Rapport RSE

2024 | 2025

Habitons mieux

BUT Conforama Groupe

Istock.com, © RyanJLane

Sommaire

Notre contribution aux Enjeux du Développement Durable Page 04
Interview croisée avec Alexandre Falck et Étienne Bodin

Notre feuille de route Page 08
Piliers, ambitions, engagements et objectifs 2030

PILIER 01 : MIEUX PRODUIRE Page 10

1. Le défi décarbonation : chaque action compte
2. Les achats responsables
3. Préserver la biodiversité et l'écosystème de notre planète
4. «Habitons mieux», un score environnemental pour guider nos clients dans leur choix durable

PILIER 02 : MIEUX VIVRE ENSEMBLE Page 20

1. La formation : développer le potentiel de tous nos collaborateurs
2. Bâtir une entreprise dans laquelle chaque talent est valorisé
3. Prendre soin de nos collaborateurs, au quotidien

PILIER 03 : MIEUX CONTRIBUER À LA SOCIÉTÉ Page 28

1. Allonger la durée de vie des produits : un levier clé de l'économie circulaire
2. Actions solidaires : la force du collectif

Indicateurs de performance ESG Page 34

Notre contribution aux Enjeux du Développement Durable

Interview croisée avec

ALEXANDRE FALCK, Président Directeur Général BUT-Conforama et
ÉTIENNE BODIN, Directeur des affaires publiques, de la communication institutionnelle et de la RSE

1 Groupe, 2 Enseignes, 3 Engagements : Agir pour un habitat accessible à tous, de qualité et durable.

C'est le premier rapport RSE consolidé du Groupe BUT-Conforama. Pourquoi maintenant ?

Alexandre Falck : En septembre 2024, nous avons franchi une étape importante avec la création du Groupe **BUT-Conforama**. Ce n'est pas une fusion d'enseignes : chacune garde son identité et son offre commerciale, mais nous avons regroupé nos fonctions transversales – finances, logistique, informatique, RSE, immobilier, et transformation – pour créer des synergies et conforter la solidité du Groupe.

©Damien GRENON

Étienne, un an après votre arrivée, quel est votre constat ?

Étienne Bodin : En rejoignant le Groupe, j'ai été marqué par la dynamique engagée en faveur du développement durable : **BUT** avait lancé dès 2020 sa feuille de route « Habitons mieux » et obtenu des progrès notables. Les deux enseignes font le même métier, utilisent les mêmes outils informatiques, les mêmes camions, ont les mêmes fournisseurs et parfois les mêmes clients. Dès la constitution du Groupe, les trajectoires ont convergé. « Habitons Mieux » est devenu notre feuille de route commune. **Conforama** a pu affirmer son ambition RSE tout en apportant ses forces spécifiques comme la gestion des déchets. Dans ce contexte, publier un premier rapport RSE consolidé était une évidence.

Le marché de l'équipement de la maison traverse une période difficile. Comment l'abordez-vous ?

Alexandre Falck : Le marché reste sous pression. La croissance économique est faible, les sources d'instabilité sont nombreuses, le marché immobilier est en berne. Beaucoup de Français reportent leurs projets d'équipement de la maison. Dans ce contexte, la force de nos marques est un élément de réassurance mais nos consommateurs arbitrent souvent en faveur de l'épargne lorsque la dépense n'est pas contrainte.

Étienne Bodin : Il y a aussi des signaux positifs. On observe une demande croissante de transparence sur la durabilité des produits. Les consommateurs s'intéressent davantage à de nouveaux modèles de consommation comme la seconde main, la location longue durée ou la réparation. Ce sont encore des marchés émergents, mais qui progressent vite. Notre responsabilité est d'accompagner ces tendances, en restant fidèles à nos valeurs : l'accessibilité, la proximité et la durabilité.

Qu'apporte concrètement le fait d'avoir deux enseignes réunies au sein d'un même groupe ?

Alexandre Falck : Ensemble, **BUT** et **Conforama** représentent le premier distributeur français de l'équipement de la maison. Avec plus de 500 magasins, nous avons une couverture nationale unique. Nos deux enseignes bénéficient d'une notoriété historique et d'une expertise reconnue avec une image forte de proximité et de confiance. Ce qui nous distingue surtout, c'est notre ancrage territorial. Plus de 80 % de nos achats meubles viennent d'Europe, dont 42 % en France. À l'heure où nos clients veulent donner du sens à leurs achats, ce « Made in France » est un atout déterminant. Il soutient l'emploi local et valorise le savoir-faire de nos partenaires industriels. Nous devons être à la fois un champion de l'accessibilité et un acteur exemplaire de la durabilité.

Le « Made in France », c'est un atout majeur ?

Étienne Bodin : Oui, car il soutient l'industrie française et fait partie de l'histoire de nos deux enseignes. Nous collaborons avec nos fournisseurs sur les enjeux d'éco-conception tels que la réparabilité ou la séparabilité des produits, l'intégration de matières recyclées. L'écoscore agit comme un levier de progrès partagé. Au-delà de la négociation commerciale, nous voulons instaurer un partenariat durable. ➡

« Nos deux enseignes bénéficient d'une notoriété historique et d'une expertise reconnue avec une image forte de proximité et de confiance. »

De gauche à droite : Guillaume Lepetit, Directeur Général Systèmes Informatiques - Igor Chaine, Directeur de la Transformation - Anne-Laure Feldkircher, Directrice Générale de BUT - Alexandre Falck, PDG Groupe - Christelle Dufour, Directrice Générale Administrative et Financière - Gilles Rey, Directeur Général Supply Chain - Flavien Dhellemmes, Directeur Général de Conforama - Aurélia Lempereur, Directrice Développement & Immobilier - Étienne Bodin - Directeur Affaires Publiques, communication institutionnelle & RSE

Pour répondre aux enjeux RSE, quels leviers auront le plus d'impact ?

Étienne Bodin : Notre feuille de route « Habitons mieux » repose sur trois leviers. Le premier est l'éco-conception : elle transforme notre offre avec une politique ambitieuse d'amélioration continue de nos produits. Le deuxième est la formation des collaborateurs : c'est la condition pour que la RSE soit intégrée dans la culture du Groupe.

Enfin, l'économie circulaire – recyclage, réparation, réemploi – est essentielle pour réduire notre empreinte et donner une seconde vie aux produits. Ces trois leviers sont au cœur de nos engagements : mieux produire, mieux vivre ensemble et mieux contribuer à la société. Tout cela nécessite de mesurer avec précision et communiquer avec transparence. Enfin, lorsque l'offre durable n'est pas compatible avec le discount, notre responsabilité est d'expliquer pourquoi aux clients, c'est tout l'objet de notre écoscore.

Quels résultats concrets pouvez-vous partager pour 2024-2025 ?

Alexandre Falck : Nous avons obtenu des progrès significatifs et mesurables. Chez **BUT**, nous avons accéléré l'éco-conception : plusieurs gammes intègrent désormais des matériaux responsables, avec une meilleure réparabilité. Nous avons renforcé nos achats responsables, déployé de nouveaux dispositifs de tri en magasin et réduit significativement notre consommation d'énergie grâce à l'optimisation des bâtiments et à l'éclairage LED.

Chez **Conforama**, l'année a été marquée par un alignement progressif sur notre feuille de route commune « Habitons mieux ». Cela s'est traduit par de nouveaux indicateurs, des projets pilotes sur la gestion circulaire et un engagement fort des équipes.

Nous avons mis en place des synergies rapides : une plateforme logistique commune qui réduit les coûts et les émissions de carbone, le partage des meilleures pratiques en SAV* et en gestion des déchets, et une approche unique de l'éco-conception. Ces « quick wins » sont des preuves concrètes que la transformation porte ses fruits.

Quels sont vos principaux défis pour la suite ?

Étienne Bodin : Le premier est d'harmoniser nos pratiques. **BUT** et **Conforama** avaient des approches RSE différentes ; nous devons désormais avancer avec un cadre unique et partagé.

Le deuxième est de renforcer nos outils de pilotage. Nous avons besoin de KPIs précis et d'un reporting consolidé pour piloter nos progrès et rendre des comptes avec transparence. La RSE se rapproche d'ailleurs de plus en plus de la finance : elle devient un véritable outil de pilotage stratégique pour l'entreprise.

Le troisième est culturel. La RSE n'est pas qu'un sujet technique : c'est un projet collectif. Chaque collaborateur, chaque partenaire doit se sentir impliqué. La réussite viendra de cette mobilisation.

Enfin, la biodiversité s'impose comme un sujet incontournable : nous déployons une démarche de mesure et de protection de nos impacts, car la responsabilité environnementale dépasse largement le climat.

Comment voyez-vous l'avenir, à horizon 2030 ?

Alexandre Falck : La période qui s'ouvre sera symbolique pour nos enseignes. Nous avons plus de 50 ans d'histoire, mais nous regardons vers l'avenir. Aujourd'hui nous sommes un Groupe qui réunit deux enseignes autour de trois engagements. Notre ambition est claire : devenir la référence en matière de distribution durable de biens de l'équipement de la maison en France.

Cette trajectoire s'inscrit pleinement dans la cause qui nous rassemble : agir pour un habitat accessible à tous, de qualité et durable. En 2030, cette cause sera profondément ancrée dans notre ADN.

Enfin, la croissance durable est avant tout une croissance rentable. Réduire nos émissions, optimiser nos ressources, améliorer nos process, ce n'est pas un coût, c'est une source d'efficacité, d'économie et de compétitivité.

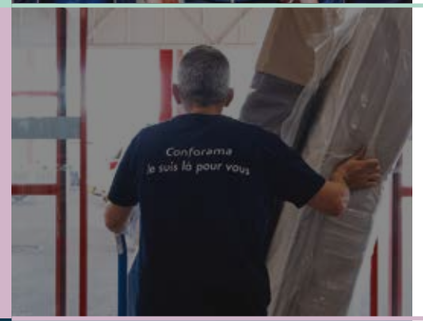
Étienne Bodin : En 2030, je vois un Groupe qui aura structurellement intégré le développement durable dans sa stratégie, sa gouvernance et son innovation. C'est aussi le sens de la suite de notre feuille de route commune, pour la période FY26 - FY30. Elle est actuellement en préparation avec l'ensemble des directions et leurs équipes et porte déjà de nouveaux objectifs : poursuivre et massifier l'éco-conception, déployer un réseau d'ambassadeurs RSE, et développer notre service réparation.

« La RSE n'est pas qu'un sujet technique : c'est un projet collectif. Chaque collaborateur, chaque partenaire doit se sentir impliqué. La réussite viendra de cette mobilisation. »

[1] *Service Apres Vente*

Notre feuille de route

BUT Conforama Groupe

NOS PILIERS, NOS AMBITIONS	NOS ENGAGEMENTS	NOS OBJECTIFS FY 2030
PILIER 01 **MIEUX PRODUIRE** Réduire l'impact social et environnemental de nos activités grâce à une conception, une production et une distribution plus raisonnées.	**Réduire l'empreinte carbone de nos activités et de nos produits**	• Se conformer à l'Accord de Paris : -42%
	Favoriser des achats responsables (éco-conception)	• 100% de nos produits dans une démarche d'amélioration • 100 % des acheteurs et fournisseurs formés et sensibilisés • 100 % de nos bois d'origine responsable
	S'engager pour une consommation d'énergie responsable	• Se conformer au décret tertiaire : -40% • Relamping en Led de nos dépôts : 100%
	Préserver la biodiversité et les écosystèmes	• Construire une feuille de route biodiversité
PILIER 02 **MIEUX VIVRE ENSEMBLE** Travailler en étroite collaboration avec les RH pour améliorer le bien-être des collaborateurs, développer leurs carrières et bâtir la réussite du collectif.	**Promouvoir la diversité et l'inclusion**	• Promouvoir des actions en faveur de l'égalité femme / homme en suivant l'index de l'égalité professionnelle • Atteindre 7% de taux d'emploi de personnes en situation de handicap
	Améliorer les conditions de travail des collaborateurs	• 100 % des managers formés à la lutte contre la discrimination chaque année
	Créer un réseau d'ambassadeurs RSE	• Création d'un réseau avec 48 ambassadeurs RSE sur tout le parc
	Former les collaborateurs	• Former 55 % de nos collaborateurs en présentiel et 60 % en e-learning
 PILIER 03 **MIEUX CONTRIBUER À LA SOCIÉTÉ** Prendre part activement au développement économique, social et environnemental des territoires dans lesquels sont implantés nos magasins en entretenant des liens étroits avec les acteurs qui font la vie locale.	**Accroitre la réparation**	• Nombre de réparation à domicile GEM : 138 000 dossiers en FY26 • Nombre de dossiers SAV grand import : 30 000 en FY26
	Mieux gérer la fin de vie des produits	• Atteindre 95% de taux de tri avec Eco-organisme • Atteindre 80% de taux de tri sans Eco-organisme
	Développer le réemploi	• 150 conteneurs de réemploi Ecomaison
	Soutenir les communautés locales	• 6 campagnes annuelles avec le microdon
PRINCIPES DIRECTEURS **MIEUX MESURER ET COMMUNIQUER** Mesurer, reporter et publier nos impacts environnementaux et sociaux de manière transparente pour nos parties prenantes	**Certifier notre engagement RSE**	• Score Label engagé RSE de l'Afnor niveau « Exemplaire » à horizon 2030
	Se conformer à la CSRD	• Analyse de double matérialité pour déclaration en 2028
	Mieux communiquer nos engagements internes et externes	• Intégration de la démarche et des enjeux RSE du Groupe sur notre site corporate Groupe, site enseignes, site interne et nos magasins

MIEUX PRODUIRE

Réduire l'impact social et environnemental de nos activités

©GAMI

OBJECTIFS 2030

100 %
de nos produits dans une démarche d'amélioration continue.

100 %
de notre bois d'origine responsable.

Maintenir minimum
40 %
de nos achats meubles fabriqués en France.

« Mieux produire, c'est répondre aux attentes de nos clients, respecter notre planète, et renforcer la résilience de notre filière. C'est un engagement à long terme que nous portons avec conviction. »

Étienne Bodin, Directeur des affaires publiques, de la communication institutionnelle et de la RSE

L'ambition de BUT et Conforama est claire : **s'imposer comme la référence en matière de choix responsables dans le domaine de l'équipement de la maison, tout en les rendant accessibles à tous.** En tant qu'acteur majeur et leader sur le marché français, nous avons le devoir de montrer l'exemple. Agir pour une consommation responsable, c'est être en pleine conscience de notre impact social et environnemental.

En mutualisant les expertises et les bonnes pratiques des deux enseignes, nous nous donnons les moyens d'aller plus loin, plus vite.

Deux leviers guident notre action : **l'éco-conception** et les **achats responsables.**

L'éco-conception est au cœur de notre stratégie industrielle et commerciale, elle vise à réduire notre empreinte carbone. Fondée sur l'évaluation de l'impact environnemental des produits à chaque étape de leur cycle de vie – depuis le choix des matières premières jusqu'à leur durabilité et leur recyclabilité - cette analyse nous permet de leur attribuer un score éco-conception. Cette méthode, développée par BUT, est progressivement étendue à Conforama.

Les achats responsables s'appuient sur cette stratégie d'éco-conception, désormais intégrée dans la formation de tous nos acheteurs. Grâce à elle, nous valorisons les matériaux plus durables, les procédés de fabrication à faible impact, la limitation des substances chimiques, la réduction des emballages et l'optimisation des modes de transport. Elle permet également d'engager un dialogue constructif avec nos fournisseurs pour concevoir des solutions à faible impact. Le score éco-conception « Habitons Mieux » nous permet de sensibiliser nos clients avec un repère simple.

Deux leviers guident notre action : l'éco-conception et les achats responsables.

Être en position de leader de l'ameublement français, avec plus de **500 magasins et 12 000 collaborateurs**, implique aussi une responsabilité vis-à-vis de notre filière. En privilégiant l'approvisionnement local de nos produits nous contribuons à protéger le tissu économique, à maintenir des emplois de proximité et à réduire notre empreinte carbone. Déjà 80 % de nos achats sont fabriqués en Europe, dont 42 % de nos meubles en France. **Ce modèle nous permet de rester compétitifs tout en rendant les produits plus durables, accessibles au plus grand nombre.**

MIEUX PRODUIRE

LE DÉFI DÉCARBONATION : CHAQUE ACTION COMPTE

Aujourd'hui, plus de 80 % de nos émissions de gaz à effet de serre (GES) sont liés aux produits, cela inclut la fabrication, l'utilisation, jusqu'à la gestion de déchets en fin de vie. C'est pourquoi l'éco-conception de nos produits, les achats responsables, le développement de la réparation et plus globalement l'ensemble de nos initiatives pour une économie circulaire (réemploi, gestion des déchets et dons), sont des leviers essentiels pour atteindre nos objectifs de décarbonation.

1. Une trajectoire ambitieuse

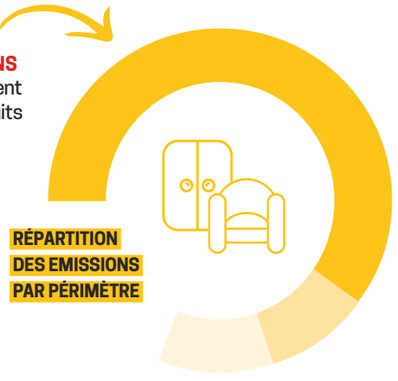
Pour harmoniser notre trajectoire d'émissions avec l'Accord de Paris, le Groupe **BUT-Conforama** cible une réduction de 42 % d'ici 2030.

Sur la période fiscale 2024 (du 1 juillet 2023 au 30 juin 2024), nous avons mesuré l'empreinte carbone de **BUT** et **Conforama** en identifiant avec précision les principales sources d'émissions de carbone, tout en appliquant une méthodologie commune aux deux enseignes.

Le bilan carbone couvre, pour la première fois, l'intégralité des magasins **BUT** et **Conforama**, y compris les franchisés, ainsi que leurs sièges sociaux, les centres de services partagés, les bureaux de sourcing en Chine et l'ensemble des plateformes logistiques.

Sur la période fiscale 2024, l'activité globale du Groupe BUT-Conforama a généré l'émission de 4 379 ktCO_2e.

80 %
DES ÉMISSIONS
sont directement liées aux produits



60 %
LES ACHATS
Les matières premières et la fabrication.

11 %
UTILISATION DES PRODUITS
Consommation électrique

10 %
LA FIN DE VIE
L'énergie nécessaire au traitement des déchets

2. L'éco-conception : la pièce maîtresse pour réduire notre bilan carbone

Depuis 2021, **BUT** a mis en place un outil d'évaluation permettant de noter la qualité environnementale de nos produits. Cette méthode, basée sur l'analyse du cycle de vie (ACV), nous permet d'identifier l'origine des émissions carbone associées à chaque produit. Elle aboutit à l'attribution d'un score éco-conception[1] « Habitons Mieux », qui est au cœur de nos engagements.

La notation prend en compte le choix des matières premières, le procédé de fabrication, le transport, la distribution, l'utilisation et la durabilité du produit jusqu'à sa fin de vie. Le score est représenté par une lettre allant de A à D correspondant à une note sur 10 points. Un produit est considéré comme éco-conçu s'il obtient une note de A ou B. Cette méthodologie nous permet de retracer l'origine des émissions carbone associées à chaque produit, afin de les réduire de manière ciblée. Elle nous permet également d'identifier certaines économies de coûts, offrant ainsi à nos clients le meilleur rapport qualité-prix et durabilité.

7 000
PRODUITS
ont déjà été évalués

SCORE ÉCO-CONCEPTION « HABITONS MIEUX »

À ce jour, **BUT** a évalué plus de 7 000 produits, ce qui représente 83 % de nos ventes en volume. Dans le cadre de cette démarche, tout nouveau produit fait l'objet d'une évaluation. Notre objectif étant de déployer rapidement cet outil chez **Conforama** à partir de 2025. Le **Groupe BUT-Conforama** s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue avec pour ambition en 2030 une amélioration de la performance environnementale de tous les produits. Nous ciblons, en 2026, 30 % des volumes de ventes générés par des produits éco-conçus.

Cette cible devrait permettre d'éviter jusqu'à 200 000 tonnes de CO_2 équivalent d'ici 2026, À l'horizon 2030, la généralisation de l'éco-conception à l'ensemble de nos gammes, avec au moins 20 % des produits atteignant un score A, pourrait générer une économie estimée à 700 000 tonnes de CO_2 équivalent. Au total, ces actions pourraient contribuer à réduire jusqu'à 30 %* de nos émissions de gaz à effet de serre.

*** Un produit avec un score éco-conception A ou B, génère en moyenne 30 % moins d'impacts environnementaux qu'un produit noté C ou D.**

Avec le score éco-conception « Habitons Mieux » nous établissons un cadre de référence, permettant à nos équipes achats d'engager une démarche de co-construction avec nos fournisseurs.

[1] *La méthodologie utilisée a fait l'objet d'une revue critique par le Pôle Eco-Conception et Management du cycle de vie, Centre National de référence sur l'éco-conception, expert pour le ministère de l'Environnement et de la Transition écologique, l'ADEME, l'AFNOR et l'ONU-environnement.*

160
TECHNICIENS

30
CONSEILLERS EN TÉLÉCONSULTATION

3. Réduire les émissions après-vente : prolonger la durée de vie et éviter le gaspillage

Plus de 20 % de nos émissions proviennent de l'usage et de la fin de vie des produits vendus, y compris les emballages, la consommation d'électricité et l'énergie utilisée pour le traitement des déchets. Nous développons plusieurs partenariats avec pour objectif de proposer des services, des solutions de réparation et de réemploi pour favoriser une économie circulaire.

Avec un réseau de 30 conseillers en téléconsultation et 160 techniciens, **Conforama** propose un service après-vente (SAV) engagé et efficace, basé sur le diagnostic à distance. Ce dispositif permet de limiter les déplacements, d'optimiser les interventions et prolonger la durée de vie des appareils électroménagers.

Grâce au label **QualiRépar,** gage de savoir-faire et de qualité de service, les clients bénéficient en outre d'un bonus réparation, directement déduit de leur facture.

Aujourd'hui, le SAV chez **BUT** est assuré par un partenaire externe. L'ambition du Groupe est de mutualiser l'expertise et l'expérience développées par **Conforama** afin de mettre en place un dispositif partagé et renforcé au service des deux enseignes.

Nos actions et engagements pour favoriser une économie circulaire sont présentés sous notre pilier 3 « Mieux Contribuer à la Société ».

4. Autres axes pour réduire notre bilan carbone à horizon 2030

- **Réduction de 30 %** de la consommation d'énergie (électricité, gaz, fioul) et favoriser l'énergie bas carbone (nucléaire, renouvelables).
- **Réduction des emballages plastiques,** en faveur des matériaux recyclés et recyclables.
- **Optimisation et mutualisation du transport.**

MIEUX PRODUIRE

LES ACHATS RESPONSABLES

Interviews

Pascal Darbon, Anne-Sophie Ekoinon & Anthony Supiot, responsables des achats BUT et Mai Fraissinet, directrice commerciale meubles chez Conforama, témoignent de l'application de cette démarche dans leur quotidien.

Pouvez-vous nous expliquer l'importance de l'éco-conception pour vous en tant qu'acheteurs ?

Pascal Darbon : Chez **BUT**, notre mission principale est de sélectionner une large gamme de produits offrant le meilleur rapport qualité-prix à nos clients. Cependant, notre rôle ne s'arrête pas là, il inclut désormais la durabilité des produits pour proposer des solutions plus respectueuses de l'environnement.

Mai Fraissinet : Pour **Conforama**, notre mission est de rendre disponible et au meilleur prix, les produits que nos clients recherchent. Pour atteindre cet objectif, nous avons à cœur de promouvoir la consommation responsable et les modes de vie durables pour tous. L'adoption de la méthodologie d'éco-conception, déjà déployée chez **BUT**, va nous aider à atteindre nos objectifs plus rapidement. Les équipes chef de produits acheteurs sont formées et pleinement engagées dans la démarche.

MAI FRAISSINET, CONFORAMA

L'éco-conception est-elle un critère important pour les clients ?

Anthony Supiot : Selon nos études, le prix reste le premier critère d'achat suivi de la qualité. L'éco-conception, quant à elle, n'est prise en compte que par 1 % des consommateurs. Cependant, les mentalités évoluent. A prix équivalent, l'affichage de la notation éco-conception aide nos équipes commerciales à guider les clients vers des produits plus responsables. Notre ambition est de démocratiser l'accès aux produits durables, en proposant des articles qui conjuguent style, qualité et respect de l'environnement.

Pouvez-vous nous donner quelques exemples ?

Pascal Darbon : Notre approche de l'éco-conception dans la literie a commencé il y a vingt ans, aujourd'hui elle représente 70 % de notre gamme. Nous travaillons avec des usines de proximité en France et en Europe, ce qui nous permet de mieux connaître nos fournisseurs et garantir le respect de nos cahiers des charges éco-responsables. Par exemple, nous sélectionnons des textiles certifiés Oeko-Tex® Standard 100, garantissant l'absence de substances nocives. Nous demandons également que l'acier utilisé soit recyclé à plus de 75 %, que le bois et ses produits dérivés proviennent de sources responsables et traçables.

Nos fournisseurs sont audités régulièrement et nous exigeons des certifications pour garantir l'éco-responsabilité des matériaux, y compris ceux provenant de l'international. Nous avons également développé une filière de recyclage des matelas avec Cauval, permettant de traiter jusqu'à 450 000 matelas par an.

ANTHONY SUPIOT, BUT

La cuisine éco-conçue : un marché en plein essor ?

Anthony Supiot : En moyenne, une cuisine est conservée 20 ans, d'où l'importance de concevoir des produits durables et recyclables. Aujourd'hui 80% de nos cuisines bénéficient d'une notation éco-conception. Nous collaborons avec des partenaires français et allemands, qui ont fortement intégré cet enjeu dans leur stratégie. De plus en plus de panneaux de particules sont fabriqués à partir de bois recyclé, et davantage de poignées de cuisine sont conçues à partir de plastique recyclé.

Quels sont les spécificités d'éco-conception pour l'électroménager ?

Anthony Supiot : L'étiquette énergétique, en place depuis 30 ans, permet aux consommateurs de choisir des produits plus économes en énergie. Par exemple, un réfrigérateur classé A consomme beaucoup moins d'énergie sur sa durée de vie qu'un modèle moins performant, réduisant ainsi son empreinte carbone et son coût d'utilisation sur le long terme.

Il a été complété en 2021, dans le cadre de la loi anti-gaspillage, par un indice de réparabilité qui porte sur plusieurs types d'appareils (lave-linge, téléviseur, lave-vaisselle, aspirateur ...). Aujourd'hui, ces deux marqueurs sont importants dans l'acte d'achat de nos clients.

Quel est l'impact de l'éco-conception pour les fournisseurs ?

Pascal Darbon : La notation c'est avant tout un outil d'amélioration continue. Nous affichons notre score éco-conception uniquement pour les produits notés A et B mais cela ne signifie pas que tous les autres produits sont notés C ou D. À ce jour, nous avons évalué 58% de notre gamme de produits. En collaboration avec notre bureau de sourcing et nos fournisseurs, nous travaillons à améliorer les produits classés C vers un score B, en particulier pour ceux qui représentent de gros volumes, tout en maintenant leur prix de vente et leur qualité.

ANNE-SOPHIE EKOINON, BUT

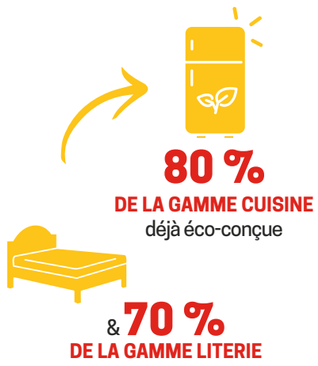
« Privilégier la production locale est l'un des piliers de notre démarche. »

Et quelle est l'importance du Made in France ?

Anne-Sophie Ekoinon : Notre modèle repose sur une relation de proximité. Privilégier la production locale est un pilier de notre ambition : « Habitons Mieux » pour réduire notre empreinte carbone, encourager le savoir-faire et l'expertise métier de nos industriels français. En moyenne, l'offre française de la filière a un impact carbone divisé par 2 par rapport aux meubles importés.

Aujourd'hui, 42% de nos meubles, soit plus de 1 900 produits, sont fabriqués en France. Nous collaborons avec une cinquantaine de fabricants engagés dans la production écoresponsable, la gestion des déchets, le recyclage et l'économie d'énergie. Notre poids économique sur le marché nous impose une responsabilité importante, et le Groupe **BUT-Conforama** s'engage activement à accompagner nos partenaires industriels vers une démarche d'éco-conception pour réduire collectivement notre impact carbone.

PASCAL DARBON, BUT



MIEUX PRODUIRE

PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ ET L'ÉCOSYSTÈME DE NOTRE PLANÈTE

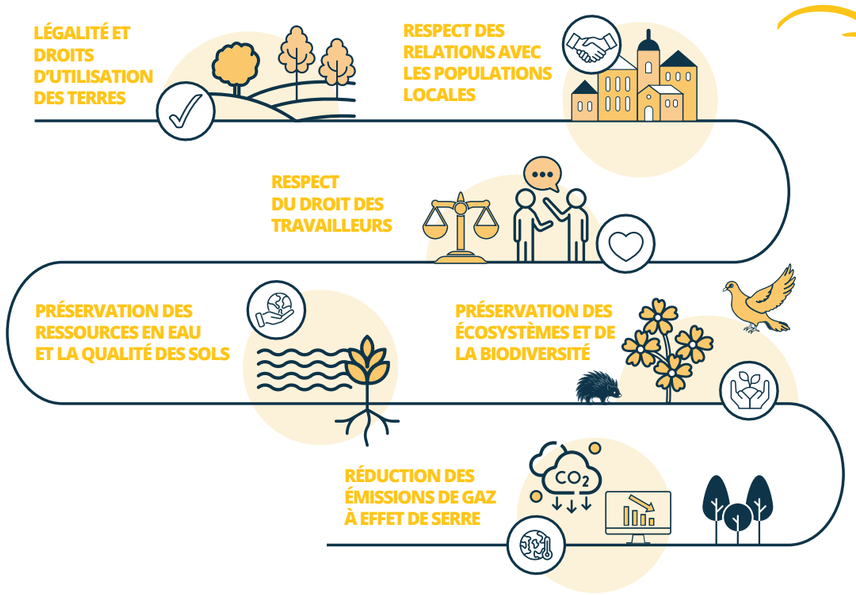
La biodiversité est au cœur des grands défis environnementaux et conditionne la préservation des ressources naturelles dont dépendent directement nos activités. Conscients des enjeux associés, nous avons initié une démarche visant à mesurer nos impacts et à protéger les écosystèmes. Cela se traduit par une politique bois responsable, le recours à des textiles certifiés durables et par la mise en place d'un groupe de travail dédié, chargé de définir notre trajectoire biodiversité et de structurer une feuille de route ambitieuse au cœur de notre stratégie.

1. Notre engagement pour un bois durable

Le bois, qui représente près de 50 % de nos achats, est une matière première stratégique dans l'offre de **BUT** et **Conforama**. Pour répondre aux exigences du règlement européen sur la déforestation (RDUE) nous avons élaboré une nouvelle politique bois commune pour 2025-2030. Nous travaillons en transparence avec nos fournisseurs afin d'assurer la traçabilité et la responsabilité de nos approvisionnements, issus majoritairement d'Europe (82 %) et d'Asie (16 %). Pour aller plus loin, nous déployons désormais la géolocalisation des parcelles de bois utilisées et un outil digital de pilotage, afin de renforcer le suivi, la transparence et la durabilité de cette filière essentielle.

Agir concrètement pour protéger la nature, aujourd'hui et demain.

NOTRE POLITIQUE BOIS S'ARTICULE AUTOUR DE 6 PILIERS



2026

100 % D'AUDITS SOCIAUX
des usines de nos bureaux de sourcing Asie et Brésil.

2028

AFFICHAGE
de l'origine et la certification des bois utilisés dans nos produits.

2030

100 %
de nos bois et dérivés issus de sources responsables.

2. OEKO-TEX® : des textiles sûrs et responsables

Le label OEKO-TEX® offre à nos clients l'assurance que nos textiles et cuirs sont sans substances nocives, tout en garantissant le respect pour la santé et l'environnement.

Il se décline en trois certifications :

- **STANDARD 100 :** assure l'innocuité pour les produits textiles et cuir et leurs composants
- **MADE IN GREEN :** garantit en plus une fabrication durable et socialement responsable
- **ORGANIC COTTON :** garantit la traçabilité du coton biologique de la ferme au produit sans OGM, ni pesticides.

Nos gammes de literie, de sièges et textiles intègrent une large sélection de textiles et cuirs certifiés OEKO-TEX® Standard 100, alliant confort, sécurité et durabilité.

50 %
DE NOS ACHATS
concernent le bois

82 %
DE L'APPROVISIONNEMENT
est issu d'Europe

3. Un groupe de travail transversal engagé sur la biodiversité

La biodiversité est un des sujets phares lorsque l'on parle de la préservation des ressources naturelles et des impacts des activités des entreprises sur les écosystèmes.

Par leurs activités, **BUT** et **Conforama** dépendent fortement de la biodiversité (ressources en bois, textiles et autres ressources naturelles) mais exercent aussi des pressions directes (emprises foncières de nos magasins et entrepôts) et indirectes (risques de déforestation, impacts de la fabrication des textiles, de l'extraction des minerais etc) sur ces écosystèmes.

Réunissant les experts métiers - logistique, informatique, achats, immobilier, qualité et RSE - ce groupe de travail a pour mission de structurer la démarche et de définir une trajectoire biodiversité ambitieuse pour les années à venir.

Deux ateliers ont déjà eu lieu :

- **Un diagnostic biodiversité** approfondi pour nos deux enseignes incluant l'analyse précise de nos impacts, de nos dépendances, ainsi que l'évaluation des risques et opportunités associées ;
- **Co-construction d'une feuille de route 2026-2030**, actuellement en cours de rédaction, afin de transformer ces constats en actions concrètes.

Préserver la biodiversité, c'est préserver nos ressources, notre environnement et l'avenir de nos activités.

MIEUX PRODUIRE

«HABITONS MIEUX» UN SCORE ENVIRONNEMENTAL POUR GUIDER NOS CLIENTS DANS LEUR CHOIX DURABLE

«Habitons mieux» reflète notre conviction : informer c'est agir. Chez **BUT** et **Conforama**, nous sommes convaincus que la transition écologique dépend de l'engagement de chacun, et cela commence par des choix de consommation plus responsable. Pour être la référence de l'équipement de la maison, nous avons la responsabilité d'accompagner nos clients vers ces choix. C'est pourquoi nous avons créé une notation d'éco-conception simple et lisible.

1. Choisir mieux, c'est possible avec l'étiquette « Habitons mieux »

Déployées depuis l'été 2024, les étiquettes éco-conception « Habitons mieux » sont présentes dans les magasins BUT. Elles permettent aux clients d'identifier immédiatement meubles, décoration et textiles les plus vertueux, notés A ou B. Cette démarche pédagogique rend l'éco-conception plus concrète, accessible et visible pour tous. Elle est également, pour nos vendeurs, un support pour expliquer et guider les clients vers des produits éco-responsables.

Progressivement, en 2026, nous déployons cette notation et méthodologie éco-conception chez Conforama.

Parce que « Habitons mieux », c'est aussi mieux comprendre l'impact de nos achats sur la planète et faire le choix des produits à la fois beaux, durables et responsables.

2. Former pour mieux guider

Afin de sensibiliser nos équipes aux enjeux de l'éco-conception, nous avons développé des modules d'e-learning courts, interactifs et accessibles à tous.

En seulement 10 minutes, chacun peut découvrir des thèmes clés, tels que la fabrication locale, la composition des matériaux, la part de matières recyclées, la durée de vie des produits, la recyclabilité etc. Une façon simple, flexible de se former et adaptée aux emplois du temps de chacun.

Notre ambition : être la référence de l'équipement de la maison accessible à tous et respectueux de l'environnement.

DES PANIERS ET CADDIES 100 % RECYCLÉS

3. Habitons mieux en ligne

Pour **BUT**, nos engagements et le calcul du score éco-conception sont consultables sur notre site : **Habitons mieux.**

Pour faciliter l'accès à notre offre responsable, nous avons développé quatre boutiques en ligne dédiées à une sélection de produits :

- **Fabriqués en France**
- **Certifiés OEKO-TEX® Standard 100**
- **En bois issu de sources responsables**
- **Avec un score éco-conception A ou B**

Par ailleurs, notre blog « Carrément But » propose des "tutos & astuces" autour des éco gestes pour la rénovation et l'entretien de la maison. Ces tutos sont également disponibles sur notre compte Instagram.

Habitons mieux est en cours de développement avec les équipes IT et marketing de Conforama, pour un déploiement progressif sur les sites marchand et corporate à partir d'avril 2026.

MIEUX VIVRE ENSEMBLE

Une culture du respect, de l'inclusion et du bien-être au travail

OBJECTIFS 2030

7 %
Taux d'emploi de personnes en situation de handicap.

Un réseau de
48
ambassadeurs RSE.

Formation :
55 %
des salariés formés en présentiel.

« Notre ambition est de faire de BUT un lieu où chaque collaborateur peut s'épanouir, évoluer et contribuer à un projet collectif porteur de sens. »
Frank Wendling, DRH BUT

« Chez Conforama, nous croyons que la performance durable repose sur l'inclusion, la diversité et le développement des compétences de chacun. »
Olivier Lurson, DRH Conforama

Les cultures d'entreprise BUT et Conforama sont différentes mais complémentaires, unies par un même ADN : la simplicité et la proximité. Grâce à des lignes hiérarchiques courtes, le travail en équipe s'en trouve favorisé. **Ce socle commun repose sur des valeurs humaines fortes – respect, égalité, inclusion et diversité – partagées par l'ensemble de nos collaborateurs. Le mieux vivre ensemble c'est accepter l'autre avec sa différence.** C'est au cœur de notre engagement : permettre à chaque collaborateur de contribuer à une performance responsable et durable.

Cet engagement s'articule autour de trois axes stratégiques : **le développement de notre culture d'entreprise et de la formation**, **le renforcement de nos actions sur la diversité et l'inclusion** ainsi que **le soin permanent apporté au bien-être de nos collaborateurs**.

Développer les talents des collaborateurs est aussi une formidable opportunité de fidéliser et d'engager nos équipes autour d'objectifs communs et d'une culture partagée. Nos parcours de formation et d'intégration, associés à nos rituels managériaux, renforcent la connaissance et l'appropriation de nos valeurs. À travers cette démarche, notre objectif est de révéler le potentiel de chacun et de répondre aux ambitions stratégiques de l'entreprise.

Nous agissons en faveur de l'**égalité professionnelle femmes-hommes** par des actions concrètes pour réduire les écarts salariaux et augmenter la représentation des femmes dans les postes de direction. Par nos politiques pour la diversité et l'inclusion, nos deux enseignes luttent contre les préjujés et les discriminations, encouragent l'emploi des jeunes, et facilitent l'insertion et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. Cette diversité fait la richesse de nos équipes et reflète la pluralité de nos clients.

Permettre à chaque collaborateur de contribuer à une performance responsable et durable.

Le bien-être au travail est au cœur de notre engagement. BUT et Conforama mettent en place des actions concrètes pour renforcer la qualité de vie au travail (QVT), telles que des séances d'échauffements et étirements musculaires, ou encore des guides et vidéos de sensibilisation à la santé physique et mentale. **En parallèle, des événements collectifs organisés autour d'Octobre Rose et Movember, contribuent à renforcer la culture de prévention et solidarité au sein de l'entreprise.**

MIEUX VIVRE ENSEMBLE

LA FORMATION : DÉVELOPPER LE POTENTIEL DE TOUS NOS COLLABORATEURS

La formation est un axe essentiel de notre stratégie. À travers nos plans de formation, nous poursuivons deux grands objectifs : développer les talents internes d'une part, accompagner la transformation de l'entreprise d'autre part.

3 %
DE LA MASSE SALARIALE de Conforama ont été consacrés à la formation en 2024.

OBJECTIF 2026
3,15 %

1. Confo Lab – un lieu d'apprentissage pour booster la mobilité interne

Dans sa volonté de se transformer et d'accompagner le développement des équipes, **Conforama** a lancé en 2025 le Confo Lab : un lieu d'apprentissage et un laboratoire d'expérimentation pour valoriser et développer ses compétences autrement !

- **L'expérience Client** est un des programmes de formation phare auquel plus de 1 100 collaborateurs ont déjà été formés.
- **Des parcours métiers** destinés aux Directeurs de Magasins (DM) et aux Responsables de Rayons (RR) sont construits autour de thématiques variées : la commercialité, l'animation d'équipe et la relation client, le pilotage économique, la planification des effectifs (pour les DM).

Deux parcours cuisine sont proposés :

Vendeurs cuisine : 7 semaines de formation, 4 promotions en 2024

RR cuisine : 5 jours de formation, 2 promotions en 2024

2. Le campus BUT : une école interne pour révéler nos talents

Ce parcours de formation s'articule autour de trois campus métiers, conçus pour accompagner les évolutions professionnelles vers des postes de directeur de magasin, manager encadrant (chef de rayon, de caisse, de dépôt) ou concepteur cuisine.

- **Campus D – Directeurs de magasin :**

Un parcours immersif de 6 mois avec des modules couvrant management, gestion, relations sociales, sécurité, handicap et la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE).

- **Campus C – Managers encadrants :**

Une formation adaptée aux chefs de rayon, de caisse et de dépôt, incluant outils métier, pratiques managériales (cadrage, entretiens, feedback) et sensibilisation au handicap, à l'inclusion et à la diversité.

- **Campus Cuisine – Concepteurs-vendeurs :**

Un programme de 4 à 5 mois débouchant sur une certification, intègre une nouvelle thématique sur la conception de cuisines pour les personnes à mobilité réduite. Le parcours est complété par un module « Découverte cuisine » pour initier les nouveaux arrivants au métier.

3. Miser sur l'alternance pour révéler les talents de demain

L'alternance constitue un levier clé pour attirer et former les talents de demain.

En 2024, **BUT** a lancé une série de vidéos **« BUT, ça ne se raconte pas, ça se vit ! »**, qui met en scène le quotidien de nos collaborateurs. Deux alternants y témoignent également de leur expérience.

Et **« BUT ça se vit… » s'est lancé aussi sur TikTok !** Avec un ton décalé, en phase avec la culture d'entreprise, la campagne **« Le pire alternant »** a généré plus de 1,4 million de vues, plusieurs milliers de followers chaque semaine, et **le prix TOP/COM Or dans la catégorie Animation des Réseaux Sociaux !**

BUT continue d'accompagner ses alternants bien au-delà de leur contrat. Nous organisons une journée d'intégration spécifique, consacrée à les aider à préparer leur avenir professionnel : conseils pour la rédaction de leur CV, techniques de recherche d'emploi, simulations d'entretiens…

En 2024, **Conforama** a recruté 288 alternants, soulignant notre engagement continu dans l'emploi des jeunes, un engagement fondé sur une relation de confiance entre autonomie et accompagnement. **Être à l'écoute et donner la parole à nos alternants c'est important : depuis 2024 le questionnaire « Choose my Company » est lancé chaque année.**

Cette année, **Conforama** se lance également sur TikTok, avec une campagne d'alternance imaginée avec les équipes terrain.

Objectif : faire découvrir nos métiers autrement, avec authenticité, énergie… et humour !

31 % & 15 %
CONFORAMA BUT
Contrats en alternance transformés en embauches

100
COLLABORATEURS
sont fiers d'intégrer nos campus chaque année.

50 %
DE NOS CADRES
supérieurs sont issus de la promotion interne.

80 %
DES SESSIONS
sont animées par des collaborateurs internes.

« Les objectifs de la formation sont d'assurer la rétention des collaborateurs en leur proposant des formations qui favorisent leur épanouissement professionnel, développent leurs compétences et les accompagnent lors de changements comme une évolution de logiciel ou de contexte afin qu'ils se sentent à l'aise dans leur poste.»

Loic Aubry, Responsable Formation chez BUT

4. Faciliter l'insertion professionnelle

Afin de favoriser la réinsertion professionnelle des personnes éloignées de l'emploi ou peu qualifiées, **BUT** est référencé sur la plateforme « immersion facilitée ». **L'entreprise répond aux sollicitations des candidats sur des demandes d'immersion qui peuvent aller de quelques jours à quelques semaines en magasin pour découvrir les différents métiers du secteur.**

MIEUX VIVRE ENSEMBLE

BÂTIR UNE ENTREPRISE DANS LAQUELLE CHAQUE TALENT EST VALORISÉ

La diversité et l'inclusion guident nos actions : parité femmes/hommes, accompagnement des séniors, intégration du handicap. Une richesse qui stimule nos équipes et reflète nos clients.

1. Agir pour l'égalité, l'inclusion et la diversité

Nos engagements envers la diversité et l'inclusion :

- **Respecter** les différences
- **Promouvoir** l'égalité des chances
- **Sensibiliser et former**, régulièrement, l'ensemble de nos équipes
- **Aller** toujours de l'avant
- **Veiller** à l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle
- **Évaluer** et communiquer

« Nous croyons fermement que la diversité est une source de richesse, d'innovation et de performance. Bâtir un Groupe dans lequel chaque talent est reconnu, valorisé et soutenu est un véritable choix stratégique et humain, et un levier puissant de performance durable. »

Anne Laure Feldkircher, Directrice Générale BUT

Cliquez
pour regarder la vidéo
"La Diversité chez BUT"

EN 2024
40 %
DES CADRES CHEZ BUT
sont des femmes

2. L'égalité professionnelle est un axe fort de notre feuille de route

BUT : Bien vivre et bien travailler ensemble

Depuis 2012, avec notre signature de la Charte de la Diversité, **BUT** a fait de l'égalité professionnelle une priorité. En 2024, nous avons rédigé notre politique Égalité, Diversité et Inclusion, et en 2025, nous avons signé un nouvel accord sur l'égalité professionnelle. Cet accord intègre plusieurs engagements concrets : des intitulés de poste non genrés dans les contrats de travail, des objectifs de mixité par métier – afin d'encourager davantage d'hommes en caisse et plus de femmes au dépôt – ainsi que la parité salariale à poste et responsabilités équivalents.

Nous développons actuellement un programme d'accompagnement dédié aux femmes, conçu pour lever les obstacles, renforcer leur leadership et encourager leur évolution vers des fonctions de direction. Un dispositif de mentorat est également à l'étude. Enfin, pour lutter contre le sexisme du quotidien, **en 2026 nous serons officiellement signataires de l'initiative #StOpE « Stop au sexisme ordinaire en entreprise ».**

Conforama : un plan d'action en faveur de l'égalité professionnelle

Depuis 2023, **Conforama** déploie un plan d'action pour renforcer l'égalité professionnelle. Nos actions ont permis de réduire l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes, **qui est passé de 5,14 % en 2021 à 2,10 % en 2023.** Afin de garantir la neutralité dans les recrutements, **1 015 collaborateurs ont été formé à la non-discrimination.** L'entreprise soutient la promotion interne, avec pour objectif d'augmenter la part des femmes dans les postes à responsabilité (responsables de rayon, directrices de magasin, de région et fonctionnelles).

Ces mesures se traduisent par des résultats positifs : en 2024, l'index égalité femmes-hommes a atteint 92/100 et la représentation féminine au sein de l'instance dirigeante s'élève désormais à 28 %.

3. Le dialogue social : Une contribution indispensable à la transformation

2025 marque le début des nouveaux accords d'entreprise pour **Conforama**, avec les élections d'un comité social et économique central (CSEC) au niveau national et de **15 CSE d'établissement au niveau local**. Ces accords reflètent la volonté de renforcer un dialogue social responsable, équilibré et constructif, reconnu comme un levier essentiel de la transformation de l'entreprise.

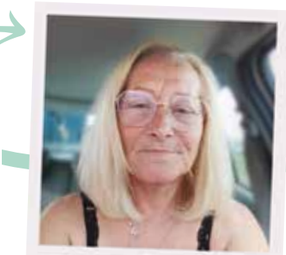
4. Valoriser l'expérience de nos seniors

« J'ai débuté dans le secrétariat, puis j'ai découvert la vente et le travail en rayon. Depuis 10 ans, je m'épanouis en tant que cariste chez BUT. À l'aube de la retraite, qui arrivera dans moins de quatre ans, je suis heureuse de mon parcours professionnel jalonné de diverses expériences qui m'ont permis d'acquérir des compétences variées, avant de trouver ma voie dans la logistique. Au-delà de l'aspect technique du métier, ce qui me motive chaque jour, ce sont les relations humaines. »

Eliette L'Homme, Magasinière-Cariste

Conforama propose chaque année un entretien séniors aux collaborateurs de 50 ans et plus. Selon leur âge et leur situation, cet échange permet de définir des actions adaptées : formations, aménagement du temps de travail, accompagnement vers la retraite…

CHEZ BUT
19 %
DE NOS SALARIÉS
sont âgés de 50 ans et plus



2,10 %
ÉCART DE RÉMUNÉRATION
entre les femmes et les hommes en 2023
VS 5,14 %
en 2021

5. Mission Handicap : un engagement durable et concret

Nos deux enseignes sont engagées depuis plus de 15 ans en faveur de l'emploi et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. **En 2024, nos taux d'emploi atteignait 6,34 % chez BUT et 6,41 % chez Conforama,** au-delà du seuil légal, témoignant de notre volonté d'inclusion. La mission handicap est conduite en concertation avec les partenaires sociaux et en lien avec l'inspection du travail, afin d'assurer un dialogue constructif et un suivi rigoureux des actions mises en œuvre.

Notre engagement repose sur quatre piliers : le recrutement, le maintien dans l'emploi, l'aménagement des postes de travail, ainsi que l'accompagnement dans les parcours professionnels. Nous portons également une attention particulière aux salariés aidants, notamment les parents d'enfants en situation de handicap.

Il y a chez BUT, 40 ambassadeurs handicap, qui relaient les actions de la mission handicap.

La mission handicap de **Conforama** participe à DuoDay, une journée nationale permettant aux personnes en situation de handicap de découvrir différents métiers. Elle développe également des partenariats avec le Réseau des Référents handicap de l'AGEFIPH. **En 2025 nous avons pris part à l'Université des Référents Handicap à Marseille et à l'Inclusiv Day à Paris. Par ailleurs, une base de connaissances partagée (fiches, outils, bientôt vidéos et podcasts) soutient encadrants et futurs référents.**

6,41 %
TAUX D'EMPLOI CHEZ CONFORAMA
de personnes en situation de handicap

& 6,34 %
POUR BUT

« Le handicap peut concerner chacun d'entre nous, à tout moment de la vie. C'est pourquoi nous renforçons nos actions par des campagnes régulières de sensibilisation aux différents types de handicaps, visibles ou invisibles. Le progrès se fait en petits pas et petites victoires. Il ne faut jamais lâcher ! »

Sandrine Lenoble, Responsable Handicap et Diversité chez BUT

40
AMBASSADEURS HANDICAPS BUT
qui relaient les actions de la mission handicap.

PRENDRE SOIN DE NOS COLLABORATEURS, AU QUOTIDIEN

Le bien-être au travail est une priorité inscrite au cœur de nos engagements. Prendre soin de nos collaborateurs c'est agir sur tous les fronts, à la fois sur la santé physique et sur la santé mentale, avec une approche inclusive, préventive et humaine.

1. Une sensibilisation santé pour tous

Tout au long de l'année, **BUT** et **Conforama** mènent des actions de sensibilisation dédiées à la santé des femmes et des hommes. Pour les femmes, nous travaillons sur des sujets encore trop peu abordés en entreprise, comme l'endométriose et la ménopause (à partir de 2026). Nous participons activement à **Octobre Rose** pour la lutte contre le cancer du sein. Quant aux hommes, **Movember est l'occasion d'aborder la santé mentale masculine** et de sensibiliser aux cancers de la prostate et des testicules à travers des animations ponctuelles comme les « barber shops ».

Le sport est un facteur essentiel de prévention. **Conforama** a instauré des séances d'échauffement musculaires et d'étirement avant la prise de poste, un dispositif en cours de généralisation également chez **BUT**. Nous proposons également des défis collectifs favorisant à la fois le bien-être physique et la cohésion d'équipe.

OCTOBRE ROSE MOVEMBER

2.Une ligne d'écoute psychologique, un mécanisme d'alerte

BUT a mis en place une ligne d'écoute psychologique, destinée à tous les salariés, **anonyme et accessible 24h/24 et 7j/7**. Engagés dans la lutte contre les violences conjugales, nous organisons des campagnes de sensibilisation et déployons des dispositifs concrets pour soutenir nos équipes confrontées à des situations délicates, y compris sur le lieu de travail.

Conforama s'appuie sur une plateforme externe, "EQS Integrity Line", un dispositif de recueil et de traitement des alertes sécurisé et confidentiel conforme aux lois en vigueur sur la protection des lanceurs d'alerte.

3. Attirer et fidéliser nos talents

Nous mettons en œuvre des actions concrètes pour renforcer l'attractivité de nos deux enseignes et fidéliser les talents. Notre démarche RH repose sur trois priorités majeures :

- **Offrir** une expérience collaborateur et candidat de qualité,
- **Développer** une culture du feedback pour accompagner la progression de chacun,
- **Simplifier et moderniser** nos outils et rituels managériaux.

Nous veillons activement à préserver l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

BUT a mis en place une Charte de la déconnexion destinée à encadrer les temps de repos et à limiter les sollicitations en dehors des heures de travail. Cette démarche s'inscrit en complément d'autres outils clés tels que le Guide de la parentalité et la Charte de télétravail.

Pour **Conforama**, un entretien QVT est réalisé chaque année. Il porte sur le respect du droit de la déconnexion, l'organisation du travail et du télétravail.

OBJECTIFS 2030

95 %
Taux de tri avec éco-organismes.

Développer le réemploi :
150
conteneurs

6 CAMPAGNES
de solidarité annuelles.

MIEUX CONTRIBUER À LA SOCIÉTÉ

Les fondements d'un modèle de consommation de proximité, circulaire et solidaire

« Notre proximité, au cœur de chaque territoire, va bien au-delà de la simple présence commerciale : elle nous engage à agir en acteur citoyen, à l'écoute des besoins locaux et à participer activement à la vie des régions. »

Étienne Bodin, Directeur des affaires publiques, de la communication institutionnelle et de la RSE

Avec plus de **500 magasins** répartis sur l'ensemble du territoire, y compris dans des régions parfois très isolées, BUT et Conforama font partie intégrante du quotidien des Français. Nous tissons des liens solides avec tous les acteurs du tissu économique et social, en tant qu'employeur local mais aussi à travers nos engagements solidaires auprès des associations et initiatives de proximité. Notre responsabilité s'étend également à la fin de vie des produits, grâce à nos actions pour le recyclage, la réparation et le réemploi, participant ainsi à une économie circulaire responsable et engagée.

Ces deux leviers - l'économie circulaire et la solidarité - structurent notre contribution à la société.

L'économie circulaire vise à repenser nos modes de production et de consommation pour favoriser une croissance durable et compatible avec les enjeux environnementaux, économiques et sociaux. Notre ambition : faire que la réparation et le réemploi deviennent des réflexes quotidiens et que la durabilité devienne un critère de choix aussi naturel que le prix ou le design. Concrètement, nos actions portent sur la gestion de nos déchets, la réduction des emballages, sur le développement des services de réparation, la réutilisation et le réemploi des produits et sur de nouveaux modes de consommation tels que la location longue durée (LLD). Ces actions sont menées en partenariat avec nos fournisseurs, des éco-organismes et les acteurs locaux de l'économie sociale et solidaire.

Nous tissons des liens solides avec tous les acteurs du tissu économique et social.

La solidarité est également au cœur de nos actions locales. En partenariat avec des acteurs locaux, nos magasins développent des initiatives concrètes pour répondre aux besoins du terrain. Par exemple, certains collectent et redistribuent des meubles en bon état à des associations comme Emmaüs. Le dispositif « l'ARRONDI en caisse » permet aussi à nos clients de soutenir, par leurs micro-dons, des projets solidaires choisis par nos collaborateurs.

Avec cette double approche, le Groupe réaffirme son ambition de contribuer activement à la transition des territoires. Au-delà des chiffres, ce sont les liens humains, la coopération et l'implication de toutes nos équipes qui font la force de notre modèle car "habiter mieux", c'est aussi consommer mieux, avec plus de responsabilité, plus de simplicité et plus de sens.

MIEUX CONTRIBUER À LA SOCIÉTÉ

ALLONGER LA DURÉE DE VIE DES PRODUITS : UN LEVIER CLÉ DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

La relation client ne s'arrête pas à l'achat. Dans une démarche d'économie circulaire, elle s'inscrit dans la durée. Nous accompagnons nos clients à chaque étape de la vie de leurs produits : dès l'achat, avec notre score éco-conception nous les informons sur l'impact environnemental et les guidons dans leur choix ; en cas de panne grâce à notre service réparation ; et en fin d'usage, avec nos solutions de reprise et de réemploi.

Réparer, réutiliser, repenser : c'est ainsi que nous contribuons à une consommation plus durable et accessible à tous.

Notre engagement : permettre à chacun de consommer de façon plus responsable. Cela passe par des produits plus durables, un service après-vente engagé et efficace, des solutions de dons et de recyclage, la réduction des emballages et la création de nouveaux modèles de consommation.

1. Promouvoir la réparation : un engagement durable

Passer d'une culture du remplacement à celle de la réparation telle est notre ambition chez **Conforama** – une démarche que nous nous engageons à déployer également chez **BUT**.

Le développement de la visio-intervention, en hausse de 30 % en 2025, permet de réduire les délais de prise en charge à moins de 24h et d'augmenter le taux de réparation dès le premier passage. Labellisés QualiRépar et Ecomaison, nous facilitons la réparation des produits sous et hors garantie.

Enfin, pour renforcer cette culture de la réparation et donner une seconde vie au gros électroménager, nous lancerons à l'automne 2025 notre premier atelier de réparation.

Avec 30 conseillers en téléconsultation et 160 techniciens, notre service après-vente réalise

Plus de 15 000

INTERVENTIONS PAR AN

2. Nouveaux usages, nouvelles solutions, vers un nouveau mode de consommation !

Le monde change et les attentes de nos clients évoluent avec lui. Chez **BUT** et **Conforama**, nous développons des solutions alternatives à l'achat classique pour répondre à ces nouveaux besoins et encourager des pratiques de consommation plus durable.

▪ **La location longue durée (LLD) :** une solution souple pour s'équiper sans contrainte, que ce soit d'un canapé, d'un téléviseur, de tables et chaises ou encore de gros électroménager. Restitué à l'issue de la période de location, nous donnons une seconde vie aux anciens produits. En 2025, près de 20 000 clients ont déjà adopté la LLD (+88 % vs. 2024), avec un niveau de satisfaction particulièrement élevé.

20 000

CLIENTS

ont adopté la "Location Longue Durée"

+88 %

VS 2024

▪ **Seconde main :** dès 2026, grâce au retour des premiers produits loués, nous lancerons de nouveaux partenariats avec des entreprises spécialisées dans le reconditionnement et le recyclage pour proposer une gamme de produits revalorisés et accessibles.

3. Moins de reprises, moins d'emballages, donc moins de déchets

Nous avons réuni nos efforts en collaboration avec nos fournisseurs pour réduire les déchets à la source. **Nos priorités : améliorer en continu la qualité de nos produits pour limiter les reprises, privilégier des matériaux d'emballages recyclables ou déjà recyclés, concevoir des emballages faciles à séparer et à trier, et réduire la quantité de composants utilisés.** Par ailleurs, l'ensemble de nos papiers et cartons est certifié FSC ou PEFC, garantissant une gestion responsable des forêts.

FSC

PEFC 00-00-0000

Certifié PEFC

Ce produit est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées

www.pefc-france.org

Geev

▪ **Notre partenariat avec GEEV :** dans une logique d'économie circulaire et de lutte contre le gaspillage, nous avons noué un partenariat avec GEEV.

Cette plateforme de dons entre particuliers permet à nos clients de donner une seconde vie aux objets inutilisés en échange d'un bon d'achat. C'est une démarche simple, gratuite et solidaire permettant de prolonger la durée de vie des produits.

DONS ENTRE PARTICULIERS FY 2025

PRESQUE 30 000 €

pour BUT et Conforama

TAUX DE TRI

41 %

pour BUT

66 %

pour CONFORAMA

4. Trier pour mieux recycler

Nous travaillons ardemment sur le tri de nos emballages en magasin et dépôt : le carton, plastique, polystyrène, les palettes.

C'est un travail conjoint entre les équipes RSE, les équipes de la coordination dépôt et les équipes terrains au sein du dépôt.

Afin de travailler sur cette gestion du tri, les équipes ont été sensibilisées et des outils adaptés à la structure de chaque site ont été déployés : des bennes, des presses à balle, des affiches de signalétique pour guider au tri.

5. La reprise à domicile : simple et solidaire

Depuis le 1er janvier 2022, conformément à la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (loi AGEC), nous avons l'obligation d'**organiser la reprise gratuite des meubles et équipements usagés.**

Ces produits sont ensuite confiés à nos partenaires agréés :

▪ **Ecosystem** pour les appareils électriques ou électroniques (DEEE)

▪ **Ecomaison** pour les meubles (DEA)

Selon leurs états, ils seront réparés, réemployés ou recyclés.

MIEUX CONTRIBUER À LA SOCIÉTÉ

ACTIONS SOLIDAIRES : LA FORCE DU COLLECTIF

Être un acteur responsable, c'est aussi faire preuve de solidarité. En lien avec les acteurs de terrain, nos magasins mettent en œuvre des initiatives concrètes et adaptées aux besoins locaux.

1. Une nouvelle vie pour des conteneurs maritimes

En partenariat avec **EcoMaison**, plusieurs magasins ont mis en place des conteneurs maritimes réhabilités pour stocker les anciens meubles déposés par nos clients. Le mobilier, en bon état et réutilisable, est conservé avant d'être récupéré par une association locale provenant de l'économie sociale et solidaire telle que **Emmaüs, la Croix Rouge ou des ressourceries.** Ces partenariats permettent de créer un véritable lien entre magasins et associations dans une démarche de réemploi solidaire.

« Ce projet s'inscrit pleinement dans notre démarche RSE. Il repose sur deux atouts essentiels : en premier, le réemploi qui contribue à réduire les déchets et à favoriser l'économie circulaire ; le second, tourné vers un engagement social fort, à travers le soutien aux structures de l'ESS (Économie Sociale et Solidaire) qui accompagnent des personnes en situation de précarité.

À ce jour, une quarantaine de magasins sont déjà équipés de conteneurs maritimes. Notre objectif est de renforcer, enrichir ces partenariats et d'étendre ce réseau à 150 sites d'ici 2030. »

Marine Feron, Cheffe de projet RSE et Innovation chez BUT-Conforama.

La solidarité au cœur de nos actions locales.

ecomaison

D'ICI 2030

150 conteneurs maritimes

2. Des gestes simples pour de grandes causes

Depuis 2024, **BUT** et **Conforama** ont mis en place des campagnes « Arrondi en caisse ». Ce dispositif de micro-dons solidaires permet aux clients, qui le souhaitent, de participer au financement de projets sociaux et environnementaux portés par des associations en arrondissant le montant de leur ticket de caisse. Nos équipes de caisse sont sensibilisées pour être en mesure d'informer nos clients sur le choix de celles-ci et sur l'utilisation des dons. L'arrondi solidaire transforme de petits gestes en soutien concret pour de grandes causes.

Pour chaque campagne, la sélection des associations est faite par sondage auprès de nos collaborateurs. Ainsi, en 2024-2025 nous avons soutenu les associations suivantes :

Emmaüs, Habitat et Humanisme, Sourire à la Vie, la LPO (Ligue de Protection des Oiseaux) Mon Bonnet Rose et Planète Urgence.

3. Le Challenge Mobilité RSE

Pour sensibiliser les équipes autour des enjeux RSE, **BUT** et **Conforama** ont lancé un challenge mobilité. Pendant deux semaines, nos collaborateurs ont marché, pédalé, trottiné voire galopé. Résultat, plus de 600 participants et près de 15 millions de pas cumulés !

Au-delà de la réduction de l'empreinte carbone liée aux déplacements, ce défi a également contribué au bien-être physique de nos collaborateurs.

600
participants

≈ 15 M
de pas cumulés

Indicateurs de performance ESG

NOS PILIERS, NOS AMBITIONS	NOS ENGAGEMENTS	KPIS / OBJECTIFS	RÉSULTATS À DATE FY 24	RÉSULTATS À DATE FY 24*	OBJECTIFS 2030
PILIER 01 MIEUX PRODUIRE	**Réduire l'empreinte carbone de nos activités et de nos produits**	% de la réduction de l'empreinte carbone (réf FY22)	Donnée en cours de fiabilisation	Donnée en cours de fiabilisation	-42 %
	Favoriser des achats responsables (éco-conception)	% des gammes éco-conçues	17 %	N/A	100 %
		% de nos ventes volume éco-conçues	23 %	N/A	100 %
		% d'acheteurs et fournisseurs formés à l'éco-conception	100 %	N/A	100 %
		% du bois d'origine responsable	65 %	51 %	100 %
		% fabriqué en Europe (volume d'achats meuble)	80 %	85 %	80 %
		% fabriqué en France (volume d'achats meuble)	42 %	45 %	40 %
		% de fournisseurs de rang 1 en Asie audités socialement	93 %	98 %	100 %
	S'engager pour une consommation d'énergie responsable	% de la réduction de la consommation d'énergie	NEW	NEW	-40 %
	Préserver la biodiversité et les écosystèmes	Écrire une trajectoire biodiversité	NEW	NEW	N/A
PILIER 02 MIEUX VIVRE ENSEMBLE	**Promouvoir la diversité et l'inclusion**	Index de l'égalité professionnelle	89	93	N/A
		Taux emploi des personnes en situation de handicap	6,34 %	6.41 %	7 %
	Améliorer les conditions de travail des collaborateurs	% des managers formés contre la discrimination	100 %	N/A	100 %
	Créer un réseau d'ambassadeurs RSE	Nombre d'ambassadeurs (mag; siège; log) 2 / région	NEW	NEW	48
	Former les collaborateurs	Taux de personnes à former en présentiel	NEW	NEW	55 %
		Taux de personnes à former en e-learning	NEW	NEW	60 %
PILIER 03 MIEUX CONTRIBUER À LA SOCIÉTÉ	**Accroitre la réparation**	TBD	NEW	NEW	TBD
	Mieux gérer la fin de vie des produits	Taux de tri des déchets avec Eco-organisme	74 %	86 %	95 %
		Taux de tri des déchets sans Eco-organisme	35 %	62 %	80 %
	Développer le réemploi	Nombre de conteneurs de réemploi Ecomaison	30	21	150
	Soutenir les communautés locales	Nombre de campagnes solidaires annuelles (microdon, collectes jouets,...)	NEW	NEW	6
PRINCIPES DIRECTEURS MIEUX MESURER ET COMMUNIQUER	**Certifier notre engagement RSE**	Score Label "Engagé RSE" Afnor / 1000	643	386	850/1000
	Se conformer à la CSRD	S'outiller et former l'équipe RSE	NEW	NEW	N/A
	Mieux communiquer nos engagements internes et externes	Déploiement de la stratégie RSE (% des collaborateurs sensibilisés)	NEW	NEW	100 %

* Pour Conforama, les résultats ne sont fournis qu'à titre indicatif lorsqu'ils sont disponibles.

BUT Conforama
Groupe