

Raison sociale : **CASTORAMA - GROUPE KINGFISHER**

Statut : Société par Actions Simplifiée Unipersonnelle

Activité : Grande distribution de bricolage, de décoration et d'aménagement de la maison.

C.A. HT net 2013 : 2,9 milliards d'euros

Effectifs : 12 650

Coordonnées : Parc d'Activité
59175 Templemars
France

03 20 16 75 75
<http://www.castorama.fr>

Date de création de l'entreprise : 1969

Rapport RSE : Oui

En ligne : Oui

<http://www.castorama.fr/store/pages/rse-home.html>

Chartes et engagements :

- Charte éco-construction des magasins
- Guide éco-produits Kingfisher
- Politique achat bois

Certifications systèmes reconnues : Non

Bilan carbone : Oui

Bilan Gaz à Effet de Serre* : Oui (dernier bilan : données 2011, collectées en 2012)

* Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

Prix et nominations :

- Élu service client de l'année 2012 et 2013 par Viséo Conseil
- Top Employeurs France décerné par le CRF France (Corporate Research Foundation) en 2011, 2012, 2013 & 2014, distinguant les entreprises françaises pour l'excellence de leur offre en termes de Ressources Humaines
- Premier employeur de la grande distribution à avoir obtenu le Label Egalité par l'AFNOR en 2012
- L'enseigne se place en tête du baromètre bois du WWF 2012 (parmi 35 entreprises)
- L'enseigne a obtenu la 4ème place du baromètre « papier » du WWF en 2013

Personnes rencontrées :

Sophie VANDECASTEELE, Directrice de la RSE Kingfisher Division Castorama et Brico Dépôt

Franca D'HOOGHE, Assistante de Sophie Vandecasteele

Frédérique PLOUY, Assistante à la Direction Environnement

Partenaires :

Fondation Ellen mac Arthur par l'intermédiaire du groupe

WWF France (depuis 2006) : le WWF France accompagne Castorama sur la politique bois et la politique climat-énergie.

DÉMARCHE RSE DE L'ENTREPRISE

I – CONTEXTE ET ACTIVITÉ

En 1969, Castorama invente le Do it Yourself (le faire soi-même) et ouvre à Englos (Nord), un magasin entrepôt de 5 000 m² qui regroupe sous le même toit les rayons quincaillerie, électricité, bois, droguerie, papiers peints et matériaux. C'est la première grande surface de bricolage en France.

En 2014, la marque Castorama possède 102 magasins en France, 70 magasins en Pologne et 20 magasins en Russie.

Kingfisher, premier distributeur européen de produits d'aménagement et d'amélioration de la maison et troisième mondial avec plus de 1120 magasins dans 9 pays d'Europe et d'Asie regroupe les enseignes B&Q, Castorama, Brico Dépôt et Screwfix et réalise un chiffre d'affaires de plus de 11 milliards de Livre Sterlings.

La responsabilité sociétale et environnementale de Castorama s'intègre plus largement au sein de la stratégie « Net Positive » du groupe Kingfisher.

Cette stratégie fait partie des 4 ambitions majeures du groupe : easier, common, expand & net positive.

II – ENJEUX ET OBJECTIFS DE LA RSE DANS L'ENTREPRISE

Enjeux de Castorama :

1° Enjeu : Castorama a un impact sur la vie quotidienne de nombreux français

Chaque année, il reçoit dans ses magasins plus de nombreux clients et travaille avec plus de 3 600 fournisseurs dont la plus grande partie sont des PME. Cela représente 18% des parts de marché en France et 34 % avec la marque Brico Dépôt.

L'enseigne recrute chaque année entre 1 000 et 1 500 personnes en CDI et 50% des embauches sont des jeunes de moins de 26 ans.

La RSE de l'enseigne a donc un impact sur l'activité quotidienne mais aussi la manière dont de nombreux acteurs agissent.

2° Enjeu : Castorama anticipe et accompagne l'évolution réglementaire

La politique Bois de Castorama a débuté dans les années 2000 et la réglementation a évolué en 2013. Le « Grenelle de l'environnement » a posé dès 2008 un cadre ambitieux, notamment en matière de réduction de la consommation énergétique. Les résultats de Castorama vont au-delà des enjeux du « Grenelle » puisque Castorama travail aussi bien sur les anciens bâtiments que sur les nouveaux (Charte Éco-construction).

Objectifs économiques et environnementaux :

L'ambition de Castorama est basée sur la volonté d'avoir un impact positif sur la société et son environnement : « donner plus que ce que l'on prend ».

Les objectifs de Castorama s'appuient sur 3 enjeux majeurs perçus par l'entreprise dans son secteur d'activité :

- **Le bois : renforcer l'impact positif de Castorama sur les forêts**

Aujourd'hui 100% des bois sont tracés et 76 % des bois sont éco-certifiés (FSC¹ ou PEFC²). L'objectif est de 100% d'ici 2015.

- **L'énergie : améliorer l'efficacité énergétique**

¹ Forest Stewardship Council

² Pan European Forest Certification

DOSSIER DÉMARCHE RSE DÉTAILÉE

Entreprise de plus de 500 salariés

En interne, baisser la consommation de 39% en 2020 par rapport à 2010.

Pour les clients, les aider et les conseiller à rénover leur habitat. Les ventes réalisées l'année dernière représentent l'équivalent d'environ 20 000 maisons BBC.

- **L'innovation : développer de plus en plus de produits respectueux de l'environnement.**

Castorama propose une sélection de produits qui rendent l'habitat plus économe en énergie ou en eau (ampoules basse consommation, isolants haute performance, réducteurs de débit...), qui préservent la qualité de l'air et de l'eau (peintures naturelles, peintures sans COV, produits d'entretien éco-labellisés...) et les ressources de la planète (bois certifiés, engrais naturels...). En 2013 près de 12 000 produits ont été commercialisés dans les magasins Castorama et représentent 19% du chiffre d'affaires.

Objectifs sociaux :

Castorama souhaite développer fortement :

- L'accès des jeunes à un emploi et la féminisation de ses équipes (cf : 22.07).
- La transmission du savoir faire auprès du plus grand nombre.

III - LES DOMAINES D'ENGAGEMENTS DANS LA RSE

État des lieux de la démarche RSE de l'Entreprise réalisé à partir du Référentiel Bonnes Pratiques RSE Réseau Alliances-World Forum Lille.

1) Gouvernance : Manager son organisation avec transparence

11.01 Intégrer la RSE dans la stratégie de l'entreprise

Une déclinaison dans l'enseigne d'une politique Groupe :

Castorama, dont la démarche de RSE était déjà engagée avant de rejoindre le Groupe Kingfisher, est aujourd'hui partie prenante du programme Net Positive, projet de Développement Durable du Groupe.

Début 2012, Kingfisher a annoncé son nouveau plan RSE appelé "Kingfisher Net Positive" qui se donne un défi : aller au-delà du respect de l'environnement, dépasser la neutralité pour avoir un impact positif sur l'avenir de la planète. Sa philosophie est de rétrocéder à l'environnement plus que ce que nous consommons, pour, finalement, être "net positive".

Le projet d'entreprise de Kingfisher comporte 4 thèmes relatifs à la RSE : le bois, l'énergie, l'innovation, les communautés (cf : II Enjeux et Objectifs de la RSE dans l'entreprise).

Autour de ces axes, Castorama est engagé depuis plus de dix ans dans une démarche de RSE sur trois volets :

- dans son métier pour un habitat sain et économe
 - innover en matière d'éco-produits (produits économisant l'énergie ou l'eau, ou plus sain ou préservant les ressources naturelles) ;
 - améliorer l'efficacité énergétique de l'habitat ;
 - initier des projets mettant en œuvre l'économie circulaire dans ses gammes de produits ;
- pour l'environnement
 - réduire les émissions de CO₂ (notamment les trafics de camions)
- avec ses équipes pour l'égalité des chances

Pour piloter sa démarche, Castorama a créé une Direction de la responsabilité sociétale en 2010 qui anime transversalement l'ensemble des ambitions et objectifs.

Chaque membre de cette équipe est rattaché hiérarchiquement à une Direction experte contributive du plan Net Positive : supply chain, RH, commerciale ...

11.03 Concevoir des outils de mesure des performances RSE

La charte d'éco-construction des magasins indique que Castorama réalise :

- un suivi de 4 indicateurs dans chaque magasin : eau, gaz, électricité, recyclage des déchets
- un benchmarking entre magasins sur ces indicateurs et une communication de celui-ci dans tous les magasins
- la rédaction de cahiers d'entretien
- un livret d'usage et un plan de formation aux éco-gestes pour les collaborateurs

Sur la partie éco-produits, la démarche est identique avec :

- un suivi mensuel du chiffre d'affaires transmis aux magasins via des référents en région, pour piloter et animer l'activité
- le classement des meilleures ventes éco par secteur
- un suivi hebdomadaire des primes énergies (certificats d'économie d'énergie) par région.

Sur la partie sociétale, sont suivis :

- le nombre de femmes dans l'encadrement,
- le nombre de personnes ayant reçu des « cours » de bricolage, dont les enfants
- le nombre de jeunes en alternance
- le nombre de salariés en situation de handicap

Sur les déchets (cf : 41.01)

Au total environ 300 indicateurs sont suivis et diffusés au sein du Groupe et rendus publics dans le rapport annuel et le rapport Net Positive du Groupe.

11.04 Définir et diffuser des engagements RSE

Le programme « Net Positive » s'est donné 4 priorités affichées dans son rapport RSE (cf : 11.01)
 Ce programme est public et accessible sur internet.

11.05 Mettre en place un management participatif

L'enseigne favorise la participation des salariés aux décisions en donnant à chacun, quel que soit sa fonction, des espaces d'initiatives et de responsabilités pour la concrétisation de l'ambition collective « être le leader de l'amélioration de la maison durable ».

Plusieurs médias sont à la disposition des collaborateurs.

Un site collaboratif « plan-net positive » a été créé en 2010 pour développer et mettre en avant les initiatives spécifiques de la RSE. Aujourd'hui, ce média a évolué vers un site (Kissbook) qui traite tous les sujets de l'entreprise et du Groupe. Il facilite la mise en avant d'initiatives RSE.

Des référents RSE sont identifiés au sein des Directions centrales et le relais se fait au sein de chaque filière métier de l'entreprise.

En 2013, 8 équipes se sont organisées pour porter des projets qui leur tenaient à cœur. Certaines de ces idées ont été retenues et développées au sein de l'entreprise (cf : 71.03).

Des ateliers de créativité Net Positive organisés par directions avec l'ensemble des équipes permettent de susciter des initiatives et des engagements Net Positive collectifs et individuels.

Ces ateliers ont été mis en place début 2013 pour initier ou renforcer la démarche de RSE dans l'offre produits et la communication autour :

- de l'habitat durable et des éco produits ;
- de la rénovation énergétique ;
- de l'économie circulaire.

12.01 Opter pour une communication responsable

12.02 Créer des outils de communication sur les engagements et les résultats de l'entreprise

L'enseigne a répondu en 2010 et en 2013 à **l'enquête PAP 50 du WWF** qui évalue 50 grandes entreprises sur : la politique papier, la réduction de la consommation de papier, l'approvisionnement de papier certifié ou recyclé, le recyclage du papier. Castorama est passé de la 9^{ème} place en 2010 à la 4^{ème} place dans le classement PAP 50 du WWF.

L'édition 2012 du rapport de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise donne la parole aux parties prenantes qui accompagnent Castorama et la challengent.

Castorama a développé une communication élaborée sur le recyclage (cf : 41.01).

13.02 Inclure des critères RSE dans les systèmes de rémunération

Les bonus de performance individuelle des managers intègrent des critères RSE : consommation d'énergie au m² pour les chefs de secteurs sécurité ; taux de recyclage des déchets pour les chefs de secteurs logistiques, % de produits éco pour les responsables produits...

14.01 Coopérer avec ses parties prenantes

Coopération avec les fournisseurs :

Depuis 2010, Castorama s'engage à améliorer la vie des Français et facilite la réalisation des projets d'aménagement. « **Les Rendez-Vous de l'Innovation Castoche** » sont l'occasion pour les fournisseurs de présenter aux responsables produits leurs dernières innovations destinées au marché de l'habitat, et d'être référencées rapidement chez Castorama. Pour Castorama, c'est l'opportunité de découvrir de nouveaux produits, capables d'enrichir l'offre. Dans les différents critères d'évaluation, **la qualité écologique du produit est évaluée.**

Coopération citoyenne :

Castorama développe son rôle sociétal à travers une **transmission de son savoir-faire**.

Cette initiative est née du constat que les enfants, tant à la maison qu'à l'école, reçoivent de moins en moins de formation sur le bricolage, les travaux manuels, le faire soi-même ...

C'est pourquoi Castorama a développé des « outils pédagogiques » permettant à chacun selon son style et son niveau de se former : vidéos sur youtube, livre, ateliers de bricolage pour les enfants.

Cette année des projets sur site (associations...) ont permis d'initier 800 adultes au bricolage et 2 500 enfants.

14.02 Accompagner ou sensibiliser à une démarche de développement durable

3 types d'acteurs sont sensibilisés à la démarche :

- **Les collaborateurs** : en 2011, le rapport RSE a été diffusé à tous les collaborateurs de l'entreprise pour que chacun comprenne mieux l'ambition et puisse devenir acteur. La casto TV relaie ces initiatives collectives ou individuelles mais aussi le site collaboratif kiss book.
- **Les partenaires** en partageant avec eux les exigences de l'enseigne en matière de référencement, en diffusant sa politique bois et en développant avec eux des solutions qui correspondent à ses attentes.
- **Les clients** en identifiant les produits éco dans toutes les communications produits. Ceci doit être encore renforcé, notamment dans les magasins.

2) Droits de l'Homme : Respecter les droits essentiels de la personne
22.04 Favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap

Le taux d'emploi des handicapés est de 7,3% en 2013.

Castorama emploie 770 collaborateurs handicapés. Depuis 5 ans, 200 personnes handicapées ont été recrutées en CDI. Une centaine de postes ont été aménagés.

En 2012, Castorama a poursuivi son engagement sur le champ du handicap, en mettant en place un guide du handicap à destination de tous les collaborateurs organisé autour de 8 chapitres, interactifs et très concrets. Les animateurs de la politique handicap retrouvent ainsi toutes les informations clés, les exemples d'actions mises en place pour partager des solutions, ainsi que des contacts externes pour continuer d'animer cette thématique au quotidien.

Bonne Pratique 2013 → CASTORAMA LANCE SON GUIDE DE PARTAGE DES BONNES PRATIQUES POUR CHANGER LE REGARD SUR LE HANDICAP

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/castorama-lance-son-guide-de-partage-des-bonnes-pratiques-pour-changer-le-regard-sur-le-handicap.html>

22.05 Favoriser l'emploi des seniors

Castorama compte 6% de collaborateurs de 55 ans et plus à fin 2012, grâce aux mesures concrètes du plan d'action Senior lancé en 2010, offrant une adaptation des postes de travail, un accompagnement individuel et favorisant la transmission du savoir-faire grâce au parrainage.

Castorama a pour objectif de maintenir les collaborateurs seniors dans l'emploi en accompagnant l'allongement des carrières.

Bonne Pratique 2013 → L'ACCOMPAGNEMENT AU COURS DE LA 2ÈME PARTIE DE CARRIÈRE, CHEZ CASTORAMA

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/laccompagnement-au-cours-de-la-2eme-partie-de-carriere-chez-castorama.html>

22.07 Favoriser l'insertion des personnes en difficulté

Depuis 2011, en synergie avec Brico Dépôt, Castorama a mis en place le **programme GO Alternance**, dont l'objectif est d'accueillir 1 000 alternants par an sur les 2 enseignes.

Pour animer ce programme, plusieurs actions ont été mises en place :

- Renforcer le développement de partenariats (écoles et acteurs de l'emploi des jeunes).
- Proposer des parcours en alternance sur l'ensemble des filières métiers. En 2013 Castorama a ainsi accueilli **850 alternants** et **1 200 stagiaires** conventionnés.

- Accompagner les jeunes avec des tuteurs formés, des parcours d'intégration et de formation (Passeports Alternance), déclinés selon les filières métiers et les compétences attendues en fin de formation.
- Communiquer sur les parcours de réussite de collaborateurs intégrés via des parcours en alternance et les perspectives d'évolution au sein des différentes filières métiers.

En 2013, en pourcentage de l'effectif global, 4,12% de jeunes en alternance ont été accueillis dans l'entreprise, l'objectif est de 5% en 2015.

Cette dynamique se poursuit au travers du contrat de génération.

3) Relations/conditions de travail : Valoriser l'Homme

31.02 Mettre en place une politique d'accueil et d'intégration

Un accueil au service des jeunes

Dès leur entrée chez Castorama, que ce soit en magasin ou au siège basé en Métropole lilloise, les étudiants bénéficient d'un accueil et d'un parcours d'intégration personnalisé. Ils découvrent l'entreprise, son histoire et ses valeurs, sa stratégie. Un tuteur formé guide l'alternant tout au long de son parcours, grâce à un véritable outil de suivi et de liaison : « le passeport alternance ». C'est un carnet de bord qui définit les étapes d'apprentissage et qui permet un suivi du jeune en alternance. Lors de son arrivée dans l'entreprise, le collaborateur en alternance est également accompagné à travers les étapes du kit d'intégration, afin de découvrir l'ensemble de l'entreprise.

Bonne Pratique 2013 → CASTORAMA RECRUTE SES TALENTS DE DEMAIN

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/castorama-recrute-ses-talents-de-demain.html>

31.03 Développer la formation et/ou la promotion

L'ascenseur social fait partie des principes fondamentaux de Castorama. Ainsi en 2013, 87,5% des directeurs nommés sont issus de la promotion interne.

Par ailleurs, **Castorama consacre chaque année plus de 5 % de sa masse salariale à la formation de ses collaborateurs.**

33.01 Favoriser le dialogue social

Chez Castorama, tous les collaborateurs sont invités à partager la même conception du management : "la cré-active attitude". Celle-ci est construite autour de 4 valeurs fortes : simplicité, autonomie, créativité, engagement.

Avec "Gallup" - institut mondial spécialisé dans les sondages - Castorama mesure une fois par an le niveau d'engagement de tous ses collaborateurs.

Cette consultation mise en œuvre depuis 4 ans permet à chaque collaborateur :

- de participer à l'amélioration de son environnement de travail et de son bien-être chez Castorama
- d'échanger en toute confiance, partager, dialoguer, construire ensemble des plans d'action simples, réalistes et efficaces
- d'être acteur pour faire progresser son équipe et son manager

En 2013, Castorama et ses partenaires sociaux ont signé un accord portant sur le dialogue social.

33.02 Favoriser un meilleur équilibre vie privée / professionnelle

Un guide de conciliation vie personnelle/vie professionnelle est en cours de réalisation.

4) Environnement : Préserver la Planète

41.01 Réduire, valoriser et recycler ses déchets

Les déchets, un enjeu fort pour Castorama :

L'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) accompagne l'entreprise sur la thématique de la prévention des déchets et de la maîtrise des énergies.

L'activité de Castorama génère 53 700 tonnes de déchets par an. Les magasins ont été équipés pour trier, recycler et valoriser les déchets qui seront ensuite transformés en matière première par des prestataires agréés.

En 2013, 70% des déchets ont été recyclés (contre 51,5% en 2010). L'objectif est d'atteindre 85% en 2015.

Une gestion des déchets organisée :

Un guide des Bonnes Pratiques en matière de gestion des déchets a été édité : il comporte 20 pages décrivant l'organisation pratique du recyclage, la communication, le suivi des performances, les nouvelles filières.

L'organisation du recyclage est extrêmement développée, elle nécessite 3 circuits :

- à l'arrivée,
- à la mise en rayon,
- et dans les lieux de vente extérieurs.

Des tris sont effectués : bois en vrac, palettes perdues, gravats, cartons, ferrailles, films, peintures. Les tonnages de chaque matériau doivent se rapprocher de quantités standards afin d'atteindre les 80% de taux de recyclage. Les moyens logistiques sont définis avec précision : emplacement et volume des bennes, circuits ...

Des méthodes innovantes pour optimiser le tri sont promues : par exemple des compacteurs de plastique sont utilisés. Les sous-traitants tels que PAPREC GROUP sont impliqués dans cet objectif : Une partie des DIB (Déchets Industriels Banals) sont transformés en CSR (Combustibles Solides de Récupération).

De nouvelles filières de recyclage sont recherchées en permanence : placoplâtre, cerclages plastiques, polystyrène, métaux de robinetterie ...

Les activités de bureaux sont elles mêmes associées à cet effort : papier de bureau, catalogues non distribués, ...

À l'entrée des magasins, des meubles de collecte pour les clients ont permis de collecter et de recycler 300 tonnes de produits électriques et électroniques en 2013.

La nouvelle taxe d'éco-contribution permet de financer depuis 2013 le recyclage de la totalité des meubles (cuisine, salle de bains, étagères, mobilier de jardin).

Des partenariats sont mis en place avec des associations locales ou des lycées, des collectivités pour donner ce qui serait détruit : par exemple les peintures à teinte sur mesure refusées par le client.

Des objectifs sont fixés et la communication sur le sujet est permanente :

Le suivi des performances est particulièrement développé : des objectifs sont définis et un reporting mensuel est organisé. Les résultats sont comparés, par magasin et par région. L'émulation est forte. Chaque écart est analysé.

La communication sur le recyclage est très élaborée : les salariés peuvent visualiser en permanence les enjeux de chaque tri, l'argent économisé, les bonnes pratiques de tri, ce que chaque benne peut recevoir. L'enlèvement des bennes est programmé de façon précise. Des affichages informatifs sont placés au-dessus de chaque benne. Un mini guide de tri est remis à chaque collaborateur par les prestataires référencés.

Bonne Pratique 2013 → GUIDE CASTORAMA 20 BONNES PRATIQUES RECYCLAGE DES DÉCHETS

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/guide-castorama-20-bonnes-pratiques-recyclage-des-dechets.html>

41.03 Limiter l'impact des emballages

Castorama, adhérent d'Eco Emballages, s'est engagé à **financer la collecte et le tri des emballages des produits** achetés par les consommateurs. Ce partenariat a donné lieu à deux actions concrètes :

- des opérations de sensibilisation au tri et au recyclage des emballages

- la signature du pacte Point vert, symbole de l'implication des acteurs en faveur du recyclage et du tri des emballages. Castorama s'engage ainsi à poursuivre la sensibilisation des consommateurs, à réduire le poids et le volume des emballages sur certaines marques propres, et à renseigner les actions de réduction d'emballages.

41.04 Reconvertir et réutiliser des sites pollués

Le nouveau magasin centre-ville Castorama Marseille Saint Loup est situé sur un **ancien site industriel** de production de moteurs de bateau. Avant la construction du nouveau bâtiment les sols ont été dépollués. Aujourd'hui **le bâtiment est parfaitement inséré dans le quartier urbain avec une toiture végétale**. Demain il sera l'objet d'une densification urbaine avec la construction d'immeubles contigus.

42.04 Progresser vers une économie circulaire

Kingfisher est précurseur en la matière.

Depuis 2009 le Groupe soutient la Fondation Ellen Mac Arthur qui accompagne et propose aux entreprises de repenser leur mode de revalorisation des déchets.

Plusieurs exemples de produits recyclés issus de cette démarche sont déjà en magasin :

- la dalle Isol'Gamm fabriquée à partir de pneus de voitures usagés,
- les lames de terrasse Terra Nova constituées de bois et plastiques recyclés issus de déchets ménagers,
- l'isolant Métisse fabriqué à partir de textiles recyclés.
- Les plans de cuisine Infinite : 2013 a été l'année du développement **d'un plan de travail « INFINITE » fabriqué en France à partir de déchets valorisés issus des magasins** (plastiques recyclés et bois de récupération de palettes perdues). C'est en se penchant sur le potentiel des déchets que produisent les magasins et les clients que Castorama a eu l'idée de les utiliser comme matières premières dans la conception de produits innovants. Il a suffi d'un peu plus d'un an, de l'idée à la commercialisation en magasin pour produire ce plan de travail. Les produits seront commercialisés au printemps 2014.

→ **Bonne Pratique : Devenir « Net Positif », chez CASTORAMA rien ne se perd tout se transforme !**

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/devenir-l-net-positif-r-chez-castorama-rien-ne-se-perd-tout-se-transforme.html>

43.01 Mettre en place des projets d'économies d'énergie et de réduction des GES

Un guide de 20 Bonnes Pratiques des économies d'énergie a été édité pour augmenter l'efficacité énergétique des magasins. Ce guide réalisé à partir d'initiatives testées par les équipes magasins donne des solutions pour économiser jusqu'à 400 000 kWh par magasin sur les équipements d'éclairage, chauffage, ventilation et climatisation. En 2013, la consommation a déjà baissé de 14% au m². L'enseigne est sur la trajectoire prévue de -20% au m² en 2015 par rapport à 2010.

Dans chaque magasin, le responsable sécurité maintenance a un objectif d'optimisation des consommations au m² adapté à la configuration de son magasin.

43.02 Établir un bilan carbone et un suivi d'actions mesurables

Castorama a établi de manière volontaire le bilan carbone® de l'ensemble de ses sites dès 2009 et le bilan GES en 2012. Ce document comporte un plan d'action portant sur les déplacements des collaborateurs et les consommations d'énergie.

44.01 Préserver la biodiversité

Pour les nouveaux magasins, un diagnostic de la biodiversité (faune et flore) est réalisé avant le début des travaux. Cette étude est effectuée par un écologue et aboutit à un plan d'action local de biodiversité. L'année suivant l'ouverture, l'écologue remet au directeur du magasin un rapport faisant état du fonctionnement et de la pérennité des équipements.

Au siège à Templemars, 4 ruches avec jusqu'à 250 000 abeilles facilitent la pollinisation de la végétation locale. Elles produisent 70 à 90 kg de miel par an. Cette démarche d'installation et de maintien de ruches est développée progressivement en magasin sur la base du volontariat.

1^{er} magasin équipé : Castorama Niort.

44.02 Gérer durablement les forêts

L'entreprise s'est naturellement posé la question des ressources forestières et s'est engagée dans l'éco-certification de ses gammes de produits.

En 2013, 76% des produits étaient éco certifiés (FSC ou PEFC), garantissant la bonne gestion forestière en amont. L'objectif est d'atteindre 100% en 2015.

cf : II Enjeux et objectifs de la RSE dans l'entreprise

44.03 Gérer durablement l'eau

Pour chaque bâtiment sont installés des équipements économes en eau (robinets, douches, sanitaires) avec un système de compteurs afin de traquer le gaspillage ou les fuites d'eau.

Pour les magasins neufs, afin de filtrer et de dépolluer les eaux pluviales du parking (si la nature du terrain le permet) des noues (bassins) plantées de végétaux, sont systématiquement mises en place sur le parking. 20% du foncier, minimum, est traité en espaces verts et donc perméable. Les places de parking du personnel sont drainantes afin de limiter l'imperméabilité des sols. L'eau est ainsi naturellement épurée et la nappe phréatique est préservée.

45.01 Innover et concevoir des bâtiments et /ou matériaux écologiques

Depuis 2010, l'enseigne mène également une démarche de **qualité environnementale** pour la **construction et la rénovation de ses magasins** pour atteindre l'objectif de -20 % de consommation énergétique au m² en 2015 par rapport à 2010. Pour maîtriser les mutations économiques, sociales, technologiques et saisir les opportunités qui se présentent (les LEDS), **Castorama a mis en œuvre une approche prospective permettant de tester de nouvelles solutions privilégiant des matériaux sains** (bois certifiés), permettant d'agir contre le gaspillage (recyclage des matériaux de démolition) et de muter vers le bâtiment de demain à impact positif sur l'environnement.

En cohérence avec cette dynamique, Castorama a signé la **Charte d'engagement pour l'efficacité énergétique** le 31 octobre 2013 en présence du Ministre de l'Ecologie et du Développement Durable. Castorama est le **premier distributeur signataire engagé sur cette charte**.

Depuis 2006, avec WWF, Castorama a édité une charte d'éco-construction de ses nouveaux magasins. Ce document de 20 pages décrit de quelle façon ses magasins doivent être construits notamment pour diminuer les impacts sur l'environnement, et maîtriser les coûts et la performance énergétique.

Quatre grands domaines sont systématiquement abordés : biodiversité et gestion des eaux, énergie, matériaux durables, chantier vert.

En matière d'impacts, parmi les actions les plus remarquables, on citera : le diagnostic de biodiversité le plan zéro pesticides, des équipements économes pour l'eau, des réductions de volumes à chauffer, des équipements réducteurs de consommations, des matériaux durables et un responsable chantier durable.

Les autres actions sont très variées : ventilation nocturne naturelle, déblais reconvertis en remblais, alimentation des sanitaires en eau de pluie, recyclage des déchets de chantier, utilisation des matériaux « puits de carbone », installation des pistes cyclables, des plate-formes de covoiturage...

De plus, l'enseigne innove pour réaliser ponctuellement des bâtiments à énergie positive : le magasin d'Antibes, « magasin laboratoire », permet d'expérimenter des solutions qui vont au-delà de la future RT 2020, avec un bâtiment niveau passif (BEPAS) à énergie positive.

En partenariat avec la société M2M, Castorama commercialise depuis 2012 la Blyssbox, une box permettant de piloter depuis un ordinateur, un smartphone ou une tablette, l'ensemble des installations utilisatrices d'énergie de la maison : chauffage, éclairage, cumulus, volets. Elle peut également signaler une fuite d'eau et donne des informations sur les consommations (énergie et eau). Elle inclut également une station météo permettant d'adapter ses réglages aux conditions climatiques. Plus d'infos sur <http://www.castorama.fr/store/pages/blyss-liveez.html>. Castorama a ainsi équipé 3 000 maisons entre 2012 et 2013.

45.02 Encourager le financement des bâtiments et/ou matériaux écologiques

L'entreprise incite ses clients à améliorer l'efficacité énergétique de leurs logements, notamment en lançant la « prime énergie » : c'est une aide financière pour les particuliers faisant des travaux de rénovation, d'isolation ou de chauffage et qui permet d'améliorer la performance énergétique de leur habitat, tout en garantissant des économies d'énergie.

Grâce au site www.prim-energie-casto.castorama.fr, les clients peuvent estimer leur prime énergie en décrivant simplement les travaux à réaliser.

Bonne Pratique 2013 → CASTORAMA : LA RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE CASTOCHE

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/castorama-la-renovation-energetique-castocche.html>

Dans le même domaine, Castorama a créé un calculateur de projets pour accompagner ses clients sur la liste des produits nécessaires pour réaliser un projet d'isolation, et réaliser en quelques clics le devis correspondant.

46.01 Optimiser la logistique

Les efforts portent en particulier sur le développement du transport multimodal, qui a permis de retirer 7 900 camions des routes en 2013.

L'objectif de l'enseigne est une réduction de 10% des émissions de CO₂ sur les transports de marchandises en propre en 2015 par rapport à 2010.

Des palettes métalliques pliables sont utilisées dans 60 magasins depuis octobre 2012, ce qui a permis d'éviter l'emploi de 4 000 palettes jetables.

46.02 Optimiser les déplacements des collaborateurs (PDE)

Depuis son lancement en mars 2010, **la plate-forme de covoiturage** de Castorama (castorama.covoiturage.fr) connaît une croissance régulière de 30% par an. En 2013, 650 employés et clients sont inscrits sur la plateforme et partagent leurs trajets, les uns pour se rendre au travail quotidiennement, les autres pour aller effectuer leurs achats dans un magasin Castorama. Un partenariat a été mis en place avec BLABLACAR, site leader du covoiturage en Europe.

46.03 Promouvoir la mobilité durable auprès des clients et consommateurs

Aux magasins de Niort et Dijon les clients disposent d'une borne de rechargement rapide des véhicules électriques et les collaborateurs d'une borne de recharge lente.

Au magasin de La Rochelle la borne de recharge lente de véhicules électriques est alimentée directement par une éolienne.

5) Bonnes Pratiques d'affaires : Etre acteur loyal et responsable sur les marchés

51.02 Intégrer des critères de responsabilité sociétale dans la politique d'achats

Le bois

cf : II Enjeux et objectifs de la RSE dans l'entreprise et 44.02

Depuis plus de dix ans, Castorama mène des efforts importants en collaboration avec WWF-France pour promouvoir la gestion durable des forêts : 85 % des produits en bois tropicaux achetés sont certifiés FSC, ou en voie de certification. 100% des bois sont « tracés ».

Le responsable de la logistique Sud a pris l'initiative d'une réflexion sur la réduction de l'utilisation du bois au profit de matières de substitution.

L'usage de bois produits en France est mis en valeur : par exemple le parquet « EVERES » ; certifié PEFC : premier parquet massif en pose flottante avec isolation phonique.

Tous les achats de papier pour la fabrication des catalogues et dépliants promotionnels sont certifiés issus de forêts gérées durablement ou en papier recyclé. **Castorama a systématisé l'exigence d'éco-certification** à l'ensemble des produits contenant du bois, soit plus de 16 000 références. Ainsi les gammes de mobilier de jardin, de parquets ou de tablettes sont déjà 100% éco-certifiés.

Les points clés de la démarche :

- rédaction d'une politique d'achat pour le bois, en lien avec son partenaire le WWF France,
- formation des équipes achats sur les critères d'éco-certification (FSC et PEFC)
- mise en place d'un système de contrôle et de mesure des données avec l'équipe Qualité.

Les autres produits

un guide définissant les écoproduits a été rédigé en 2009 en collaboration avec l'ADEME et le WWF. Ce guide s'est depuis intégré dans la démarche du Groupe Kingfisher et a évolué vers un cahier des charges commun à toutes les enseignes

60 % des ventes d'isolants se font sur des produits à haute performance thermique et 95% des peintures intérieures de ses marques exclusives bénéficient de l'étiquette A+ (très faibles émissions de composés organiques volatils).

Bonne Pratique 2013 → ACHATS RESPONSABLES DES PRODUITS CONTENANT DU BOIS CHEZ CASTORAMA

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/achats-responsables-des-produits-contenant-du-bois-chez-castorama.html>

6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts

61.01 Assurer une gestion responsable de la relation clients et consommateurs

Des partages d'idées ont permis d'améliorer la qualité du service aux clients. Par exemple, réussir à calculer la bonne quantité de produit par rapport à une surface de travaux envisagés.

61.01 Améliorer la santé et le bien être par des produits ou des services

Certains produits de bricolage peuvent être dangereux pour la santé.

Pour limiter ce risque, Castorama commercialise des produits de bricolage ou de décoration qui influent sur la qualité de l'air respiré. Afin d'éclairer le consommateur, un étiquetage renseigne sur le niveau d'émission de Composés Organiques Volatils (COV) contenus dans le produit (de A+ très faible à C très fort). Castorama privilégie les produits A+ dans son référencement : 95% de ses peintures intérieures en bénéficient déjà.

L'innovation en matière d'éco produits est donc un enjeu majeur : toutes les peintures, COLOURS sont classés A+ et préservent la qualité de l'air, et tous les engrais VERVE sont utilisables en agriculture biologique (cf : 42.02).

64.02 Préconiser des produits ou services responsables

Castorama s'engage dans une offre de produits et de solutions pour une maison plus durable :

Plus de 12 000 écoproduits sont proposés dans ses magasins, soit 19% de son chiffre d'affaires. En 2015, ces produits représenteront 30% du CA.

En 2013, l'enseigne a vendu des produits économes en énergie impactant 26 358 logements.

Un travail d'amélioration continue de l'offre est en place et intègre des critères environnementaux. Un référentiel Kingfisher sert de base pour améliorer la qualité des produits ainsi que leur performance. Si le bois en fait partie, d'autres critères sont pris en compte : l'énergie, l'eau, la préservation des ressources, la qualité de l'air intérieur ou encore l'emploi de matières recyclées pour développer progressivement des produits dans une démarche d'économie circulaire.

Quelques exemples concrets :

- pour l'énergie : les isolants à haute performance thermique représentent 60% des ventes, les radiateurs électriques ou encore l'éclairage basse consommation (LED ou fluo compactes). L'ensemble des ventes de 2013 a permis de rénover l'équivalent de 26 000 logements en France
- pour l'eau : toutes les douchettes ou WC intègrent un système d'économie d'eau et de nouveaux mitigeurs économisent à la fois l'eau et l'énergie grâce à un système qui évite le déclenchement intempestif de la chaudière.
Tous les engrais VERVE sont utilisables en agriculture biologique (cf : 62.01).
- pour la qualité de l'air : toutes les peintures COLOURS ont le niveau A+ qui garantit de très

faibles émissions de substances volatiles et préservent la qualité de l'air (cf : 62.01).

- pour les énergies renouvelables et la biodiversité : tous les produits DARWIN de rangement, meubles de jardin, parquets stratifiés, tasseaux, moulures et tablettes sont en bois issus d'une gestion responsable, toutes les cuisines bénéficient du label NF et sont fabriquées en France, tout comme les portes de placards.

Bonne Pratique 2013 → CHEZ CASTORAMA, L'HABITAT DURABLE POUR TOUS, C'EST CASTOCHE !

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/chez-castorama-lhabitat-durable-pour-tous-cest-castoche.html>

7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté

71.03 Créer des liens de proximité par des actions solidaires, locales...

Chaque magasin s'engage dans la Cité

En 2013, chaque magasin a mené au moins un projet solidaire avec un partenaire local (association, mairie, école, maison de retraite, foyer de jeunes, établissement spécialisé, ...).

- Plus de 200 actions solidaires ont ainsi été menées, dont 130 ont directement concerné des chantiers d'amélioration d'un lieu de vie avec transfert de savoir faire par les collaborateurs. Dans le cadre de la réalisation de ces projets, environ 800 personnes ont été formées au bricolage.
- Près de 200 ateliers enfants ont également été animés en magasin ou chez le partenaire : 2 600 enfants ont ainsi été initiés au bricolage ou sensibilisés au développement durable (composte, jardin pédagogiques, semis, ...).

Globalement, plus de 1 300 collaborateurs se sont mobilisés sur ces actions.

Quelques exemples de réalisations 2013 :

Projet de Marseille St Loup : création d'un jardin pédagogique (avec un composteur, une dizaine de carrés potagers, une zone pique nique, des ruches) permettant d'animer des ateliers enfants tout au long de l'année avec les associations, écoles et centres aérés à proximité.

Projet d'Angoulême : rénovation des locaux de l'association 'l'enfant soleil' qui accueille des personnes handicapées (espace de vie, salle de jeu, salle de détente, sanitaires, création d'une cuisine et coin repas). Ce projet a mobilisé une trentaine de collaborateurs

Projet de Coignières : une dizaine de collaborateurs du magasin ont répondu à l'appel de la mairie afin de contribuer à la réfection du centre de loisir de la ville : installation d'un abri de jardin, d'un bac à compost, d'un récupérateur d'eau de pluie et de bacs potagers. Les collaborateurs Castorama ont également participé à l'animation des premiers ateliers avec une cinquantaine d'enfants.

Projet de Bondues : ateliers enfants de bricolage « génération Castoche » animés par des retraités bénévoles tous les samedis, une bonne façon de créer du lien intergénérationnel et de partager le plaisir du bricolage.

Projet de Quimper : aménagement d'un local pour créer un salon de coiffure solidaire en partenariat avec le secours populaire, avec fourniture du matériel et participation de 7 personnes au chantier.

Projet de Metz : rénovation des locaux des Restos du Cœur, avec 8 personnes mobilisées.

Bonne Pratique 2013 → CASTORAMA S'ENGAGE AUPRÈS DES COMMUNAUTÉS LOCALES AUTOUR DE PROJETS SOLIDAIRES

<http://www.reseau-alliances.org/bonnes-pratiques/moteur-de-recherche/castorama-sengage-aupres-des-communautés-locales-autour-de-projets-solidaires.html>

72.02 Créer des liens avec les jeunes et les écoles

Trois types d'actions sont menées :

- intervention dans les écoles primaires : sensibilisation à l'environnement, au tri sélectif des déchets, aux économies d'énergie ;
- intervention dans les lycées et les grandes écoles : présentation de l'entreprise, de sa

- stratégie, de son programme Net Positive ;
- accueil de jeunes en magasins, au siège (stages découvertes pour les collèges, stages d'études à partir du lycée et contrats en alternance).

cf : 71.03

IV – INVESTISSEMENTS ET MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR DÉPLOYER CETTE DÉMARCHE

- **Humains** : l'équipe RSE est composée de 7 ETP (Équivalent Temps Plein). Ces personnes peuvent être à temps plein ou à temps partiel et cumulent leur action avec un autre emploi.
- **Matériels** : des guides sont mis à la disposition des équipes pour les aider à développer de bonnes pratiques : déchets, gestion de l'énergie, guide éco produits, politique bois.
- **Financiers** : pour stimuler les initiatives, le Groupe met à la disposition des enseignes un **fond qui permet de soutenir financièrement les initiatives les plus pertinentes**. Ce fond, actuellement doté une seule fois par an, sera doté 2 fois en 2014.

V – FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

- L'existence d'objectifs précis, notamment en matière de recyclage
- Le reporting
- La communication et l'émulation entre magasins
- La forte implication des collaborateurs

VI – PRINCIPAUX BÉNÉFICES POUR LES PARTIES PRENANTES

Partie prenante	Description synthétique du (des) bénéfice(s) obtenu(s)
Actionnaires	L'entreprise est leader dans son secteur.
Salariés	Les salariés manifestent un haut degré d'implication et un fort sentiment d'appartenance.
Fournisseurs	Ceux qui offrent des produits responsables sont référencés et valorisés
Clients	Accèdent à des produits respectueux de leur santé et de leur environnement et font des économies d'énergie.
Environnement	Réduction de l'impact, 2013 : 70% des déchets sont recyclés, baisse de 14% au m ² de la consommation d'énergie des magasins, 76% du bois est éco-certifiés (FSC-PEFC)
Cité	Bénéficie d'actions sociétales récurrentes.

VII – CONTRIBUTION DE LA RSE À LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

- **Indicateurs économiques**

Chiffres d'affaires des Eco-Produits

Nature	Montant
Chiffre d'affaires HT 2013	543 696 047 €
Chiffre d'affaires HT 2012	559 530 596 €
Chiffre d'affaires HT 2011	517 225 962 €

Chiffres d'affaires de Castorama

Nature	Montant
Chiffre d'affaires TTC net (K€) 2013	3 300 000

Valorisation des déchets : Les déchets revendus en tant que matières premières recyclées représentent 1 109 000 € en 2013 (cf : 41.01).

o **Satisfaction client**

Avez-vous réalisé une enquête satisfaction auprès de vos clients ?

Oui. Existence d'un baromètre de satisfaction depuis juin 2010.

L'outil a été mis à jour en septembre 2013 avec la création d'un questionnaire mobile (flash code sur le flyer), refonte de l'interface, création de fiches et de rapports de synthèse pour l'accompagnement des magasins et le suivi des indicateurs clés....

Si oui, à quelle fréquence et en quelle année pour la dernière fois ?

Le baromètre est continu, il est envoyé chaque semaine aux clients porteurs de carte, les flyers sont distribués en magasin, et présence d'un encart sur le site Internet.

Quel retour auprès des salariés ?

Des fiches de synthèse mensuelles sont envoyées aux Directeurs de Magasin, aux Directeurs Régionaux et au siège.

Un rapport semestriel est rédigé par région ainsi qu'au niveau national.

Une interface en ligne (avec code confidentiel) à destination des Directeurs de Magasin, des Directeurs Régionaux et des utilisateurs du siège permet de suivre en temps réel les indicateurs.

o **Actionnaires :**

Amélioration de l'image de l'Entreprise ? **Oui**

VIII – INDICATEURS DE PERFORMANCES SOCIALES

→ RESSOURCES HUMAINES

o **RÉPARTITION FEMME / HOMME***

	Femmes			Hommes			Total		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Effectif salarié au 31 décembre	5417	5446	5541	7233	7209	7373	12650	12655	12914
Dont CDI	5013	5000	5019	6720	6592	6707	11733	11592	11726
Dont CDD	216	258	312	222	330	350	438	588	662
Dont intérimaires	-	-	-	-	-	-	132	156	270
Dont contrats en alternance	188	188	210	286	287	316	474	475	526
Direction	-	2	2	5	6	8	5	8	10
Cadre	536	571	585	971	981	1020	1507	1552	1605
Agent de maîtrise	721	724	741	1121	1122	1125	1842	1846	1866
Employé	4160	4149	4213	5136	5100	5220	9296	9249	9433
Répartition par tranche d'âge :									
- moins de 35	2394	2357	2360	3299	3246	3267	5693	5603	5627
- entre 35 et 50	2319	2302	2292	3044	2993	3043	5363	5295	5335
- plus de 50	704	787	889	890	970	1063	1594	1757	1952

o **EMPLOI DE TRAVAILLEURS HANDICAPÉS**

	2011	2012	2013
Taux d'emploi des handicapés*, y compris intérim et ateliers protégés	7,44%	7,57%	7,3%
Montant de la contribution versée à l'AGEFIPH	52 327 €	130 848€	99 298 €

* Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total.

Castorama paie néanmoins des contributions car le taux s'apprécie établissement par établissement. La contribution correspond donc à ceux qui n'ont pas atteint ce taux, notamment le siège social.

DOSSIER DÉMARCHE RSE DÉTAILLÉE

Entreprise de plus de 500 salariés

o EMPLOI DES JEUNES ET DES SENIORS

	2011	2012	2013
Moyenne d'âge des collaborateurs	37,1	37,5	37,9
Effectif des CDI de moins de 26 ans	1537	1269	1200
Effectif des CDI de plus de 55 ans*	600	700	794

* Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

o FIDÉLISATION - TURN OVER - SANTÉ SÉCURITÉ

	2011	2012	2013
Turn Over* :			
- En nombre de salariés	1240	1002	880
- En %	10,6%	8,6%	7,5%
- Par tranche d'âge :			
< 26 ans	31%	26,5%	27,6%
> 57 ans	20,9%	16,3%	14,3%
- Par sexe			
F	10,1%	7,2%	7,7%
H	11,1%	9,7%	7,5%
Taux de fréquence des accidents du travail	66,1	60,9	56,5
Taux de gravité des accidents du travail	2,29	2,22	1,94
Taux d'absentéisme tous motifs confondus	5,92%	5,89%	6,02%

- Tenant compte uniquement des arrivées et des départs en CDI

o FORMATION - DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES - PROMOTION

	2011	2012	2013
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*	5,81%	5,44%	4,45%
% de salariés ayant bénéficié d'une formation dans l'année	89%	94,5%	81,6%
% de salariés ayant bénéficié d'un entretien d'évolution de carrière et d'évaluation	96%	95%	94,4%
% de salariés CDI ayant bénéficié d'une promotion (changement de coefficient ou de catégorie)	21%	16,3%	15,3%
Nombre moyen d'heures de formation/salarié/ catégorie :			
- Cadre			
F	46	33	34
H	48	38	33
- Agent de Maîtrise			
F	28	25	22
H	30	33	24
- Employé			
F	12	13	11
H	14	16	14

* taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale

* taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale

o RÉMUNÉRATION :

L'entreprise verse en moyenne 16 mois de salaire.

DOSSIER DÉMARCHE RSE DÉTAILLÉE

Entreprise de plus de 500 salariés

o PARTICIPATION ET INTÉRESSEMENT

	Oui	Non
Proposez-vous une participation * à vos salariés ?	X	
Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13 ^{ème} mois, ..) ?	X	
Proposez-vous un Plan d'Épargne d'Entreprise à vos salariés ?	X	
Proposez-vous un actionnariat salarié ?		X

* Obligation légale pour les entreprises > 50 salariés

o CLIMAT SOCIAL

Avez-vous réalisé une (des) enquête(s) ?	Oui Enquête engagement des collaborateurs (GALLUP)	
Si oui, quel est le taux de participation ?	86,5%	

o REPRÉSENTATION DU PERSONNEL

Avez-vous :		
- des délégués syndicaux ?*	X	
- des délégués du personnel ?**	X	
- un Comité d'Entreprise ?***	X	
- un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ?***	X	

* obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale

**obligatoire pour entreprise > 11 salariés

***obligatoire pour entreprise > 50 salariés

IX – INDICATEURS DE PERFORMANCES ENVIRONNEMENTALES

o GESTION DES DÉCHETS

	Nature des déchets	Mesure ? Oui/non	2011		2012		2013	
			Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé
Emballage	Bois, carton, plastique, peinture, ferraille, palette perdue	Oui	-	62%	54457T	64,4%	-	70%
Produits	DEEE*, ampoules, piles	Oui	303 T	100%	368 T	100%	-	-

*Déchets Equipements Électriques et Électroniques

o RESSOURCES NATURELLES

	Oui / Non	Mesures* Oui/Non	2011	2012	2013
Consommation d'eau					
Eau potable	Oui	Oui	-	188 725 m3	166 467 m3
Consommation d'énergie					
Électricité	Oui		167 GWh	178,5 GWh	-
Émissions de Gaz à Effet de Serre	T. éq. CO ₂ /m ²		17	18	-

*précisez les unités

Données du bilan GES

Postes	Types	Consommations 2011	Emissions
Energie	Fioul	45 523 L	148 t eq.CO2
Energie	Gaz	29 179 803 kWh PCI	6 832 t eq.CO2
Energie	Electricité	133 997 311 kWh PCI	6 946 t eq.CO2
Energie	Propane	6 219 511 kWh PCI	1 676 t eq.CO2
Total Energie			15 602 t eq.CO2
Livraison camion	Gasoil	546 472 L	1 733 t eq.CO2
Voiture de fonction	Diesel	256 109 L	812 t eq.CO2
Voiture de fonction	Essence	10 179 L	28 t eq.CO2
Total Voiture			840 t eq.CO2
TOTAL 2011			18 175 t eq.CO2

Avez-vous mis en place un Plan de Déplacement d'Entreprise ? **Oui**

Castorama a mis en place un site dédié au covoiturage ouvert aux collaborateurs.

Propos recueillis auprès de **Sophie VANDECASTEELE**, Directrice de la RSE Kingfisher Division Castorama et Brico Dépôt, **Franca d'HOOGHE**, Assistante de Sophie Vandecasteele et **Frédérique PLOUY**, Assistante à la Direction Environnement

Par **Jacques FLEURETTE**, Conseiller Bonnes Pratiques Accompagné de **Marie-Madeleine CARPENTIER**, et **Charlotte CALONNE** Pôle Partenariats et Bonnes Pratiques.