destinés à l'éclairage de l'électroménager – qui ont été équipés de spots LED.

Fin juin 2023, trois magasins, à Chartres, Amiens et Metz, avaient déjà opté, à l'occasion de leur réaménagement, pour de la récupération et du réemploi d'équipements en place.

Par ailleurs, depuis 2020, pour tous les remplacements de chariots clients en magasin, BUT a opté pour l'achat de chariots en plastique 100 % recyclé, permettant ainsi de limiter le gaspillage et de s'engager encore plus loin dans l'économie circulaire.



OBJECTIF 2025

100 %

DES EMBALLAGES BUT SERONT RÉUTILISABLES, RECYCLABLES OU COMPOSTABLES.

30 %

DES MATÉRIAUX PLASTIQUES ET 80% DES AUTRES MATÉRIAUX SERONT ISSUS DU RECYCLAGE À MINIMA.



Gaël Person
Responsable qualité

« Plus que le souci de la réglementation, c'est une philosophie respectueuse et durable qui guide la politique emballages de BUT, dans le cadre d'une démarche globale d'éco-conception. »

63 m³

DE MATÉRIEL SONT RÉCUPÉRÉS ET RÉEMPLOYÉS PAR MAGASIN LORS DE LEUR REMODELAGE.

3 900

CHARIOTS CLIENTS EN PLASTIQUE RECYCLÉ SONT DISPONIBLES DANS LES MAGASINS BUT.

mieux vivre ensemble

Pour BUT, c'est être plus proche de nos collaborateurs.

88/100

Indice de parité entre les sexes.

45 %

de femmes dans nos effectifs.

37

ambassadeurs RSE/Handicap.



Promouvoir le bien-être et l'épanouissement au travail

Le bien-être des salariés est un élément essentiel de leur engagement au sein de l'entreprise. Plusieurs initiatives ont été adoptées en ce sens, afin d'améliorer la qualité de vie de toutes et tous au travail.



BUT « meilleur employeur ameublement » de France

En 2023, BUT a gagné la 1^{re} place du palmarès Capital « Meilleurs Employeurs » dans la catégorie des enseignes de l'ameublement (et la 10^e dans la catégorie commerce du détail). Cette enquête annuelle permet de mesurer la satisfaction des salariés vis à vis de leur employeur dans les groupes dont l'effectif est supérieur à 500 salariés.

Une fois de plus, BUT fait partie des 500 meilleurs employeurs de France et se place à la 104^e place tous secteurs confondus (elle était à la 300^e en 2022).

MyBUT Mini, un concentré d'infos

Pour simplifier l'accès de chaque salarié aux informations qui le concernent (offres d'emploi, aides action logement, lien BUT Achat Perso, mutuelle...), BUT a mis en place, en 2023, MyBUT Mini. Cette application a été pensée et développée pour offrir un accès illimité aux informations de « Ma vie chez BUT ». Elle permet aux collaborateurs de suivre les actualités de l'entreprise et de créer un réseau d'échanges. MyBUT Mini n'est pas un outil de travail, mais un facilitateur de communication



BUT se raconte... et se vit. Du 18 mars au 14 avril 2023 quatre semaines de partage et de bien-être au travail ont été organisées autour de quatre thématiques : Bien dans mon assiette, Bien dans mes baskets, Bien au fait, Et je déconnecte.

En plus de conseils santé et bien-être, de minutes business et avantages sociaux, ces semaines ont été parsemées de challenges qui ont permis aux salariés de démontrer leur esprit sportif, leur créativité et de partager de joyeux moments entre collègues. Cela a été aussi l'occasion d'apprendre à toujours mieux s'engager pour la planète. Ainsi, l'un des challenges a consisté à demander aux participants de « nettoyer » leur messagerie, y compris la corbeille. Message bien reçu : notre équipe DSI a pu suivre en temps réel les messageries nettoyées, représentant 9200 Giga de mails supprimés, soit une équivalence de 13,5 tonnes de CO₂.

Plus de 2500 collaborateurs ont participé aux quizz, et plus de 5000 ont suivi les différents événements sur MyBut. Quatre super-gagnants ont remporté, en équipes, les super-challenge liés à chacune des thématiques.



Dépôt leader 2: dématérialiser la préparation et la remise aux clients de leur marchandise

Mis en place en novembre 2022, déployé six mois plus tard dans 45 magasins (ils sont plus de 90 fin 2023), Dépôt Leader 2 est un logiciel informatique qui dématérialise les tâches à faible valeur ajoutée dans les dépôts, pour la sortie des marchandises: les salariés du dépôt sont directement informés sur leur douchette, dès le passage en caisse du client, de la commande et du lieu de stockage des produits à préparer pour les clients, leur évitant ainsi des heures de marche cumulées sur la journée. Les bons de commande sont dématérialisés, ils n'ont donc plus besoin d'être imprimés, agrafés, archivés. Les bénéfiques: un gain de temps (pour les collaborateurs et pour les clients) et des économies substantielles de papiers et de fournitures d'imprimantes.

Le déploiement du logiciel se réalise sur deux semaines, l'une pour la formation des collaborateurs équipés de pickers, l'autre pour l'installation proprement dite. À terme, ce logiciel sera installé dans les dépôts des 342 magasins BUT de France.

La dématérialisation en marche

En juin 2023 s'est achevé le déploiement, dans tous les magasins BUT, de la dématérialisation des devis et des factures clients, permettant des économies conséquentes de papiers, de consommables d'imprimantes, d'électricité... et de temps d'attente.

À cette même date, 42 magasins avaient également mis en place la digitalisation des bons de commande, envoyés vers le dépôt de livraison dès le passage en caisse. 110 magasins en ont bénéficié fin 2023.



Une ligne d'écoute psychologique dédiée aux salariés

En 2023, BUT a mis en place, avec le cabinet spécialisé JLO et son équipe de psychologues diplômés, une ligne d'écoute psychologique dédiée à tous les salariés. Ouverte 24/7, disponible pour un besoin ponctuel ou pour un suivi plus important, professionnel ou personnel, elle est prise en charge à 100% par l'entreprise. Tous les appels se font dans le respect des règles de déontologie, garantissant l'anonymat des appelants et la confidentialité des échanges.

L'exosquelette qui soulage le dos

En 2022, BUT a été la première enseigne à tester des exosquelettes pour aider dans le travail de manutention lors du déchargement des camions au sein de la plateforme logistique. Puis l'expérience a été dupliquée au magasin de Saint-Paul-lès-Dax avec le Japet. W, un exosquelette évolué assisté par des micromoteurs et des capteurs de mouvement, offrant la meilleure protection lombaire possible à nos manutentionnaires.



Encourager l'engagement social de nos collaborateurs

L'année 2022 a été ponctuée d'une série d'événements, à la fois festifs et informatifs, engageant la solidarité des collaborateurs.

Une sensibilisation à toutes formes de discrimination

BUT a poursuivi la sensibilisation de ses managers et collaborateurs du siège à la lutte contre toutes les formes de discrimination (sexisme, handicap, intergénérationnel...). Tout au long de l'année, de multiples initiatives ont été mises en place, notamment une journée d'animations avec casques virtuels permettant aux participants de littéralement « vivre » le handicap; ou encore des jeux en ligne proposés par l'Agefip, l'Association nationale de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées, auxquels les collaborateurs de toute la France ont pu participer.

Une lutte contre les violences conjugales

Le 25 novembre 2022, journée de la lutte contre les violences conjugales, une sensibilisation a été adressée à tous les salariés leur rappelant toutes les informations nécessaires à mettre en œuvre face à de telles maltraitances tels que les relais disponibles, les numéros de téléphone à appeler.

Octobre Rose & Movember: un même combat

Du 10 au 22 octobre 2022, BUT a organisé la semaine de sensibilisation au cancer du sein, Octobre Rose, suivie d'une semaine inédite de sensibilisation aux cancers masculins, Movember.

Un même format pour un même combat:

- Des formations, des sensibilisations par des webinars et des newsletters pour partager les bonnes pratiques, concilier ces maladies avec la vie professionnelle ou demander une reconnaissance du handicap;
- Une application dédiée a été proposée aux collaborateurs avec des challenges, des quizz sur smartphone, de photos à envoyer afin de récolter des fonds qui ont été remis à deux associations: le Comité Féminin pour le Dépistage du Cancer du Sein des Savoie et la Fondation Movember.



Christopher Vigny
Chef de dépôt

« Différentes initiatives sont mises en place par BUT pour permettre aux équipes de vivre au mieux leur métier. Certaines, comme Dépôt Leader 2, nous aident à sécuriser les préparations, à anticiper nos actions, donc à mieux planifier notre temps. Elles rejaillissent, j'en suis témoin, sur la bonne humeur des équipes et sur celle des clients. »

+300 000

PAGES DE PAPIER A4 ÉCONOMISÉS SUR NOS 45 MAGASINS DÉPLOYÉS.

1866

SALARIÉS ONT PARTICIPÉ AUX CHALLENGES DE SENSIBILISATION AU CANCER.

Donner à chacun les mêmes opportunités de réussite

Fortement engagée, depuis des années, dans la lutte contre toutes les formes de discrimination, BUT continue d'aller plus loin en faveur de la diversité, source de richesse pour l'entreprise et pour ses équipes.

Un 5^e accord handicap qui va encore plus loin

Le 2 décembre 2022, BUT a renouvelé, pour la 5^e fois, son accord triennal pour l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap. Un accord qui donne les moyens nécessaires à la poursuite et à la consolidation de la politique handicap en termes de recrutement, de maintien dans l'emploi et de sensibilisation de nos salariés.

En plus des actions déjà réalisées, cet accord prévoit une formation, ou une reformation, autour du handicap, pour tous les directeurs de magasins. Il ouvre par ailleurs aux salariés en situation de handicap la possibilité de demander un temps partiel majoré à 55 ans au lieu de 57 ans, jusqu'à la fin de leur contrat. Initialement prévu à 3 jours, ce nouvel accord a permis d'augmenter d'un jour de plus donc à 4 jours supplémentaires d'absence autorisée par an pour se rendre à des rendez-vous médicaux, déclinables en demi-journées.

Taux d'emploi des personnes en situation de handicap

• 2010*	• 1,81%
• 2013	• 3,39%
• 2017	• 4,02%
• 2022	• 5,09%
• 2026	• 6%

*Avant la signature du 1^{er} accord.

Une politique de diversité challengée

Au premier trimestre 2023, BUT a lancé un « Questionnaire diversité » en ligne, ouvert à l'ensemble des salariés et destiné à repérer d'éventuelles difficultés et requêtes dans les domaines de l'égalité hommes/femmes, seniors/juniors, LGBTQIA+, entre autres. 1 100 collaborateurs ont répondu, et une vingtaine d'interviews supplémentaires ont été réalisées pour nourrir le sujet dans l'objectif de définir, à partir de là, un plan d'action global.

Un accord QVT signé pour davantage d'égalité

Dans la continuité des précédents accords et plans d'action, un Accord relatif à l'égalité professionnelle et à la qualité de vie au travail a été signé par BUT en 2021. Cet accord, conclu pour une durée de 3 ans, engage l'entreprise dans l'application légitime du principe d'égalité de traitement entre les hommes et les femmes en :

- Garantissant une égalité d'accès à l'emploi à l'étape du recrutement ;
- Facilitant les évolutions professionnelles par l'accès à la formation ;
- Favorisant la promotion professionnelle de toutes et tous ;
- Améliorant les conditions de travail ;
- Garantissant l'égalité de rémunération ;
- Améliorant l'accompagnement de la parentalité par l'assouplissement des prises de congé pour événements familiaux (congé paternité, hospitalisation d'un enfant...).

« On a coutume de penser qu'il faut séparer la vie professionnelle de la vie personnelle. Mais, sur certains sujets délicats, l'employeur a le devoir de s'investir en soutien de salariés en situation de handicap. C'est un devoir d'équité, humain et social. »



Sandrine Lenoble
Responsable handicap et diversité

Un éventail de formations pour des pratiques plus respectueuses

L'accent a été placé sur la formation et la sensibilisation des collaborateurs. Différents types de modules ont été mis en place, concernant des sujets clé liés aux bonnes pratiques sociétales et environnementales, mais également en lien avec leurs métiers.

Former tous les métiers

Tout au long de l'année, différentes formations autour des thématiques RSE ont été déployées afin de sensibiliser et développer les compétences de nos collaborateurs. C'est dans cette perspective qu'une formation interne à la communication responsable a été organisée en juin 2023 afin d'accompagner les équipes en les sensibilisant au greenwashing et en les engageant à faire preuve de transparence tout en s'assurant de l'authenticité de leurs propos. Les collaborateurs peuvent également bénéficier d'un accès e-learning aux fondamentaux de la loi anti-gaspillage et de l'étiquette énergie sur les produits électriques et électroniques.

D'autres formations délivrées en présentiel, en ligne ou en e-learning ont, par ailleurs, été ouvertes à l'ensemble des collaborateurs.

Parmi les thématiques qui ont rencontré le plus grand succès, citons la formation aux risques psychosociaux et harcèlement, celle qui a concerné une consommation plus responsable en électroménager, ou encore les fondamentaux d'un middle management de proximité, qui a permis de favoriser l'autonomie des équipes et la transmission des informations.

Offrir des opportunités de carrière à nos talents

Depuis sa création en 1972, BUT s'est associé à des adhérents pour décliner son concept à travers la France, devenant au fil du temps un réseau mixte alliant les magasins intégrés et franchisés (un tiers du réseau).

En 2023, BUT a lancé un nouveau concept de franchise, permettant de devenir chef d'entreprise avec un apport financier limité : la location-gérance. Le principe : le propriétaire d'un point de vente confie la gérance à un locataire, juridiquement indépendant et bénéficiant de la qualité de commerçant. En contrepartie, ce dernier verse un loyer appelé redevance. Il bénéficie, pour ce projet personnel, du solide accompagnement proposé par BUT avec une équipe dédiée d'animateurs réseau qui accompagnent les franchisés.

Nos collaborateurs disposent de tous les atouts pour réussir grâce à leurs compétences et à leur connaissance de l'enseigne (son concept, ses outils, ses process...). Par la suite, grâce à l'apport constitué, ils pourront éventuellement accéder à un magasin en franchise.



37

AMBASSADEURS HANDICAP, tous des salariés volontaires, sont des interlocuteurs privilégiés pour être à l'écoute, relayer les informations et renforcer la communication en matière de handicaps. Ils bénéficient, s'ils le souhaitent, d'une formation en e-learning.

213
MAGASINS INTÉGRÉS

129
MAGASINS EN FRANCHISE

1/3
DU RÉSEAU EN FRANCHISE

+de 10
OUVERTURES PAR AN

3 mieux contribuer

Pour BUT, c'est être plus présent pour nos écosystèmes.



70 %

Taux de tri des déchets, objectif à 70 % en 2024 et 90 % en 2026.



17 %

de magasins intégrés fléchés en réemploi DEEE.



12 763

Tonnes de DEEE et DEA collectés.



La transition écologique : demain se bâtit aujourd'hui

Réduire la consommation énergétique, préserver les ressources, gérer les déchets, adopter des comportements vertueux : BUT s'engage dans la transition écologique des territoires.

La signature de la charte d'engagement Ecowatt

En octobre 2022, BUT a signé la Charte d'engagement Ecowatt portée par RTE et l'ADEME.

Cette signature s'accompagne d'une série d'engagements dans l'objectif de réduire de 30 % la consommation d'énergie à l'horizon 2024. Elle s'articule autour de trois piliers :

- Sensibiliser et former l'ensemble des équipes en créant un réseau d'ambassadeurs de la sobriété énergétique ;
- Mettre en place un outil de pilotage centralisé assurant un suivi efficace des consommations et intégrer des systèmes d'alerte ;
- Moderniser et rénover les bâtiments et les équipements techniques d'ici 2030.

Différentes mesures ont d'ores et déjà été mises en place dans les magasins, dans les entrepôts et au siège : le chauffage à 19°C (10°C dans les entrepôts), des consignes d'éclairage et l'extinction des enseignes lumineuses à la fermeture des magasins, le débranchement de tous les appareils fonctionnant de manière résiduelle en-dehors des activités (écrans, appareils PEM...), la réduction de l'amplitude horaire du siège, le télétravail obligatoire le vendredi, le déploiement de LED.



Une consommation énergétique qui diminue

• Mai 2018 – avril 2019	• 99,77 GWh	• 6 309 162 tCO ₂ e
• Mai 2022 – avril 2023	• 82,44 GWh	• 4 349 924 tCO ₂ e
	• -17,37 % d'électricité utilisée	• 1 959 238 tCO ₂ e économisés

Le tri, une démarche active

L'obligation de tri des déchets a été introduite dans la loi française en 2012 et elle s'est, depuis, affinée pour intégrer différents flux – cinq en 2016, sept en 2022, huit en 2024 quand y seront inclus les textiles et les biodéchets.

BUT s'emploie à optimiser la collecte et le tri de ses déchets, mais aussi à réduire leur impact carbone. Parmi les leviers mis en place à cet effet, celui de la formation est déterminant. Notre objectif est de former les 211 magasins intégrés aux outils de pilotage en interne « Waste pilot », ainsi qu'à l'optimisation de la collecte (réduire les déclassements des bennes collectées, réduire le nombre de trajets camions de collecte...)

Avec l'aide de relais terrain, 52% des magasins ont été sensibilisés à fin juin 2023. Les autres continuent de l'être.

BUT encourage toutes les initiatives individuelles

Dans le cadre de la démarche globale de réduction énergétique, le magasin BUT d'Albi, dans le Tarn, a été choisi pour y installer la toute dernière génération de machines réversibles à haute efficacité énergétique, dotée d'une nouvelle technologie adiabatique. Il s'agit d'une pompe à chaleur air-air réversible : l'air, neuf ou repris, passe dans un caisson de mélange, à travers le module en fibre de verre chargé en eau dont l'évaporation permet de maintenir la température ambiante à 26° en été dans le bâtiment, engendrant de substantielles économies d'énergie.

Ce dispositif est appelé à être déployé sur l'ensemble de la région.

63 %

D'ÉCONOMIE DE CONSOMMATION ÉLECTRIQUE PAR RAPPORT À UN SYSTÈME TRADITIONNEL.

Notre ambition reste d'augmenter la recyclabilité de nos produits et emballages par l'éco-conception, mais aussi d'améliorer et de valoriser le réemploi des produits en fin de vie.

Taux de tri des déchets

2021	2022	Fin juin 2023	2024	2026
• 64 %	• 67 %	• 72*	• 75 %	• 90 %

*(vs un objectif de 70 %).

En route vers l'économie circulaire

Dans son souci de lutte contre le gaspillage et les déchets, BUT, membre fondateur et partenaire historique d'Ecosystem, collabore avec cet éco-organisme pour la collecte et le traitement des équipements électriques et électroniques ainsi que des écrans hors d'usage collectés auprès de ses clients. Ils sont soit valorisés dans des centres de traitement, soit dirigés vers Envie et Emmaüs, des structures de l'économie sociale et solidaire qui leur redonnent une seconde vie.

En 2022, la loi AGEC a permis de mettre en place un fonds dédié au financement du réemploi et de la réutilisation dans le cadre de la Responsabilité Elargie du Producteur. Cette gestion a été confiée à Ecosystem, qui organise la collecte des appareils électriques et électroniques, des écrans, du gros électroménager en froid et hors froid. Un cahier des charges fixe désormais des objectifs de réemploi et de réutilisation (2% des mises sur le marché en 2027) et apporte une traçabilité accrue des appareils réemployés.

ecosystem



Chloé Charrier
Chargée
d'économie
sociale et solidaire
chez Ecosystem

« Le réemploi des déchets collectés dans les magasins BUT marque un engagement fort dans une démarche à la fois environnementale, sociale et sociétale. »



Témoignant de l'engagement de BUT dans l'économie circulaire, le PDG de l'enseigne, Alexandre Falk, a été désigné, le 28 juin 2023, Président du conseil d'administration d'Ecomaison. Cet éco-organisme dédié aux distributeurs et fabricants français de mobilier est destiné à gérer le tri, la collecte, le réemploi et le recyclage des matériaux et objets d'ameublement, de literie, mais aussi les produits et matériaux de construction.

Location longue durée : la consommation plus responsable

Après une période de test dans 5 magasins pilotes, BUT a lancé en mars 2023, dans l'ensemble de son réseau, un service inédit : la location longue durée (48,60 ou 72 mois) de literie (matelas et sommiers) et de sièges (canapés et fauteuils), assortie d'une garantie pendant toute la durée de location.

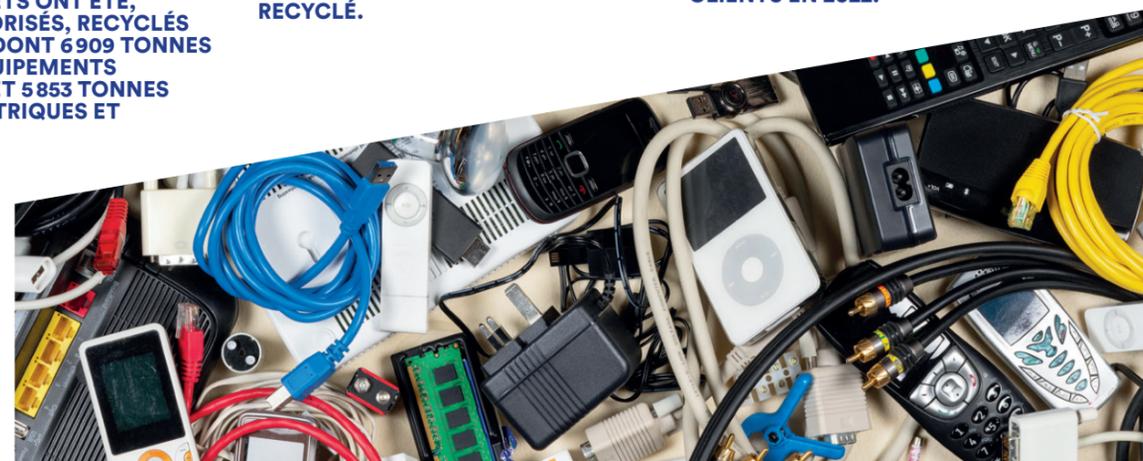
Ce service, qui sera étendu dans un deuxième temps à d'autres familles de produits, s'inscrit dans le cadre d'une démarche de consommation responsable, une seconde vie s'offrant aux produits après leur restitution pour assurer leur réemploi (récupération par des associations ou revente dans les magasins de l'enseigne Troc.com, La Trocante et Happy Cash), ou leur recyclage (avec l'éco-organisme).

792

TONNES (16% DU TOTAL) DES DÉCHETS ÉLECTRIQUES ET ÉLECTRONIQUES ONT ÉTÉ PRISES EN CHARGE PAR DES ENTREPRISES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE POUR GAGNER UNE SECONDE VIE. LE RESTE A ÉTÉ RECYCLÉ.

4 881

TONNES D'ÉCRANS ET D'ÉQUIPEMENTS ÉLECTRIQUES ET ÉLECTRONIQUES HORS D'USAGE ONT ÉTÉ COLLECTÉS PAR BUT AUPRÈS DE SES CLIENTS EN 2022.



La solidarité : la force du collectif

BUT, c'est aussi une équipe, 9 000 collaborateurs à travers la France, prêts à s'engager aux côtés de l'enseigne dans des actions de solidarité, en France et à l'étranger.

Nos collaborateurs s'engagent à nos côtés

De juillet 2022 à juin 2023, BUT a encouragé et soutenu l'engagement de ses collaborateurs dans un certain nombre d'actions solidaires en soutien aux plus démunis, en France et à l'international.

Des fournitures scolaires pour la France.

À l'occasion de l'événement Super Rentrée d'Emmaüs Défi, BUT a organisé la collecte de fournitures scolaires (stylos, feutres, cahiers, agendas 2023-2024, calculatrices, trousse, cartables, règles, compas, décimètres, classeurs, surligneurs, crayons de papier...) en bon état, destinées à permettre aux familles précaires d'équiper leurs enfants sans se mettre en difficulté financière. La collecte a permis de récolter plusieurs kilogrammes de fournitures dans des bacs spécialement disposés à cet effet.

L'aide aux populations de Syrie et de Turquie.

Suite aux deux séismes dévastateurs ayant frappé, le 6 février 2023, la Turquie et la Syrie, faisant plus de 50 000 morts, des centaines de milliers de blessés, 1,87 millions de déplacés, et ravageant des zones entières des deux pays, BUT a mené une campagne de collecte de dons auprès de ses collaborateurs. Les fonds collectés ont été directement versés à Solidarités International, une ONG œuvrant en faveur des populations affectées par la catastrophe.

La lutte contre le mal-logement.

Depuis 2016, BUT participe à la lutte contre le mal-logement aux côtés de Emmaüs défi et la Banque Solidaire d'Équipement grâce au don de 4 000 équipements (mobilier, gros électroménager et literie).



EMMAÜSDÉFI

BUT s'engage dans les « nuits solidaires ».

En 2022, 1 000 packs de literie ont été remis par BUT à la Banque Solidaire de l'Équipement (BSE) dans le cadre de l'opération « nuits solidaires ». Ces packs permettent d'équiper, de manière digne et durable, les personnes sortant d'hébergements d'urgence, au moment de leur accès au logement. En 2023, ce sont 1 300 packs qui ont été offerts.



Indicateurs de performance ESG BUT

Nos engagements	Nos objectifs	KPI	2024	2026
mieux produire	● Intégrer la RSE dans le processus d'achat de BUT	● % du bois d'origine responsable	90 %	100 %
		● % fabriqués en Europe (volume d'achat)	80 %	80 %
		● % fabriqués en France (meubles)	40 %	40 %
		● % de fournisseurs contrôlés	60 %	100 %
	● Concevoir & mettre en œuvre un cadre d'éco-conception	● % de produits des marques exclusives BUT éco-conçus	40 %	100 %
		● % d'acheteurs et fournisseurs termes à l'éco-conception	100 %	-
	● Élaborer un plan pour réduire les émissions de CO ₂	● % réduction de la consommation d'énergie (année de référence juillet 2021–juin 2022)	N/A*	TBD
	● S'engager à une consommation d'énergie plus responsable	● % réduction de la consommation d'énergie	-30 %	-50 %
mieux vivre ensemble	● Définir et mettre en place une approche responsable mais efficace de la communication	● Niveau du Label "Engagé RSE"	- Confirmé	- Exemplaire
		● Score Label "Engagé RSE" / 100	- 65/100	- 80/100
	● Promouvoir la diversité et l'inclusion	● Signatures de "Contrat Climat" / Initiative française / Évaluation annuelle	- signé	- signé
		● Indice de parité entre les sexes	90/100	90/100
	● Améliorer les conditions de travail des collaborateurs et l'enquête du baromètre social	● Taux d'invalidité	5 %	6 %
		● % des directeurs formés à la discrimination	100 %	-
	● Créer un réseau d'ambassadeurs RSE	● Taux d'absentéisme	5,8 %	5 %
		● Baromètre social eNPS (Employee Net Promoteur Score)	+20	+30
		● Nombre d'ambassadeurs (magasins, siège social et logistique)	70	250
	● Mettre en place une politique de gestion des déchets	● Taux de tri des déchets	70 %	90 %
mieux contribuer	● Développer un partenariat plus solide avec des structures ESS et un éco-organisme français	● Actionnaire BUT Éco-mobilier / Envie & Emmaüs	N/A	N/A
		● Favoriser l'amélioration des conditions de vie des personnes	● Unicef (<i>guerre en Ukraine</i>), dons en nature (<i>Emmaüs & Don en nature</i>)	N/A

*La mesure des scopes 1/2/3 ainsi que la stratégie climat vont être déployées dès janvier 2023.



Conception/Réalisation: **estdièse**
Crédits photos: BUT, iStock.

**“ÊTRE LA RÉFÉRENCE
DU CHOIX PLUS
RESPONSABLE
ACCESSIBLE À TOUS
DANS LE SECTEUR
DE L'ÉQUIPEMENT
DE LA MAISON.”**

**Habitons
mieux**



Habitons
mieux

BUT

vos
envies
sans
attendre