

AFFLELOU

RAPPORT SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LA RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

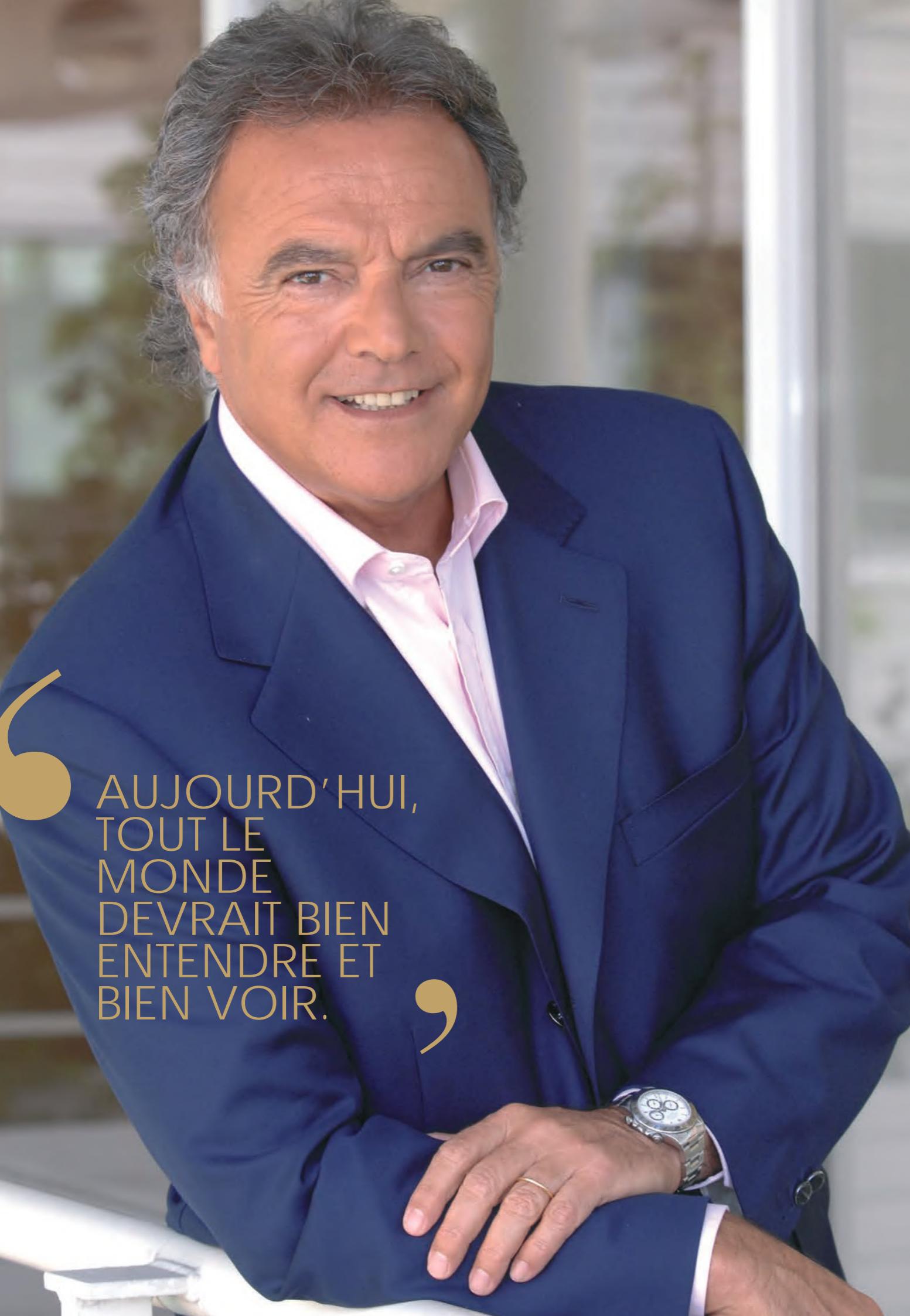


#2021



TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS DE NOTRE FONDATEUR	4
À PROPOS DE CE RAPPORT	6
1) NOTRE IDENTITÉ	8
2) DÉVELOPPEMENT DURABLE CHEZ AFFLELOU	22
3) AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE ET LE BIEN-ÊTRE DE NOS CLIENTS	36
4) GÉRER LA CHAÎNE LOGISTIQUE ET L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES PRODUITS	52
5) PRENDRE SOIN DE NOS ÉQUIPES	58
6) RÉDUIRE NOS IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DIRECTS	72
7) GÉNÉRER DES IMPACTS SOCIO-ÉCONOMIQUES PRÉCIEUX ET SOUTENIR LES COMMUNAUTÉS	76
NOTE MÉTHODOLOGIQUE	86



AVANT-PROPOS DE NOTRE FONDATEUR

Depuis quelques années maintenant, il y a eu une prise de conscience générale concernant l'importance d'adopter un comportement durable envers les autres et de respecter l'environnement.

L'acte de changer les mentalités va au-delà des approches individuelles : les questions sociétales et environnementales sont désormais intégrées dans la stratégie globale des marques et des entreprises.

Le Groupe Afflelou n'a pas attendu ces évolutions pour lancer des initiatives visant à aider d'autres personnes ou à préserver la planète.

Depuis 15 ans maintenant, la fondation ALAIN AFFLELOU propose un dépistage des troubles visuels aux personnes malvoyantes à faible revenu et leur offre des lunettes. L'équipe organise des examens de la vue chaque année dans les écoles pour améliorer la vision des enfants et ainsi lutter contre l'échec scolaire. Ces événements ont lieu principalement en Espagne et dans les pays du Maghreb, et des milliers de paires de lunettes sont données chaque année à des adultes et des enfants souffrant de troubles de la vue.

Autre point important, avec l'aide de nos partenaires industriels, nous avons fabriqué des lunettes à partir de bouteilles en plastique collectées dans les mers et les océans. Nous avons donc recyclé plus de 50 000 bouteilles depuis le lancement de cette collection en 2020, un nombre important qui nous encourage dans la poursuite de cette approche. Nous avons également conçu et produit une gamme de montures créées à partir d'huile de ricin, dont les étuis et les verres correcteurs sont entièrement biodégradables.

Opticien et acousticien depuis 50 ans, ma principale préoccupation est de servir les personnes souffrant de troubles visuels et auditifs en leur permettant d'accéder aux soins.

Autour de nous et sur les cinq continents, des milliers de personnes qui travaillent avec nous partagent les mêmes valeurs. Nos opticiens, professionnels des aides auditives, employés et fournisseurs travaillent quotidiennement pour assurer le bien-être et le confort des malvoyants et des malentendants.

Nous sommes guidés par nos valeurs, et c'est dans cet esprit que nous envisageons notre engagement, humble et modeste, pour la préservation de la planète.

Alain Afflelou





À PROPOS DE CE RAPPORT

INCARNER LES ENGAGEMENTS DU GROUPE AFFLELOU

Depuis près de 50 ans, nous facilitons l'accès aux produits et services améliorant la santé et le confort visuels et auditifs des personnes, afin d'améliorer leur vie quotidienne et de leur permettre de vivre en toute liberté. Nous nous engageons à mener nos activités en prenant soin de nos équipes et partenaires commerciaux (franchisés et clients finaux), en respectant l'environnement dans lequel nous opérons et vivons, en nous conformant aux pratiques et comportements éthiques, et en soutenant les communautés locales.

Chez AFFLELOU, nous voulons nous concentrer sur notre identité, notre façon de faire les choses et nos objectifs pour l'avenir. Dans ce contexte, le présent Rapport sur le développement durable et la responsabilité sociale d'entreprise 2021 (« le Rapport »), le premier rapport volontaire divulgué par le Groupe, décrit notre stratégie globale et les différents projets et initiatives liés à la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) menés par nos différentes entités et équipes, ainsi que les principaux résultats en matière de performance atteinte lorsqu'ils sont disponibles.

Pour plus de détail sur la méthodologie du Rapport, le champ d'application des informations ou d'autres aspects liés au rapport, veuillez vous reporter à la section méthodologique à la fin du document.

Depuis 50 ans, nous facilitons l'accès aux produits et services améliorant la santé et le confort visuels et auditifs des personnes, afin d'améliorer leur vie quotidienne et de leur permettre de vivre en toute liberté.

APPROCHE D'AMÉLIORATION CONTINUE

En tant que première étape vers une approche plus intégrée du développement durable dans la stratégie et les activités de notre Groupe, le Rapport nous permet de fournir à toutes nos parties prenantes des informations sur les actions liées à la RSE et les progrès réalisés. Sur la base de l'identification préalable des enjeux de RSE pertinents et prioritaires en lien avec nos activités, cet exercice nous a permis de publier un diagnostic approfondi de la performance globale du Groupe AFFLELOU.

Dans le cadre d'une approche d'amélioration continue, ce document sera mis à jour et enrichi régulièrement. Le Rapport est également la base des engagements et objectifs futurs concernant les sujets environnementaux, sociaux et sociétaux pour les années à venir dans nos domaines d'engagement.

1

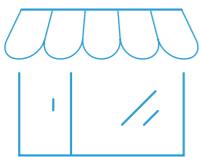
NOTRE IDENTITÉ

Fondé en France en 1972 par M. Alain Afflelou, le Groupe AFFLELOU est aujourd'hui l'un des principaux franchiseurs européens de produits d'optique et d'aides auditives. Opérant dans 19 pays, notre réseau rassemble 1 445 succursales* et franchisés dans le monde.

Les équipes d'AFFLELOU sont composées de plus de 1 200 femmes et hommes qualifiés (siège social et magasins), travaillant avec plus de 700 propriétaires de franchises.



19 PAYS



1 445

MAGASINS

(succursales et franchisés)

700

PROPRIÉTAIRES DE FRANCHISE,
CE QUI REPRÉSENTE,
avec notre Groupe

PLUS DE

5 000

EMPLOYÉS dans
l'ensemble du réseau



PLUS DE
300

COLLABORATEURS
PERMANENTS DANS NOS BUREAUX



C.1 Md Euros

DE VENTES TOTALES TTC,
dans le réseau

ENTREPRENEURIAT ET INNOVATION

L'innovation a toujours été au cœur de l'identité du Groupe. Inspirés par notre fondateur, nous sommes passionnés par le défi de nous dépasser et par l'exploration de nouvelles façons de nous améliorer à tous les niveaux. Comme l'entrepreneuriat fait partie de notre ADN, nous faisons également tout notre possible pour attirer de nouveaux talents qui deviendront nos futurs collaborateurs et/ou de nouveaux franchisés.

Chaque innovation (produit, offre et/ou concept) est conçue pour répondre aux besoins et aux problèmes auxquels nos clients sont confrontés. Nos efforts de recherche visent entièrement à atteindre une combinaison optimale alliant nouvelles technologies, qualité des matériaux, confort, le design et des prix accessibles. L'observation et la collecte de données sur les besoins des personnes ont toujours été au cœur de l'ADN du Groupe.

L'ENTREPRENEURIAT EST UN PILIER
DU GROUPE AFFLELOU, COMBINANT
L'INNOVATION DU GROUPE AVEC L'ÉTAT
D'ESPRIT QUOTIDIEN DE NOS FRANCHISÉS.



VISION, MISSION ET VALEURS



VISION

Nous nous efforçons de construire un monde sans obstacles pour que les gens profitent de chaque moment de la vie et se sentent bien, un monde dans lequel nos clients sont pleinement intégrés et s'affranchissent des préjugés et complexes. Nous visons également à incarner une entreprise où les gens dirigent l'innovation au sein des secteurs de l'optique et de l'acoustique. Tout ce que nous faisons chez AFFLELOU vise à soutenir nos équipes et à améliorer le bien-être de nos clients.

Nous souhaitons être reconnus comme une marque inspirante et utile qui fait une réelle différence dans la vie quotidienne des consommateurs. Le Groupe AFFLELOU est ancré dans la société et joue un rôle important, à la fois en termes de bienfaits personnels (santé, bien-être, plaisir, etc.) et collectifs (économie, bien-être au travail).



VALEURS

Les valeurs fondamentales du Groupe AFFLELOU n'ont pas changé depuis sa fondation :

Innovation : réaliser des progrès et nous réinventer chaque jour pour apporter les meilleures solutions à nos clients.

Dynamisme : renforcer notre expertise, tout en étant agiles et flexibles dans un monde en évolution.

Leadership : consolider notre position et donner le meilleur de nous-mêmes en constituant des équipes soudées, épanouies et orientées sur les besoins des clients.

Engagement : s'impliquer au quotidien, prendre soin de nos clients, respecter nos partenaires et assurer le développement de nos équipes.

Confiance : être un partenaire fiable et digne de confiance pour toutes nos parties prenantes.



MISSION

Porter des lunettes et/ou des prothèses auditives ne doit pas être un problème. Aujourd'hui, tout le monde a le droit de bien voir et bien entendre. En tant que fournisseur de produits optiques et d'aides auditives, notre objectif est de toujours offrir la meilleure solution et de répondre aux divers besoins de nos clients. Nous pensons que quel que soit votre problème « de vue ou d'audition », vous méritez de vivre votre vie en toute liberté.

Notre mission est de faciliter l'accès aux produits et services qui améliorent la santé et le confort visuels et auditifs des personnes. Nos équipes continuent de se réinventer chaque jour et recherchent de nouvelles façons d'améliorer davantage le bien-être et le confort des personnes, d'une manière financièrement accessible.

« AUJOURD'HUI, TOUT LE MONDE A LE DROIT DE BIEN VOIR ET BIEN ENTENDRE »

« FACILITER L'ACCÈS AUX PRODUITS ET SERVICES QUI AMÉLIORENT LA SANTÉ ET LE CONFORT VISUELS ET AUDITIFS DES PERSONNES »



COMPORTEMENTS

En nous appuyant sur nos valeurs d'entreprise, nous avons identifié des comportements fondamentaux que nous promouvons activement en interne et partageons avec nos partenaires commerciaux :

- Nous sommes pleinement engagés envers les priorités de l'entreprise
- Nous créons un environnement basé sur le partenariat et la confiance
- Nous aimons parler, faciliter le dialogue et l'écoute
- Nous recherchons des solutions faciles, originales et de qualité pour répondre aux besoins de nos clients
- Là où d'autres peuvent voir des problèmes, nous voyons des opportunités d'innovation, de mise en œuvre de nouvelles technologies et méthodes de travail
- Nous faisons constamment évoluer nos connaissances technologiques
- Nous nous adaptons rapidement aux changements et aux demandes dans notre environnement professionnel
- Nous sommes cohérents : nous disons ce que nous faisons, et nous le faisons.



DÉCOUVRIR NOS ACTIVITÉS, PRODUITS ET SERVICES

PRENDRE SOIN DE LA SANTÉ DES PERSONNES GRÂCE À UNE DOUBLE OFFRE OPTIQUE ET ACOUSTIQUE

ALAIN AFFLELOU

Le Groupe AFFLELOU offre ses services à plus de 2 millions de porteurs de lunettes chaque année, par l'intermédiaire de sa succursale ALAIN AFFLELOU OPTICIEN. Nous proposons des collections utilisant notre savoir-faire et notre expertise en tant qu'opticien et fabricant de montures. Notre objectif principal est de développer des produits qui répondent aux besoins des personnes en matière de santé et offrent un confort maximal aux porteurs de lunettes, grâce à la qualité des matériaux utilisés et des processus innovants.

Notre gamme de produits comprend des montures, des verres, des lunettes de soleil, des lentilles de contact et des produits de soin oculaire. Nous fournissons également à nos clients des conseils professionnels pour leur bien-être et leur confort oculaire, ainsi qu'un large éventail de services connexes (veuillez vous reporter à la section « Faciliter l'accès aux produits et services » pour plus de détails).



Montures



Verres



Lunettes de soleil



Lentilles de contact



Produits d'entretien



Services et conseils connexes



Optical Discount

L'OPTICIEN QUI VOUS MARQUE

Créée en 1995, OPTICAL DISCOUNT vise à fournir des produits à des prix réduits et par le biais de diverses promotions tout au long de l'année. Intégrée au Groupe AFFLELOU en 2015, l'enseigne a pour objectif de rendre les principales marques de lunettes et les conseils de professionnels de l'optique accessibles au plus grand nombre. Dans le contexte économique actuel, OPTICAL DISCOUNT fournit ainsi à nos clients des produits de qualité au prix le plus bas possible, accompagnés de services personnalisés.

ALAIN AFFLELOU

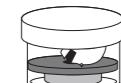
Acousticien

Depuis 2012, le Groupe AFFLELOU aide également les personnes à améliorer leur audition par le biais d'essais d'aide auditive, de suivi d'ajustement, de nettoyage de l'équipement, d'ajustements et de renouvellement des aides auditives. Nos clients peuvent prendre rendez-vous avec nos audioprothésistes agréés par l'État dans l'un des centres ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN afin de tester leur audition gratuitement (veuillez vous reporter à la section « Faciliter l'accès aux produits et services » pour plus de détails).

Notre gamme de produits comprend des appareils auditifs et des produits de soin connexes. Nous fournissons également à nos clients des conseils professionnels pour leur bien-être et leur confort auditif, ainsi qu'un large éventail de services (veuillez vous reporter à la section « Faciliter l'accès aux produits et services » pour plus de détails).



Aides auditives



Produits d'entretien



Services et conseils connexes



MODÈLE DE FRANCHISE ET SUCCURSALES

Afin de fournir des produits, des services et des conseils professionnels à ses clients, le Groupe AFFLELOU a développé un réseau à double organisation, comprenant à la fois des succursales et exploités par les équipes d'AFFLELOU, et des magasins franchisés gérés par des franchisés indépendants. Les équipes des magasins sont en contact direct avec les clients finaux.

Créé en 1978, le modèle de franchise d'AFFLELOU repose sur des accords entre le Groupe (en tant que franchiseur) et les franchisés (détailleur indépendants), combinant le savoir-faire de l'opticien franchiseur avec le professionnalisme et le dynamisme local de chaque franchisé, qui est responsable de sa propre activité. À la fin 2021, les magasins franchisés représentent environ 90 % du nombre total de magasins, soit 700 franchisés employant 4000 personnes.

Le Groupe AFFLELOU fournit un soutien continu à ses franchisés tout au long du cycle de vie de leurs magasins, de l'ouverture du magasin (conception du magasin, choix de l'emplacement, cofinancement, etc.) au soutien quotidien (formation, ressources humaines, outils numériques, etc.) et ponctuel (par ex. adhésion au réseau, certifications, transition, etc.).

Les équipes appartenant à la fonction franchiseur (siège du Groupe) fournissent un soutien central aux franchisés dans les domaines suivants :

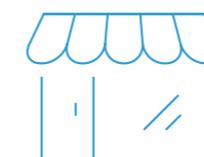
- Conception et merchandising du magasin
- Force de vente et soutien commercial
- Financement et conseils juridiques
- Sensibilisation à la marque, communication et stratégie marketing (échelle nationale et locale)
- Recrutement et formation continue des équipes
- Soutien pour les relations institutionnelles
- Système central de référencement et de paiement pour l'approvisionnement
- Outils numériques (par ex. système de rendez-vous en ligne, etc.)
- Autres

Dans le réseau d'AFFLELOU, un franchisé possède 2 magasins en moyenne. Dans le segment de l'audition, les audioprothésistes ont généralement un magasin dédié et opèrent également dans 2 ou 3 espaces audio dans des magasins d'optique. Les franchisés peuvent provenir de l'extérieur (commerçants externes) ou de l'intérieur du Groupe (employés du siège social et de la fonction franchiseur, employés d'un franchisé déjà dans le Groupe). Les collaborateurs ou employés des magasins succursalistes qui souhaitent devenir franchisés sont soutenus et formés par le Groupe AFFLELOU.

OUTRE LES MAGASINS FRANCHISÉS,
LE GROUPE DISPOSE D'UNE STRUCTURE
DE SUCCURSALES, PRÉSENTANT 151 MAGASINS
(SUR 1 445) AU 31 DÉCEMBRE 2021.

Les franchisés étant les partenaires commerciaux clés du Groupe AFFLELOU, nous nous efforçons d'établir des relations de proximité et de confiance avec eux dès le début de notre collaboration. Nous visons à être disponibles, à fournir des informations fiables et un soutien utile à chaque étape.

ALAINAFFLELOU



1 278
MAGASINS
FRANCHISÉS



PLUS DE
700
PROPRIÉTAIRES
DE FRANCHISE



151
MAGASINS
DÉTENUS



PLUS DE **900**
COLLABORATEURS DANS
DES MAGASINS DÉTENUS

PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU ET ACCORDS DE LICENCE

Les produits proposés par le Groupe peuvent être divisés en **deux catégories principales : les produits de marque ALAIN AFFLELOU et les autres gammes de produits**. Les produits de la marque sont ceux portant l'étiquette « ALAIN AFFLELOU », tandis que les autres sont gérés par des accords de licence d'exploitation avec des marques externes diversifiées (par ex. Calvin Klein, Tag Heuer, etc.).

Les produits de marque ALAIN AFFLELOU sont exclusivement distribués dans les magasins AFFLELOU (montures, lunettes de soleil, lentilles de contact, appareils auditifs). **Entre 2,5 et 3 millions de montures et lunettes de soleil de la marque ALAIN AFFLELOU sont commercialisées chaque année**, représentant environ 250 références en magasin.

Les magasins et points de vente AFFLELOU se trouvent dans les centres-villes, les centres commerciaux et les grandes zones commerciales. Notre réseau s'appuie sur un modèle multicanal avec des magasins physiques et des plateformes de vente en ligne (Alain Afflelou, Optical Discount, malentille.com), y compris un système de type « click and collect ».



PRÈS DE 50 ANS DE SAVOIR-FAIRE

**M. ALAIN AFFLELOU,
FONDATEUR DE NOTRE GROUPE**

L'histoire de notre Groupe est profondément liée à l'histoire et au parcours professionnel de son fondateur, M. Alain Afflelou. En juin 1962, à l'âge de 14 ans, Alain Afflelou, quitte son pays natal, l'Algérie, pour la France. Après une première année scolaire à Marseille, il emménage à Bordeaux et il obtient son baccalauréat en 1967. Au terme de trois années d'études à l'École d'Optique à Paris, il décroche son diplôme d'opticien lunetier et s'inscrit à la Faculté de médecine de Bordeaux d'où il sort en 1971 avec son certificat d'audioprothésiste.



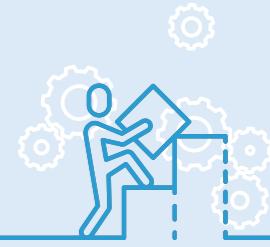
Il ouvre son premier magasin d'optique et d'audiologie le 3 mars 1972 dans la banlieue bordelaise. Il fait rapidement le constat que les lunettes sont vécues comme une contrainte par les Français. Déjà au début des années 70, elles sont considérées comme étant trop chères et très mal remboursées. En 1978, il lance alors sa première proposition commerciale révolutionnaire avec « les montures à moitié prix sur toutes les marques », le tarif restant identique pour les verres correcteurs et les lentilles. La même année, Alain Afflelou lance son développement en franchise, avec l'ouverture de trois premiers magasins.

50 ans après la création de la marque, Alain Afflelou est toujours l'entrepreneur préféré des Français. En 2018, le Groupe a été élu « Enseigne comptant le plus dans la vie des Français et inspirant le plus confiance dans le secteur de l'optique »¹. En 2020, M. Alain Afflelou est également élu 2^e chef d'entreprise le plus admiré des Français, avec un taux d'appréciation positive de 62 %².

¹ Étude Meaningfull Brands, 2017-2018

² Source : sondage ADVENT CAPITAL réalisé du 21 au 24 août 2020 auprès d'un échantillon représentatif de 1 003 Français âgés de 18 ans et plus, à l'aide de la méthode du quota et de Scan Leader, l'outil d'Advent pour mesurer le capital marketing des dirigeants d'entreprises français et internationaux.

ÉTAPES CLÉS



1972	1978	1985	1995	1999	2002	2004
Ouverture du premier magasin d'optique à Bordeaux.	Création de la franchise ALAIN AFFLELOU.	Ouverture du 100 ^e magasin en France.	Ouverture du premier magasin en Belgique.	Lancement de l'offre commerciale Tchin Tchin (2 ^e paire de lunettes pour 1 franc de plus).	Le réseau atteint son 500 ^e point de vente. Ouverture du 1 ^{er} magasin ALAIN AFFLELOU au Maroc.	Lancement de l'activité de franchise en Espagne. Enseigne ALAIN AFFLELOU OPTICO.

2005	2007	2009	2011	2013	2014	2015
Ouverture du 100 ^e magasin ALAIN AFFLELOU en Espagne. Ouverture du 1 ^{er} magasin à Abidjan, en Côte d'Ivoire.	Ouverture du 200 ^e magasin à l'étranger. Ouverture du 1 ^{er} magasin en Suisse et au Portugal.	1 000 ^e magasin dans le monde. Lancement de l'offre NextYear.	Lancement de l'enseigne ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN (Aides auditives).	Ouverture du 1 ^{er} magasin ALAIN AFFLELOU en Algérie.	Lancement de la marque ALAIN AFFLELOU Paris pour la collection de lunettes. Collaboration internationale avec Sharon Stone pour des campagnes publicitaires exclusives.	ALAIN AFFLELOU OPTICO célèbre son 300 ^e magasin espagnol. Acquisition du groupe Optical Discount en France.

2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ouverture du 1 ^{er} magasin ALAIN AFFLELOU en Chine (Chongqing) et au Sénégal (Dakar). Acquisition d'un spécialiste du commerce de produits d'optique en ligne : www.malentille.com	Ouverture du 1 ^{er} magasin ALAIN AFFLELOU au Burkina Faso et à l'île Maurice.	Ouverture du 1 ^{er} magasin ALAIN AFFLELOU à Bogota, en Colombie.	Lancement de MAGIC, une collection de lunettes innovante avec des clips aimantés, soutenu par une campagne médiatique à 360°. ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN (Aides auditives) célèbre son 300 ^e point de vente. Ouverture du 1 ^{er} magasin ALAIN AFFLELOU au Koweït et au Liban (Beyrouth).	ALAIN AFFLELOU España devient signataire du Pacte mondial des Nations Unies : Le Global Compact.	Stratégie RSE

PRÉSENCE MONDIALE ET RÉSEAU

PAYS D'IMPLANTATION

Grâce à sa présence historique en France, le groupe AFFLELOU est aujourd'hui un réseau de franchises optiques et auditives de premier plan en Europe, avec 1 445 magasins de produits optiques et acoustiques dans 19 pays. Au 31 décembre 2021, 67 % des magasins (franchisés et détenus) étaient situés en France et 23 % en Espagne, le deuxième pays dans lequel le Groupe possède le plus grand nombre de magasins dans le monde. Les magasins détenus sont situés uniquement en France et en Espagne à la fin de l'année 2021.

NOMBRE DE MAGASINS ³	FRANCE ⁴	ESPAGNE	AUTRES PAYS EUROPÉENS	AUTRES PAYS NON EUROPÉENS	TOTAL
MAGASINS FRANCHISÉS	895	260	100	44	1 299
MAGASINS DÉTENUS	71	75	0	-	146
TOTAL	966	335	100	44	1 445

En Europe, le Groupe AFFLELOU opère dans les six pays suivants : France, Espagne, Belgique, Luxembourg, Suisse et Portugal. Le groupe AFFLELOU a également étendu sa présence internationale sur les cinq continents et opère aujourd'hui dans les pays suivants par le biais de magasins franchisés : Andorre, Afrique (Algérie, Côte d'Ivoire, Maroc, Sénégal, Togo, Tunisie), Moyen-Orient (Liban, Koweït), Amérique du Sud (Colombie, Guinée française), Asie (Chine, Hong Kong, Vietnam) et Australie (Nouvelle-Calédonie).



³ Y compris ALAIN AFFLELOU OPTICIEN, ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN et OPTICAL DISCOUNT

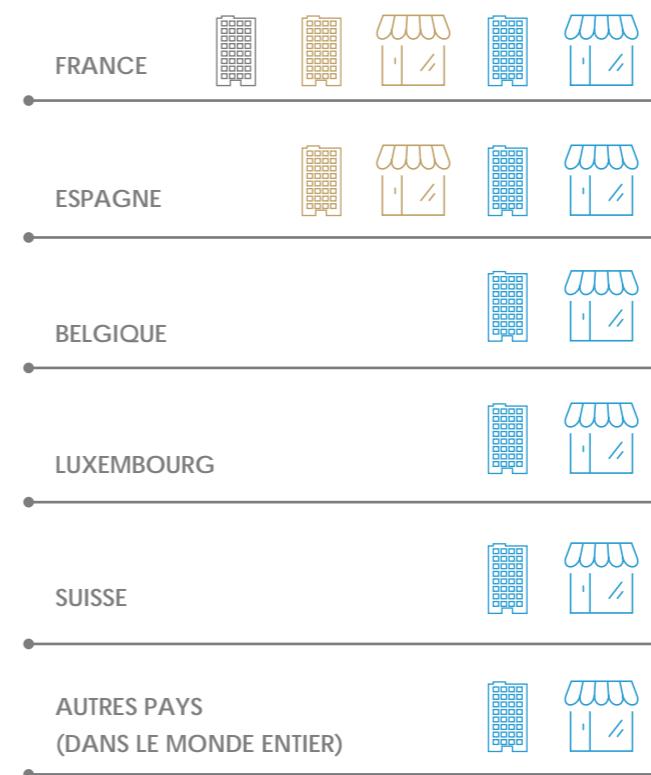
⁴ Y compris les magasins dans les départements et territoires français d'outre-mer.

Bénéficiant d'une présence historique en France et en Espagne, le Groupe AFFLELOU est aujourd'hui reconnu comme :

- Le 1^{er} réseau de franchises de produits d'optique en France (en nombre de magasins et chiffre d'affaires)
- La 1^{ère} enseigne de franchiseur optique en Espagne (en nombre de magasins)
- Le 1^{er} opticien en France et en Espagne en termes de notoriété de la marque



ORGANISATION MONDIALE DU GROUPE



GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

STRUCTURE DE L'ACTIONNARIAT DU GROUPE



Le Comité exécutif du Groupe (COMEX) est composé des 12 membres suivants :

Alain POURCELOT Président directeur général (PDG)	Jacques -Denis LATOURNERIE Directeur des ressources humaines et de la communication interne	Eva IVARS Directrice des réseaux franchise et succursales Espagne et Directrice de L'innovation	Olivier HENRY Directeur des réseaux franchises et succursales
Bénédicte CHALUMEAU VIGNON Directrice de la communication	Laurent AFFLELOU Directeur du développement	Lionel AFFLELOU Directeur produits	Loïc BOCHER Directeur digital
Anthony AFFLELOU Directeur marketing et communication	Frédéric FRANCESCHI Directeur, Juridique	André VERNEYRE Directeur, Financement et relations avec les investisseurs	Laurent DUQUESNE Directeur financier

LE GROUPE AFFLELOU A ÉGALEMENT
MIS EN PLACE UN COMITÉ D'AUDIT ET
UN COMITÉ DE RÉMUNÉRATION.



LE DÉVELOPPEMENT DURABLE CHEZ AFFLELOU

LA GOUVERNANCE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Nous considérons le développement durable comme un enjeu transversal qui doit être étendu et intégré dans les différentes activités du Groupe AFFLELOU et dans sa stratégie mondiale. Dans ce contexte, les différents sujets liés à la RSE sont gérés quotidiennement par chaque fonction et/ou département clé du Groupe (Ressources humaines, Développement de produits, Marketing et communication, etc.).

Un Comité directeur dédié au développement durable a été nommé en février 2021 afin d'effectuer le suivi de l'exécution de ce premier Rapport sur le développement durable et la responsabilité sociale de l'entreprise. Ce Comité rassemble neuf membres des différents départements du Groupe : le Président-directeur général (PDG), la Directrice des ressources humaines et de la communication interne du Groupe, et La directrice des réseaux espagnols et de l'innovation pour l'Espagne, le directeur des ressources humaines et de la communication interne pour l'Espagne, la directrice de la communication du Groupe, le directeur produits du Groupe, le directeur marketing du Groupe, le directeur des opérations financières et le directeur du développement. Le Comité directeur pour le développement durable dirigera les futurs enrichissements et mises à jour du Rapport, ainsi que les futurs projets, engagements et objectifs RSE majeurs entrepris par le Groupe.

Parmi toutes les entités et filiales du Groupe, notre entité espagnole a pris la tête des projets et initiatives de développement durable depuis plusieurs années. Certaines actions entreprises par les équipes espagnoles sont également déployées en France et dans d'autres pays européens. Une homogénéisation supplémentaire des pratiques et une approche au niveau du Groupe seront mises en œuvre dans les années à venir.

DIALOGUE AVEC NOS PARTIES PRENANTES

CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES

Les parties prenantes jouent un rôle fondamental dans le développement d'une offre plus durable de produits et services, l'amélioration de nos processus décisionnels et la mise en œuvre de pratiques plus vertueuses. L'identification des parties prenantes impliquées dans nos activités et notre sphère d'influence, la compréhension de leurs intérêts et attentes ainsi que le maintien d'un dialogue actif avec elles sont essentiels pour mener nos activités et continuer à renforcer l'approche d'AFFLELOU en matière de développement durable.

Dans ce contexte, nous avons identifié les principales catégories de parties prenantes internes et externes, sur la base des diverses activités du Groupe AFFLELOU, des types de relations établies avec elles et conformément aux critères de dépendance et d'influence.

Principales parties prenantes du Groupe AFFLELOU



POINTS DE VUE DES PARTIES PRENANTES SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Une consultation sur les aspects liés au développement durable a été menée en Espagne en 2020 auprès d'un panel d'employés espagnols* (siège social et magasins détenus), de franchisés et de clients (plus de 12 800 répondants au total). Plusieurs questions liées aux tendances mondiales de la société, au développement durable chez AFFLELOU ainsi qu'aux intérêts d'autres parties prenantes potentielles liés aux enjeux de RSE ont été soulevées.

Parmi le panel consulté, 82 % des employés et des franchisés, ainsi que 88 % des clients, sont très et/ou très préoccupés par le respect de l'environnement et de la société (par ex. recyclage, soins aux personnes défavorisées, conditions de travail équitables, etc.). Le développement durable est également considéré comme une priorité absolue pendant le processus d'achat par 36 % des clients consultés (score égal à celui obtenu par les critères de confiance de l'entreprise à 36 % et score plus élevé que celui des critères de prix à 26 %)*. Plus de 2 000 clients ont également

soumis des idées et des suggestions liées au développement durable, telles que le recyclage des produits, l'utilisation de matériaux durables pour les produits, la réduction de l'utilisation du plastique, ainsi que sur la qualité des produits et le prix.

Les résultats de 2020 ont été soigneusement étudiés afin de valider les enjeux prioritaires en matière de RSE du Groupe AFFLELOU et les initiatives connexes à mettre en œuvre. Les attentes et intérêts des parties prenantes sont fondamentaux pour mettre en œuvre des pratiques plus responsables et mener nos activités de manière plus durable. D'autres campagnes de consultation des parties prenantes sont envisagées pour les années à venir, afin de mieux comprendre les besoins de nos parties prenantes et d'étendre le processus de consultation à toutes les familles de parties prenantes.

À la fin de l'étude 2020, un concours a été organisé avec à la clé une paire de lunettes de soleil de la collection H2O by Afflelou pour les gagnants (tirés au hasard) (veuillez vous reporter à la section « Utilisation de matériaux plus durables » pour plus de détails sur la collection H2O by Afflelou).

* Source : consultation effectuée par ALAIN AFFLELOU España en 2020, parmi un panel de plus de 12 800 employés (siège social et filiales), franchisés et clients espagnols.

ÉTABLIR UNE GOVERNANCE EXEMPLAIRE

CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE ET GESTION DE LA CONFORMITÉ

Un système complet de gestion de la conformité est en place dans le Groupe AFFLELOU. Il comprend un ensemble de procédures et de pratiques afin d'identifier et de classer les risques opérationnels et juridiques ; d'établir des mécanismes internes pour la prévention, la gestion, le contrôle de ces risques, ainsi que la réponse aux risques ; et d'établir des mesures pour garantir la conduite éthique et légale du Groupe, y compris ses organes exécutifs et tous ses employés. Une surveillance active est effectuée en interne par le département juridique du Groupe.

En 2020, un système dédié à la conformité pénale et juridique a été mis en place et un Comité de conformité a été nommé chez ALAIN AFFLELOU España. Une cartographie détaillée des risques juridiques et de conformité a été établie, comprenant la classification des risques et des recommandations sur les procédures à mettre en œuvre. Les entretiens avec les équipes permettent d'évaluer les procédures et les protocoles, ainsi que d'identifier les risques inhérents. La classification des risques est basée sur le niveau d'impact (par ex. sanctions, atteinte à la réputation, perte de confiance, etc.) et la probabilité d'occurrence (par ex. risque d'occurrence, fréquence, etc.), permettant de calculer la cotation des risques. Afin d'examiner le degré de conformité, l'équipe juridique suit la méthode d'amélioration continue PDCA ou la roue de Deming (ISO 9001) utilisée pour les systèmes de gestion de la qualité (QMS), les systèmes de gestion de la sécurité de l'information

(ISMS) et la structure de haut niveau des normes telles que ISO 19600, ISO 37001 et UNE 19601. Cette méthodologie est également appliquée pour la gestion des risques criminels, qui identifie les risques criminels potentiels s'appliquant au Groupe AFFLELOU, en évaluant à la fois la probabilité et l'impact, et en obtenant ainsi le rapport de risque pénal inhérent au Groupe. Certaines politiques et procédures d'atténuation des risques ont également été préparées.

En 2020, deux alertes ont été lancées et traitées en Espagne, sans autre impact sur le Groupe.

ÉTHIQUE COMMERCIALE

Décrétée en France en juin 2017, la loi relative à la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique, également nommée loi Sapin II, vise à porter la législation française aux meilleures normes européennes et internationales dans la lutte contre la corruption. Afin de poursuivre la mise en œuvre des politiques et procédures anticorruption, la loi Sapin II détaille huit mesures à mettre en œuvre dans le cadre de l'obligation de vigilance (code de conduite, système interne de lancement d'alerte, cartographie des risques, procédures d'évaluation, procédures de contrôle comptable, système de formation, système disciplinaire, système de contrôle interne et d'évaluation des mesures mises en œuvre).

Les risques éthiques potentiels ont été déterminés et cartographiés au niveau du Groupe en tenant compte de toutes les activités et transactions opérationnelles existantes.

Les professions et fonctions, tant au niveau de l'entreprise que du réseau, qui pourraient être plus à risque ont été identifiées, telles que les fonctions centrales d'approvisionnement et de référencement fournisseurs, et les développeurs de réseaux à la recherche d'emplacements de magasins.

Une charte Sapin II interne a été communiquée à tous les employés, et des formations et des sessions de sensibilisation dédiées au sujet ont été mises en place. Une présentation systématique de la réglementation Sapin II et de ses applications opérationnelles au sein du Groupe est effectuée pour tous les nouveaux employés recrutés au sein des équipes du franchiseur/ou des magasins détenus. Chaque nouveau responsable d'équipe participe également à une session de sensibilisation supplémentaire plus approfondie. Le délégué français à la protection des données (DPD), ainsi que le Directeur français des ressources humaines, sont identifiés comme les principaux interlocuteurs sur ces sujets.

Initialement mis en œuvre en France par l'entité de franchise française, le mécanisme Sapin II est progressivement étendu aux autres pays où le Groupe exerce ses activités avec des pratiques et procédures similaires. Concernant le contexte réglementaire européen et le nombre limité d'employés actifs en dehors de l'Europe, aucun risque supplémentaire significatif potentiel n'est identifié.

Un Code de conduite interne est également en cours de rédaction par l'entité espagnole.



NOS ENJEUX PRIORITAIRES EN MATIÈRE DE RSE

PRINCIPES MÉTHODOLOGIQUES

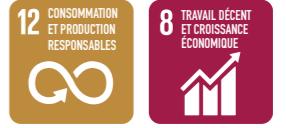
Afin d'identifier les enjeux prioritaires du Groupe AFFLELOU, plusieurs entretiens ont été menés avec des directeurs et des responsables internes de différents services et équipes. Les personnes interrogées ont été consultées sur une liste d'enjeux prédéfinie et ont eu la possibilité de fournir des suggestions supplémentaires. Un examen approfondi des pratiques et initiatives existantes, ainsi qu'une analyse comparative détaillée sur les pairs et les concurrents, et les entreprises travaillant avec un modèle de franchise, ont complété le processus.

Le Comité directeur pour le développement durable était chargé de diriger le projet et de superviser les travaux. Le Comité a été assisté par une société de conseil externe pour réaliser cette tâche début 2021. Les enjeux prioritaires du Groupe AFFLELOU en matière de RSE ont été validés par le Comité directeur pour le développement durable en mars 2021.

Afin d'aller plus loin dans l'identification des enjeux prioritaires en matière de RSE et l'intégration des points de vue des parties prenantes, le Groupe AFFLELOU envisage actuellement d'élaborer une matrice de matérialité globale dans les années à venir.



ENJEUX PRIORITAIRES DU GROUPE AFFLELOU EN MATIÈRE DE RSE

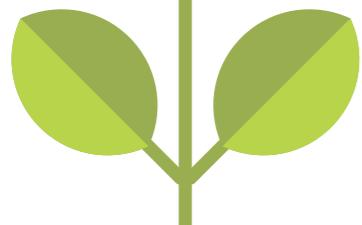
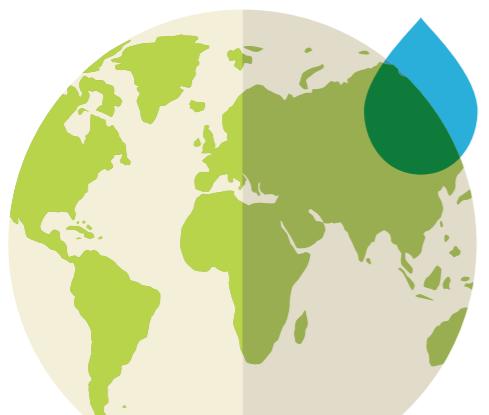
ENJEUX PRIORITAIRES EN MATIÈRE DE RSE	CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)
AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE ET LE BIEN-ÊTRE DES CLIENTS	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en œuvre davantage d'outils numériques, tels que des rendez-vous en ligne avec un opticien Développer davantage de services tels que le service voiturier pour permettre l'accès aux soins visuels et auditifs Numérisation des devis, etc. 
GÉRER LA CHAÎNE LOGISTIQUE ET L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES PRODUITS	<ul style="list-style-type: none"> Impacts environnementaux et sociaux de la fabrication des produits Utilisation de matériaux plus durables pour la fabrication des produits de la marque Réduction des volumes de production et des stocks de produits Transport et logistique Fin de vie des produits 
PRENDRE SOIN DE NOS ÉQUIPES	<ul style="list-style-type: none"> Sûreté et sécurité Santé et bien-être des employés Dialogue social et conventions collectives Développement des compétences et gestion du parcours professionnel Attraction et rétention des talents Diversité et égalité des chances Soutien aux franchisés et à leurs équipes 
RÉDUIRE NOS IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DIRECTS	<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie Lutte contre le changement climatique Gestion et consommation de l'eau Gestion des déchets 
GÉNÉRER DES IMPACTS SOCIO-ÉCONOMIQUES PRÉCIEUX ET SOUTENIR LES COMMUNAUTÉS LOCALES	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisation et éducation Inclusion Recyclage 

Pour faciliter la compréhension, le présent Rapport est structuré de manière à refléter les enjeux prioritaires identifiés du Groupe en matière de RSE, lesquels sont ensuite divisés en sujets spécifiques sur le développement durable identifiés comme pertinents et significatifs pour les activités du Groupe AFFLELOU et ses parties prenantes.

CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)

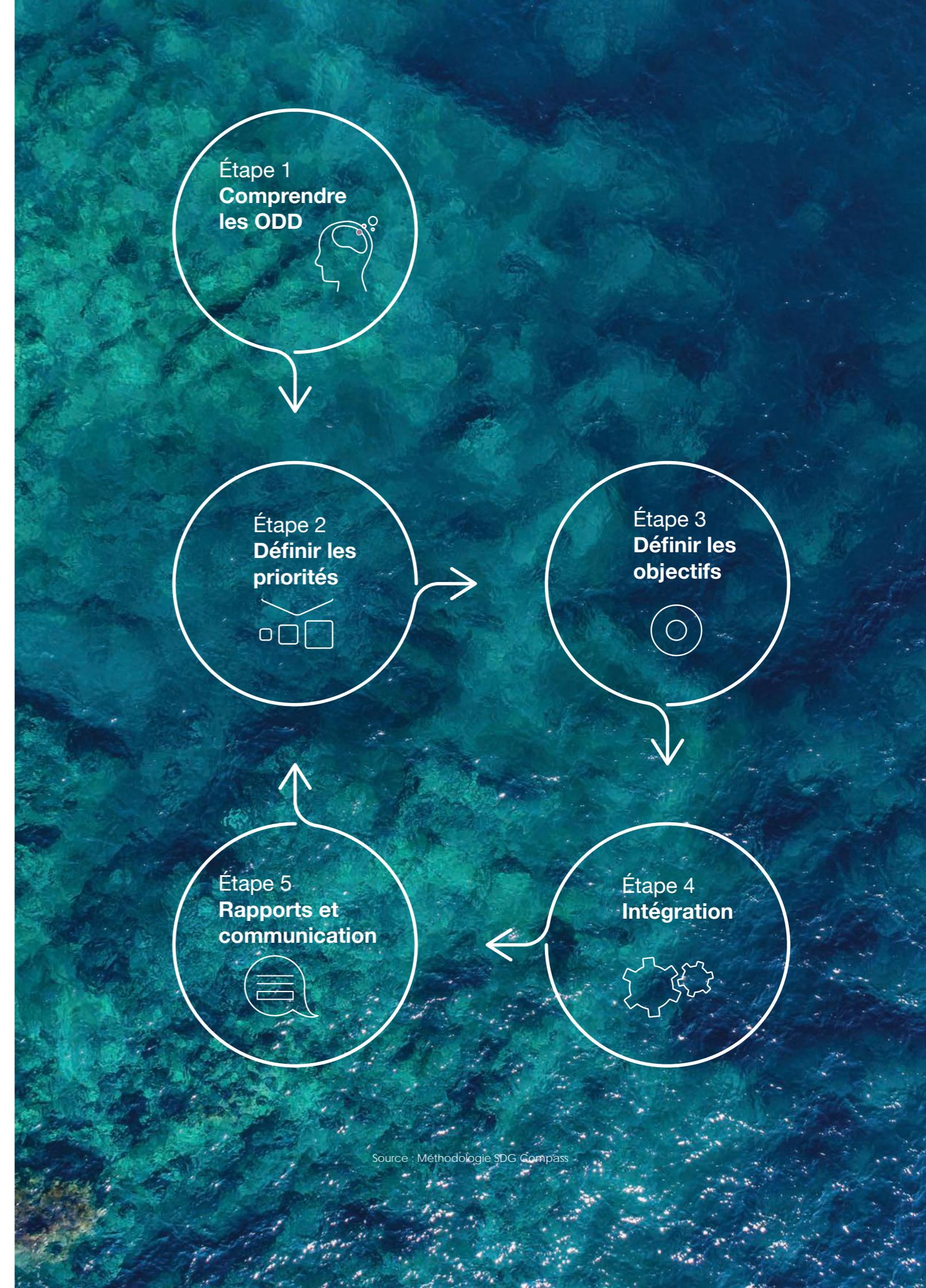
L'Agenda 2030 pour le développement durable, adopté par tous les États membres des Nations Unies en 2015, fournit un plan commun pour la paix et la prospérité des populations et de la planète, aujourd'hui et à l'avenir. Au cœur de cet Agenda se trouvent les 17 objectifs de développement durable (ODD), qui sont un appel urgent à l'action de tous les pays développés et en développement dans le cadre d'un partenariat mondial.

L'adoption des 17 objectifs de développement durable par tous les États membres de l'ONU est un appel universel à l'action pour mettre fin à la pauvreté et aux autres états de privation. Les objectifs vont de pair avec des stratégies pour améliorer la santé et l'éducation, réduire les inégalités et stimuler la croissance économique, tout en luttant contre le changement climatique et en s'efforçant de préserver nos océans et forêts. L'Agenda 2030 pour le développement durable établit également un plan sur 15 ans pour atteindre les objectifs.



Sous la direction de l'entité espagnole, le Groupe AFFLELOU a mené un travail spécifique pour déterminer ses ODD prioritaires en 2020, qui sont les objectifs auxquels le Groupe peut contribuer par le biais de ses activités, valeurs et aspirations en tant qu'entreprise, en tenant également compte des attentes de ses parties prenantes.

Afin d'identifier les ODD auxquels AFFLELOU peut contribuer davantage, nous avons suivi les directives fournies par la méthodologie SDG Compass, développée par la Global Reporting Initiative (GRI), le Pacte mondial des Nations Unies (ONU) et le World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Le SDG Compass fournit des conseils aux entreprises sur la manière dont elles peuvent aligner leurs stratégies, ainsi que mesurer et gérer leur contribution à la réalisation des ODD. Le guide est développé en mettant l'accent sur les grandes entreprises multinationales, mais les petites et moyennes entreprises telles que le Groupe AFFLELOU sont également encouragées à l'utiliser comme source d'inspiration.



LE COMITÉ
EXÉCUTIF
ESPAGNOL AINSI
QUE LE CONSEIL
D'ADMINISTRATION
DU GROUPE ONT
ÉTÉ FORMÉS AUX
CONCEPTS LIÉS AU
DÉVELOPPEMENT
DURABLE ET AUX
OBJECTIFS DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE (ODD)
EN 2020.

Des sessions de formation ont été dispensées en 2021 aux employés et franchisés en Espagne.

La consultation effectuée par ALAIN AFFLELOU España en 2020 comprenait une question spécifique visant à identifier les attentes des parties prenantes consultées sur les ODD auxquelles elles aimeraient que le Groupe AFFLELOU contribue. Les résultats montrent que les employés, les franchisés et les clients s'attendent à ce que le Groupe contribue davantage aux objectifs suivants :

- Nº 3 Bonne santé et bien-être,
- Nº 8 Travail décent et croissance économique,
- Nº 12 Consommation et production responsables.

Une analyse du marché a également été réalisée pour déterminer quels ODD sont les plus pris en compte par les acteurs du secteur du Groupe AFFLELOU. Une analyse du cycle de vie des activités de l'entité espagnole d'AFFLELOU a enfin été réalisée (approvisionnement en matières premières, fabrication des produits, fin de vie des produits et services offerts dans les magasins) afin de cartographier les impacts négatifs et positifs majeurs dans l'ensemble de la chaîne de valeur.

Sur la base de ce travail, le Comité exécutif espagnol a validé les **3 objectifs de développement durable prioritaires** suivants auxquels le Groupe contribue davantage à travers ses activités dans l'ensemble de sa chaîne de valeur :



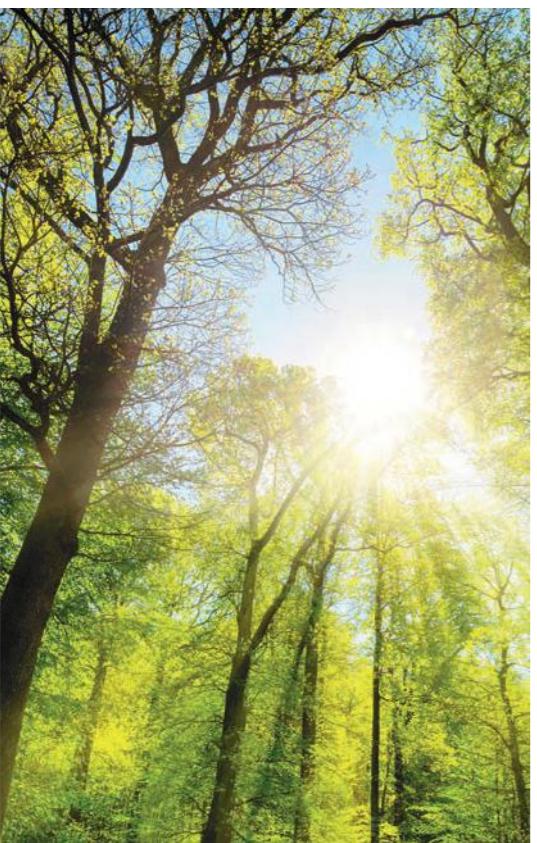
ALAIN AFFLELOU España travaille actuellement à la définition d'objectifs de développement durable spécifiques, mesurables et limités dans le temps dans chacun des ODD prioritaires, dans le but d'apporter des contributions positives aux ODD ainsi que de réduire les impacts négatifs actuels et potentiels. Le Groupe prévoit d'approuver ces objectifs en 2021.



En 2020, le réseau espagnol du Pacte mondial, en collaboration avec le secrétaire d'État pour l'Agenda 2030, en vertu de l'Agenda du ministère espagnol des Droits sociaux et de l'Agenda 2030, ont mené un processus de consultation complet auprès du secteur d'activité espagnol dans le but de contribuer à la Stratégie de développement durable 2030 suivante.

Il s'agira du cadre d'action au cours des 10 prochaines années pour la mise en œuvre des Objectifs de développement durable (ODD) de l'Agenda 2030 des Nations Unies en Espagne. ALAIN AFFLELOU España a participé activement aux différents ateliers de ce processus. En 2020, le réseau espagnol du Pacte mondial a ainsi produit un rapport de conclusions qui compile les principales contributions du secteur d'activité espagnol à la Stratégie de développement durable 2030 et analyse également l'état d'avancement de la mise en œuvre de l'Agenda 2030 parmi les entreprises du pays.

Le 2 mars 2021, le Conseil des ministres d'Espagne a approuvé les directives générales de la Stratégie de développement durable, un document qui présente les bases de la stratégie future, qui sera approuvée dans les mois à venir. La Stratégie de développement durable sera l'outil du gouvernement espagnol pour s'assurer que l'Espagne respecte l'Agenda 2030.





SIGNATAIRE DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

Le Pacte mondial des Nations Unies (Le Global Compact) est une initiative volontaire encourageant les entreprises du monde entier à adopter des politiques et des pratiques plus durables et socialement responsables, ainsi qu'à rendre compte de leur mise en œuvre par le biais d'un rapport de Communication sur le progrès (Communication on Progress, COP) annuel.



Le Pacte mondial des Nations Unies forme un cadre basé sur des principes pour les entreprises, énonçant les dix principes suivants dans les domaines des droits de l'homme, du travail, de la lutte contre la corruption et de l'environnement :

N° 1 Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme.

N° 2 Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'homme.

N° 3 Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.

N° 4 Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.

N° 5 Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants.

N° 6 Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.

N° 7 Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement.

N° 8 Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.

N° 9 Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

N° 10 Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

Les dix principes sont dérivés de la Déclaration universelle des droits de l'homme, de la *Déclaration de l'Organisation internationale du travail relative aux principes et droits fondamentaux au travail*, de la *Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement*, et de la *Convention des Nations Unies contre la corruption*. En incorporant les dix principes à leurs stratégies, politiques et procédures, ainsi qu'en établissant une culture d'intégrité, les entreprises signataires assument leurs responsabilités envers les populations et la planète avec une vision à long terme et s'efforcent de construire des partenariats pour soutenir les objectifs de l'ONU.

ALAIN AFFLELOU ESPAÑA A SIGNÉ LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES EN MAI 2020. L'ENTITÉ PUBLIERA SON PREMIER RAPPORT COP PLUS TARD AU COURS DE L'ANNÉE 2021. EN REJOIGNANT LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA S'ENGAGE ÉGALEMENT À INTÉGRER LES ODD DANS LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE.

AUTRES ADHÉSIONS ET PARTENARIATS

ENGAGEMENT À L'OCCASION DU 75^E ANNIVERSAIRE DE L'ONU



Le 75^e anniversaire des Nations Unies intervient à un moment de perturbations sans précédent et de transformation mondiale, rappelant fortement que la coopération internationale doit être mobilisée au-delà des frontières, des secteurs et des générations pour s'adapter à l'évolution des circonstances.

Dans le cadre des commémorations officielles de l'UN75, plus de 1 000 PDG d'entreprise de plus de 100 pays ont montré leur soutien aux Nations Unies et au multilatéralisme inclusif en signant une ambitieuse Déclaration pour une coopération mondiale renouvelée.

La Déclaration comprend les signatures de certaines des plus grandes sociétés au monde, ainsi que de centaines de sociétés de toutes tailles et de tous secteurs signataires du Pacte mondial des Nations Unies. 17 % des 183 signataires sont des sociétés espagnoles, faisant de l'Espagne le premier pays en termes de PDG adhérent à la déclaration. ALAIN AFFLELOU España est fier d'être l'un des signataires espagnols de la Déclaration des chefs d'entreprise pour la coopération mondiale renouvelée.



PARTENARIATS AVEC LES SPHÈRES DE RECHERCHE ET ACADEMIQUES

En Espagne, le Groupe AFFLELOU est également impliqué dans les partenariats et adhésions suivants :

- Administrateur de l'Université de Terrassa (Espagne), avec une contribution financière annuelle et une participation active aux projets pour le développement de la profession d'opticien ;
- Participant au projet de recherche mené par l'Université européenne de Madrid en 2018 sur la prévalence des troubles de la réfraction chez les enfants âgés de 5 à 7 ans. Les données des magasins AFFLELOU espagnols ont été recueillies afin de mieux comprendre ce problème et les impacts de l'utilisation des appareils électroniques

sur les enfants. Sur la base d'un échantillon de 3 541 enfants, cette étude montre en particulier que la myopie tend à s'accentuer à mesure que l'enfant grandit et est liée à l'utilisation abusive d'appareils numériques. La participation à ce projet a également entraîné la publication de deux articles dans des revues internationales indexées et de plusieurs communications lors de conférences.

- Le Groupe participe avec Mark 'ennovy et l'Université Complutense de Madrid au projet European Young Eye (EYE) qui a été financé par la Commission européenne dans le cadre du programme HORIZON 2020. Dans le cadre de ce projet, cinq chercheurs réaliseront leur thèse de doctorat en travaillant sur de nouvelles solutions pour compenser la presbytie avec des lentilles de contact. Le Groupe propose en particulier des cours de formation spécialisés et organise des détachements dans les magasins du réseau, ainsi qu'une collaboration avec l'Université Complutense de Madrid sur la gestion de projet des outils technologiques.
- En 2021, ALAIN AFFLELOU España collaborera également avec l'Université internationale de La Rioja (UNIR) dans le cadre d'un tutorat pour un diplôme dédié à l'optique.



PARTICIPATION À DES GROUPES DE TRAVAIL

En Espagne, ALAIN AFFLELOU España est membre du groupe de travail RSE de la Chambre de commerce et d'industrie française (CCI), dont l'objectif est de faciliter le développement de solutions commerciales qui répondent aux défis environnementaux et sociaux.

ALAIN AFFLELOU España participe également au programme SDG Ambition, une initiative menée par le Pacte mondial des Nations Unies qui vise à mettre au défi et à soutenir les entreprises dans la définition d'objectifs d'entreprise ambitieux et l'accélération de l'intégration des Objectifs de développement durable (ODD) dans la gestion des activités principales.

ALAIN AFFLELOU España participera en juin 2021 au programme Climate Ambition Accelerator (Accélérateur de transition écologique) mené par le Pacte mondial des Nations Unies pour fixer des objectifs scientifiques de réduction des émissions afin d'atteindre l'objectif de zéro émission nette d'ici 2050.

La personne responsable de l'intégration de l'Agenda 2030 chez ALAIN AFFLELOU España participe au programme de mentorat de haut niveau développé par l'Association espagnole des directeurs de la responsabilité sociale (DIRSE), en collaboration avec la Fondation EY et la Fondation SERES, dans lequel, guidée par un responsable RSE senior, elle développera le plan stratégique pour la responsabilité sociale d'entreprise et le développement durable d'ALAIN AFFLELOU España.

3

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE ET LE BIEN-ÊTRE DE NOS CLIENTS



Grâce à nos activités, nous nous efforçons de servir les franchisés au sein du réseau et les clients finaux des produits et services en magasin de la meilleure manière possible. Nous écoutons attentivement et activement nos clients pour savoir comment nous pouvons mieux les aider, en tant qu'opticiens et acousticiens, et en tant qu'experts du secteur. Nous nous engageons à aider les clients à retrouver leur bien-être, en les accompagnant tout au long de leur parcours vers une meilleure santé. Notre promesse est de leur permettre de voir et entendre mieux.

LA PRIORITÉ DU GROUPE AFFLELOU EST DE GARANTIR LA SÉCURITÉ ET LA QUALITÉ DES PRODUITS, EN CONTRIBUANT ÉGALEMENT À LA SANTÉ ET AU CONFORT DES CLIENTS. NOUS VISONS ÉGALEMENT À FACILITER L'ACCÈS AUX PRODUITS ET SERVICES, EN PARTICULIER EN OFFRANT :



Un prix abordable et des formules de paiement faciles



Un programme de multipropriété avec des offres commerciales spécifiques



Sensibilisation et conseils professionnels

DES PRODUITS SÛRS ET DE QUALITÉ

La sécurité et la qualité des produits sont une priorité pour le Groupe AFFLELOU et sont essentielles pour garantir la santé et la sécurité des clients finaux. Le Groupe AFFLELOU a mis en place un système de gestion de la sécurité et de la qualité dédié, comprenant plusieurs exigences et processus à toutes les étapes du développement, de la production et du cycle de vie des produits, garantissant ainsi la qualité des dispositifs médicaux vendus par le Groupe.

Une surveillance réglementaire proactive est en place, permettant au Groupe de garantir la conformité de ses produits, en particulier avec le marquage CE. Tous les nouveaux produits et processus sont approuvés par le service qualité du Groupe avant leur lancement. Les commandes sont également vérifiées par les équipes en magasin pour contrôler la qualité des produits reçus avant de les proposer aux clients. Des contrôles sont effectués régulièrement auprès d'un laboratoire indépendant afin de vérifier la qualité de fabrication.





Comme indiqué ci-dessous, Alain Afflelou est classé numéro un, en notoriété spontanée ou en notoriété assistée en France.

EXPÉRIENCE ET SATISFACTION DU CLIENT FINAL

Nous plaçons la satisfaction des clients finaux au cœur de nos priorités. L'engagement du Groupe dans l'amélioration constante du parcours et de l'expérience client est fondamental et renforce notre expertise et notre savoir-faire au quotidien. Le fer de lance de la marque est avant tout le bien-être de ses clients, d'autant plus que notre principal domaine d'expertise est la santé visuelle et auditive. Il est essentiel de toujours savoir comment établir une relation de proximité, parfois d'intimité, avec chacun de nos clients afin de répondre à leurs besoins et attentes.

Un service clientèle dédié est en place au niveau du Groupe, comprenant six conseillers et deux opticiens professionnels, chargés de gérer les relations avec les clients finaux en dehors du magasin après la vente (par ex., informations, service après-vente, réclamations, etc.).

Pour les produits d'optique, le Groupe AFFLELOU demande aux magasins franchisés et aux succursales de recueillir les commentaires des clients finaux afin de déterminer le Net Promoter Score (NPS), qui mesure l'expérience d'achat et la proportion de clients qui recommanderaient la marque AFFLELOU. Le NPS fait l'objet d'un suivi en France et en Espagne, tant au niveau du magasin que du Groupe.

NET PROMOTER SCORE (NPS) Clients finaux - Produits d'optique	Unité	2019	2020
FRANCE	Points	60	65
ESPAGNE	Points	73.0*	77.0

* Le score NPS a été lancé en juin 2019 en Espagne. La valeur 2019 correspond donc à 6 mois de l'année 2019.

En France et en Espagne, des visites mystères sont organisées deux fois par an dans des magasins franchisés et succursales, avec l'aide d'un cabinet de conseil externe, afin de contrôler les normes du Groupe liées au service au client et à la gestion des relations.

Pour soutenir les magasins (succursales et franchisés) du réseau, le service client assure le suivi et la résolution de l'ensemble des plaintes, réclamations et litiges. Si nécessaire, le service agit également comme médiateur pour résoudre les problèmes soulevés par les clients. Un gestionnaire de communauté dédié du service communication aide le service client à recueillir et à gérer tous les commentaires des réseaux sociaux où le Groupe est présent.

La satisfaction des clients est au cœur de notre activité et essentielle aux enjeux futurs de notre profession. Elle est la clé du succès. Afin d'évaluer la satisfaction des clients finaux, le Groupe AFFLELOU s'appuie également sur plusieurs baromètres externes mesurant la qualité du service. Nous évaluons régulièrement la notoriété de notre marque et notre image, via des études dédiées ou impromptues. La marque ALAIN AFFLELOU se classe aux plus hauts niveaux, dans ses principales zones géographiques.

	Opinion Way	Opinion Way	Galileo	Galileo	Arcane	Arcane
	Mai 2019	Février 2020	Octobre 2020	Octobre 2019	Septembre 2020	Juillet 2018
	Enquête post-campagne	Enquête post-campagne	Enquête auprès des consommateurs	Enquête auprès des consommateurs	Enquête auprès des consommateurs	Enquête auprès des consommateurs
NOTORIÉTÉ SPONTANÉE DE PREMIER RANG (CLASSEMENT ET % DE NOTORIÉTÉ)	Nº 1 – 63 %	Nº 1 – 62 %	-	-	-	-
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE (CLASSEMENT ET % DE NOTORIÉTÉ)	Nº 1 – 91 %	Nº 1 – 91 %	Nº 1 – 88 % (parmi les porteurs de lunettes)	Nº 1 – 89 % (parmi les porteurs de lunettes)	Nº 1 – 83 % (parmi les clients potentiels)	Nº 1 – 88 % (parmi les clients potentiels)

En Espagne, Punto de Fuga classe l'enseigne Alain Afflelou au 1er rang en matière de notoriété spontanée de la marque dans une enquête menée en janvier 2021 et au cinquième rang en matière de notoriété assistée de la marque pour la même année.

En Suisse, OpinionWay classe l'enseigne Alain Afflelou au 4e rang, à la fois en termes de notoriété de marque assistée et spontanée, avec 82 % de notoriété assistée, dans une enquête menée en mars 2021, parmi un échantillon représentatif de la population francophone.

En Belgique, OpinionWay classe l'enseigne Alain Afflelou au 2e rang en termes de notoriété de marque assistée et spontanée, avec 86 % de notoriété assistée, en Wallonie dans une enquête menée en mars 2021. La majorité de nos magasins en Belgique sont situés dans cette région.

Enfin, comme indiqué ci-dessous, Alain Afflelou Acousticien en France se classe comme leader parmi les spécialistes des prothèses auditives en France, en notoriété spontanée ou assistée.

	Opinion Way	Arcane	Arcane	Arcane
	Sep-tembre 2020	2013	2016	Février 2019
NOTORIÉTÉ SPONTANÉE DE PREMIER RANG (CLASSEMENT ET % DE NOTORIÉTÉ)	Nº 2 – 31 %	Nº 2 – 16 %	Nº 1 – 24 %	Nº 1 – 36 %
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE (CLASSEMENT ET % DE NOTORIÉTÉ)	Nº 3 – 58 %	Nº 2 – 41 %	Nº 2 – 51 %	Nº 2 – 56 %

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE ET LE BIEN-ÊTRE DE NOS CLIENTS

En 2018, la marque AFFLELOU est perçue comme une marque dynamique et moderne, fidèle à son savoir-faire et adaptée à toute la famille pour 88 % des Français interrogés⁴. En 2018, le groupe AFFLELOU est également la marque préférée des familles françaises dans la catégorie « Opticiens pour enfants ». En 2020, ALAIN AFFLELOU OPTICIEN a reçu le prix du service client de l'année en France.

En France, l'étude française annuelle « Service client de l'année » (BVA) évalue la qualité globale du service client en tenant compte de plusieurs paramètres tels que le taux de réponse et la qualité des commentaires fournis par le service client. En 2021, le Groupe AFFLELOU a reçu pour la 6^e année consécutive le prix du « Service client de l'année » dans la catégorie « Opticien ».



RELATIONS AVEC LES FRANCHISÉS ET PROGRAMMES DÉDIÉS

PROXIMITÉ AVEC NOS PARTENAIRES

Les franchisés étant les partenaires commerciaux clés du Groupe AFFLELOU, nous nous efforçons d'établir des relations de proximité et de confiance avec eux dès le début de notre collaboration. Nous visons à être disponibles, à fournir des informations fiables et à fournir un soutien utile à chaque étape.

Les relations avec les franchisés sont gérées quotidiennement par des équipes opérationnelles dédiées dans chaque pays où le réseau de franchises est déployé. Au niveau du groupe, le directeur du réseau de franchises des magasins et des succursales gère l'approche de gestion mondiale. En France, une équipe de 18 personnes, dont 12 délégués supervisés par 3 responsables de zone et un responsable du merchandising, est responsable de l'ouverture, de la fermeture et de la rénovation des magasins.

Afin de soutenir davantage les franchisés dans leurs activités et de recueillir leurs commentaires, des questionnaires sont envoyés régulièrement pour recueillir leur perception des actions commerciales entreprises par le Groupe. En France et en Espagne, un Net Promoter Score (NPS) dédié est également mesuré pour les franchisés, ce qui permet au Groupe d'évaluer leur satisfaction concernant l'intégration dans le réseau et le soutien complet du Groupe.

Des journées d'intégration sont organisées pour chaque nouveau franchisé entrant dans le réseau AFFLELOU. Le parcours d'intégration comprend en particulier des réunions avec chaque département avec lequel le franchisé aura une relation, afin d'entrer en contact avec les équipes, de mieux comprendre leurs rôles et de connaître les principaux interlocuteurs.

Le parcours d'intégration comprend en particulier des réunions avec chaque département avec lequel le franchisé aura une relation, afin d'entrer en contact avec les équipes, de mieux comprendre leurs rôles et de connaître les principaux interlocuteurs.

PROGRAMME D'ENTREPRENEURIAT ADELANTE

Nous avons souvent rencontré d'excellents professionnels qui aiment la marque AFFLELOU et connaissent parfaitement les produits, mais qui, parfois, pour des raisons économiques, ne peuvent pas établir leur propre structure. Le Groupe a donc choisi de les aider à développer leur activité.

Créé à l'origine en 2013 pour les franchisés espagnols étendu en 2017 à la France, le programme ADELANTE offre une assistance financière aux futurs jeunes franchisés (sans garanties préalables ni frais de procédure). En plus de cette aide financière, le franchisé bénéficie d'un parcours de soutien sur mesure avec un mentor dédié afin d'aider les jeunes entrepreneurs à gérer sereinement leur activité.

Avec ce programme, le groupe AFFLELOU a l'intention d'éliminer l'obstacle du financement et de capitaliser sur les talents de la jeune génération. Depuis sa création, de nombreux jeunes opticiens ont bénéficié de ce programme : entre 2013 et 2021, 108 projets ont été soutenus en Espagne et près de 40 en France.

PLUS DE 108 PROJETS SOUTENUS EN ESPAGNE, ET PLUS DE 40 EN FRANCE



MESURES DE SOUTIEN LIÉES À LA CRISE SANITAIRE

Afin de faire face à la crise sanitaire de la COVID-19, le Groupe AFFLELOU soutient ses équipes pour adapter les pratiques en magasin afin de garantir la sécurité des équipes et des clients. Tout d'abord, des protocoles sanitaires ont été développés par le Groupe, puis distribués à tous les magasins détenus et franchisés et appliqués à tous les points de vente encore ouverts.

Face à la fermeture de nos points de vente, nous avons redéfini nos processus de travail, notre schéma organisationnel et nos pratiques en magasin afin de nous adapter aux nouveaux scénarios. La dématérialisation des processus administratifs, tels que la signature électronique et la numérisation des documents papier, nous a permis d'adapter les pratiques et les tâches dans le magasin. Par exemple, la réservation de rendez-vous en ligne et l'assistance à distance permettent à nos clients de continuer à bénéficier des produits et services fournis par nos équipes.

Face à l'évolution des habitudes d'achat et de consommation, nous encourageons le développement de nouvelles compétences au sein de nos équipes et chez nos partenaires pour nous adapter à ces nouvelles demandes. Les heures de formation ont été maintenues et prolongées pendant la pandémie (en particulier par le biais d'apprentissages en ligne), et des sessions spécifiques ont été fournies pour renforcer les compétences numériques.

Pendant la pandémie, nos franchisés ont fait face à un contexte économique difficile, en particulier lorsque des fermetures obligatoires ont été décrétées. Le Groupe AFFLELOU a soutenu ses partenaires pour adapter les pratiques en magasin afin de garantir la sécurité des clients et la résilience du réseau. Nous fournissons à nos franchisés des informations et des formations sur les différents aspects liés à l'urgence sanitaire et les adaptations nécessaires en magasin (par ex. règles de nettoyage, nouvelles pratiques dans les magasins, attitudes et communication avec les clients, etc.). Nos équipes les soutiennent pendant les périodes de fermeture et de réouverture (par ex. règles de fermeture, communication aux équipes et aux clients, déploiement du chômage partiel, etc.).

Nous soutenons nos franchisés et nos magasins détenus à tous les niveaux, y compris financiers et juridiques, afin de les aider pendant la pandémie et d'être à leurs côtés autant que possible. Un soutien hebdomadaire leur a été fourni par le biais d'une ligne d'assistance téléphonique dédiée et une vigilance accrue est déployée pour les situations plus complexes et/ou personnes présentant des difficultés plus importantes.



FACILITER L'ACCÈS AUX PRODUITS ET SERVICES

Parce que tout le monde a le droit de bien voir et de bien entendre, la mission du Groupe AFFLELOU est d'améliorer l'accessibilité financière ainsi que de faciliter l'accès aux produits et services qui améliorent la santé visuelle et auditive des personnes. Nos équipes continuent à se réinventer chaque jour et à chercher de nouvelles façons d'améliorer davantage votre bien-être et votre confort, d'une manière financièrement accessible.

MODÈLE DE MULTIPROPRIÉTÉ



Au début des années 1990, les tendances montraient que beaucoup de gens désiraient avoir une deuxième paire de lunettes, mais le prix restait un obstacle majeur pour la majorité d'entre eux. Dans le cadre de sa mission visant à faciliter l'accès aux produits d'optique, le Groupe AFFLELOU a lancé l'offre innovante TCHIN TCHIN en 1999.

Pour 1 € de plus, les clients ont accès à une deuxième paire de lunettes de qualité. Disposer d'une deuxième paire de secours est très utile pour tous nos clients et crucial pour les personnes souffrant de troubles de la vision importants.

L'offre de la deuxième paire de secours est désormais disponible pour les lunettes de vue, les lunettes de soleil ainsi que les appareils auditifs. Disposer d'une paire de secours, pour des problèmes visuels et/ou auditifs, à un prix bas et accessible, constitue une véritable sécurité pour nos clients, garantissant leur tranquillité d'esprit et améliorant leur bien-être quotidien.

Soutenue par de nombreuses campagnes publicitaires pour une large diffusion, cette offre facultative est proposée à tous nos clients dans tous les magasins AFFLELOU. Aujourd'hui, plus de 1,7 million de personnes profitent de l'offre TCHIN TCHIN chaque année.

PLUS DE 1,7 MILLIONS DE PERSONNES PROFITENT DE L'OFFRE TCHIN TCHIN CHAQUE ANNÉE



PRIX ABORDABLE



Nous savons que le coût des lunettes peut rester une barrière au renouvellement de l'équipement optique. Le Groupe AFFLELOU souhaite faciliter l'acquisition de dispositifs optiques grâce à des systèmes de paiement adaptés avec son offre NEXTYEAR®.

Depuis 2009, l'offre NEXTYEAR® permet à tous les consommateurs de payer leur appareil un an après son acquisition, ou en 12 paiements sur 1 an, via un crédit à la consommation simplifié sans intérêts ni frais d'administration. Ce système de paiement est désormais disponible pour les lunettes de vue, les lunettes de soleil, les lentilles de contact, les appareils auditifs ainsi que pour tous les produits d'entretien.

Nous avons observé que le panier moyen d'équipements optiques avec NEXTYEAR® est presque 50 % plus élevé que le panier moyen historique.

PLUS DE 1 MILLION DE PERSONNES ONT BÉNÉFICIÉ DE L'OFFRE NEXTYEAR® EN 2020

PLUS DE 50 MILLIONS € DE PRODUITS VENDUS AVEC L'OFFRE NEXTYEAR® EN 2020

1/5 DES VENTES DE 2020 AVEC NEXTYEAR® EN ESPAGNE

RENOUVELLEMENT ET REMPLACEMENT



Grâce à son offre KID COOL, le Groupe AFFLELOU propose également aux parents d'obtenir le remplacement gratuit des lunettes pour leur enfant (âgé de moins de 12 ans) en cas de casse, de perte ou de vol dans l'année suivant l'acquisition. En Espagne, le Groupe s'engage à changer les lentilles des enfants de moins de 12 ans aussi souvent que nécessaire, gratuitement, pour les changements de prescription au cours des 12 mois suivant l'achat.

En ce qui concerne le segment des produits auditifs, l'offre ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN comprend un essai gratuit de 30 jours à domicile avant l'achat de l'équipement, afin d'aider les personnes à trouver l'aide auditive qui leur convient le mieux. Pendant la période d'essai, le client peut rencontrer l'audioprothésiste plusieurs fois afin de recevoir des conseils et d'ajuster l'appareil si nécessaire.

Nous continuons également à vous offrir nos services gratuitement pendant la période de garantie de vos aides auditives. Pendant quatre ans, l'audioprothésiste est disponible sur rendez-vous pour tout ajustement ou nettoyage de vos aides auditives. Entretien et suivi de vos aides auditives pour garantir la longévité de votre confort auditif.



AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE ET LE BIEN-ÊTRE DE NOS CLIENTS

TESTS ET DÉPISTAGE GRATUITS

Conformément à notre mission, nous voulons généraliser les tests optiques et auditifs. Par exemple, 10 millions de personnes de tous âges souffrent d'un problème d'audition en France. Cependant, nous savons que le dépistage est la première étape vers le traitement. C'est pourquoi nos clients peuvent bénéficier d'un test gratuit de la vision et/ou de l'audition dans tous les magasins du Groupe AFFLELOU.

Dans le cadre de l'engagement du Groupe en faveur de la prévention des troubles de l'audition, des équipes de praticiens spécialisés dans les prothèses auditives offrent des tests d'audition et un dépistage gratuits qui peuvent être effectués dans n'importe quel magasin *ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN* ou dans un magasin *ALAIN AFFLELOU OPTICIEN* disposant d'un espace dédié à l'audition.

Pour cet examen, il est possible de rencontrer un spécialiste des prothèses auditives ou d'effectuer un audiogramme directement sur un terminal spécialisé. La borne permet d'évaluer l'audition de chaque patient en testant les réactions aux sons graves et aigus. Ce simple test de 10 minutes peut être effectué tout au long de l'année, avec ou sans rendez-vous, dans les magasins équipés.

En France, après le test, et si un problème de vue et/ou d'audition est détecté, les personnes sont invitées à contacter leur médecin et à se rendre dans un centre médical pour un diagnostic plus approfondi. En Espagne, tout le monde peut accéder au diagnostic de la vue directement en magasin.



MEILLEUR ACCÈS À LA SANTÉ

En 2021, le Groupe AFFLELOU a lancé un service de télémédecine qui permet aux patients de consulter un ophtalmologue directement dans le magasin. En France, le temps moyen pour obtenir un rendez-vous avec un ophtalmologue varie entre 2 et 6 mois. Avec le service de télémédecine, les patients ont la garantie d'avoir accès à un créneau de téléconsultation et à un examen ophtalmologique quasi immédiatement sans avoir à prendre un rendez-vous spécifique. Le patient reçoit ensuite une ordonnance délivrée par l'ophtalmologue consulté, dans un espace sécurisé.

La téléconsultation est effectuée dans la salle blanche du magasin d'optique afin de respecter la confidentialité de l'examen. Le patient se connecte directement via un terminal, d'abord avec un orthoptiste, puis avec un ophtalmologue, qui pourra le voir et lui parler. Le patient est guidé au cours de l'examen. Grâce aux dispositifs contrôlés à distance, des examens de réfraction sont effectués, ainsi que des examens de dépistage, tels que des photos rétinianes, une tonométrie ou un examen complet de la chambre antérieure.

SENSIBILISATION ET CONSEILS PROFESSIONNELS

En plus de fournir des dispositifs de santé à nos clients, nous nous efforçons également de sensibiliser, en particulier parmi les nouvelles générations, à l'importance de la santé et du bien-être visuels et auditifs. Nous pensons que la prévention est une étape clé pour les clients qui souhaitent s'occuper de leur vue et de leur audition.

Nos équipes sont composées de professionnels de santé qualifiés, de référents dans les dispositifs optiques et les prothèses auditives, qui travaillent pour traiter les problèmes de vue et/ou de perte auditive du client. Nous nous engageons à aider les gens à retrouver leur bien-être, en les accompagnant tout au long de leur parcours vers une meilleure santé. Nous écoutons nos clients, nous les conseillons et nous nous rendons disponibles dans tous nos magasins. Dans ce contexte, nos équipes fournissent toujours des conseils gratuits à la demande des clients dans tous nos magasins.

La sensibilisation à la vision et à l'audition étant cruciale pour répondre davantage aux défis liés à la santé au sein de la société, nous publions de nombreuses informations et conseils sur le site web. Nous fournissons des recommandations sur la manière de prendre soin de votre vue et de protéger votre audition, ainsi que des explications faciles à comprendre sur les problèmes de vue les plus fréquents (myopie, astigmatisme, hypermétropie, presbytie) et les problèmes d'audition (par ex. presbyacousie, hyperacousie et hypoacousie, acouphènes, etc.). Les chroniques audio enregistrées par M. Alain Afflelou ainsi que de nombreuses questions fréquentes (FAQ) sont également disponibles sur le site web du Groupe. Nous voulons utiliser notre expertise pour démocratiser davantage ces sujets et aider les clients à prendre soin de leur santé.

Des opérations spécifiques de sensibilisation et de prévention sur le terrain sont également menées par le Groupe AFFLELOU d'une année sur l'autre.



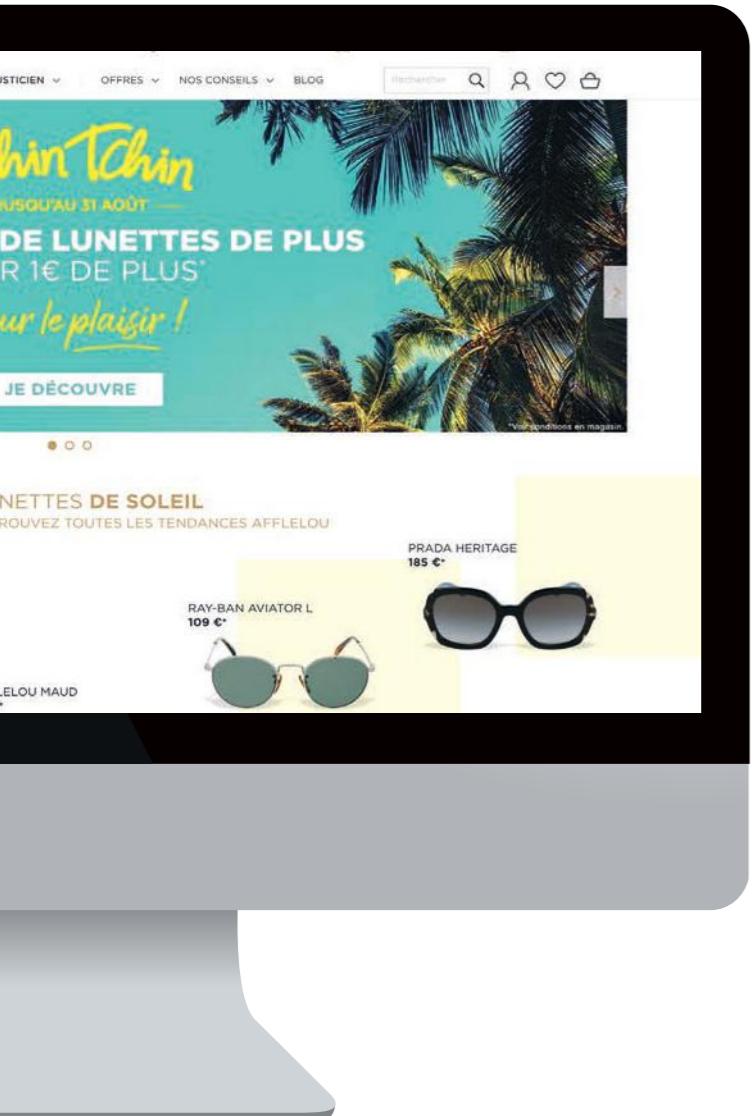
PAR EXEMPLE, DES BOUCHONS D'OREILLES GRATUITS ONT ÉTÉ DISTRIBUÉS PENDANT LA PÉRIODE ESTIVALE 2018 AUX CLIENTS DES MAGASINS D'OPTIQUE ET D'AUDITION EN FRANCE, POUR LES AIDER À PROFITER PLEINEMENT DES CONCERTS ET DES SPECTACLES ESTIVALS SANS RISQUE DE SURDITÉ.

ACCESSIBILITÉ POUR LES PERSONNES HANDICAPÉES

Conformément aux réglementations applicables, tous nos magasins sont conçus pour être accessibles aux personnes handicapées. Les normes d'accessibilité doivent permettre aux personnes handicapées de se déplacer avec la plus grande indépendance possible, d'accéder aux locaux et à l'équipement, d'utiliser l'équipement et les services, de trouver leur chemin et de communiquer. L'accessibilité concerne tous les types de handicaps (par ex. moteur, visuel, auditif, mental, etc.).

Soucieux de développer l'accessibilité de son service client, le Groupe AFFLELOU travaille depuis 2019 avec un centre spécialisé dans les relations client (DEAFI) adapté aux personnes sourdes et malentendantes, afin d'être aussi proche que possible de leurs besoins. Le Groupe AFFLELOU est la première société d'optique à proposer un outil adapté comme celui-ci, afin de fournir le meilleur service client possible. Ce service sera accessible en langue des signes française, en langue parlée complète, à partir d'un chat accessible et d'une transcription écrite simultanée. Il mobilisera une équipe de conseillers vidéo et d'interprètes en français/langue des signes française, qui ont été formés aux spécificités du Groupe et de ses clients, et qui répondront à tous les clients sourds et malentendants.

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE ET LE BIEN-ÊTRE DE NOS CLIENTS



NUMÉRISATION DES PROCESSUS ET DES SERVICES

En 2018, le Groupe AFFLELOU a lancé un plan de transformation numérique de ses propres opérations, processus en magasin et expérience liée au client final. La numérisation des services et des conseils professionnels permet d'y accéder plus facilement et est un pas de plus vers leur démocratisation.

DÉMATÉRIALISATION DU POINT DE VENTE

Le site web d'AFFLELOU est accessible dans quatre langues avec un accès 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Le commerce électronique est particulièrement utilisé par nos clients finaux pour les lunettes de soleil, les lunettes de lecture, les lentilles de contact et d'autres produits qui ne nécessitent pas d'ordonnance médicale.

La dématérialisation des processus administratifs, tels que la signature électronique et la numérisation des documents papier, est en place en Espagne et en France.

NUMÉRISATION DU PARCOURS CLIENT

Un système de prise de rendez-vous en ligne avec un spécialiste des yeux et de l'audition en ligne est également disponible pour toutes les succursales et les magasins franchisés.

Les clients peuvent également accéder à un essayage virtuel des lunettes, ce qui leur permet d'essayer leur sélection directement chez eux, de demander l'avis de leurs amis, de trouver des modèles qu'ils ne trouvent peut-être pas dans leur magasin le plus proche et de gagner du temps lors de leur prochaine visite en magasin. L'essayage virtuel peut être effectué en ligne via le site web du Groupe AFFLELOU, mais également grâce à des écrans numériques dédiés présents dans 150 magasins.



CONFIDENTIALITÉ ET PROTECTION DES DONNÉES

La confidentialité et la protection des données sont une question essentielle pour le Groupe AFFLELOU, qui s'assure en permanence que les données relatives à la santé sont traitées et exploitées au niveau du magasin.

Les entités du franchiseur n'ont toutefois pas d'accès direct aux informations de santé et autres données personnelles du client.

Les données et les systèmes d'information sont gérés globalement par la Direction des systèmes d'information (DSI) de l'entreprise au sein du Groupe AFFLELOU.

Depuis mai 2018, le Groupe a renforcé ses systèmes et procédures de confidentialité et de protection des données, conformément au Règlement général sur la protection des données (RGPD).

RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD)

Conçu pour adapter et moderniser le cadre juridique, le RGPD est le cadre de référence pour la protection des données au niveau européen, visant à donner aux citoyens le contrôle de leurs données personnelles tout en simplifiant l'environnement réglementaire pour les entreprises. Applicable au traitement des données à caractère personnel (qu'il soit automatisé ou non), l'objectif du RGPD est de renforcer le cadre des pratiques concernant la collecte et l'utilisation des données à caractère personnel. Les données à caractère personnel sont toutes les informations relatives à une personne physique identifiée ou identifiable. Une personne peut être identifiée par référence à un identifiant, tel qu'un nom, une adresse e-mail, un numéro d'identité, des données de localisation, un identifiant en ligne, ou un ou plusieurs facteurs spécifiques à son identité physique, physiologique, génétique, mentale, économique, culturelle ou sociale.

Conformément aux exigences du RGPD, plusieurs Délégués à la protection des données (DPD) chargés de la protection des données à caractère personnel ont été nommés pour couvrir tous les pays où le Groupe exerce ses activités. Une unité de gestion de la protection des données a été constituée et rassemble les DPD, un expert juridique interne spécialisé dans les questions liées au RGPD, le département DSI interne, et bénéficie de l'aide de consultants externes si nécessaire. Cette unité de gestion est principalement responsable de la définition et de la mise en œuvre des procédures internes à suivre (par ex. règles de gestion, protocoles, assurance, déclarations obligatoires, etc.). Un Comité RGPD interne a également été nommé, il est constitué de membres du département juridique et du département DSI interne du Groupe, et est chargé du suivi des procédures, pratiques et travaux en cours liés au RGPD au sein du Groupe. Le DPD local, ainsi que le directeur local des ressources humaines, sont identifiés comme les principaux interlocuteurs sur ces sujets.

Une présentation systématique de la réglementation RGPD et de ses applications opérationnelles au sein du Groupe est effectuée pour tous les nouveaux arrivants au sein des équipes du franchiseur d'entreprise et/ou des succursales. Une Charte informatique dédiée à l'utilisation des outils informatiques a été déployée, ainsi qu'une Foire aux questions (FAQ) complète sur les sujets liés au RGPD (par ex., transfert interne des fichiers clients, etc.).

Une boîte à outils dédiée est fournie aux départements internes concernés, permettant aux équipes d'identifier leur exposition et les domaines de risque potentiels associés concernant la collecte et le traitement des données personnelles. La boîte à outils comprend également les bonnes pratiques liées aux exigences du RGPD, à la confidentialité et à la protection des données ainsi qu'à la sécurité informatique.

Une importante campagne d'information et de sensibilisation est menée dans l'ensemble des équipes internes et du réseau depuis 2018. Des formations dédiées (en classe et en ligne) ont également été dispensées au sein du Groupe, et plusieurs modules supplémentaires ont été davantage ciblés sur les équipes et les départements identifiés comme potentiellement plus concernés.

Le modèle de contrat de franchise, qui constitue la base des relations d'AFFLELOU avec ses franchisés, a été enrichi pour répondre aux exigences du RGPD. Le consentement de tous les clients à la collecte et à l'utilisation de leurs données à caractère personnel est systématiquement demandé au niveau du magasin. Le consentement du client est fourni et validé via le système de signature électronique mis en œuvre au niveau du Groupe. Une clause spécifique du RGPD est également désormais systématiquement incluse dans les contrats avec les fournisseurs.

CYBERSÉCURITÉ

Grâce à ses activités et à la numérisation croissante de ses processus et services, le Groupe AFFLELOU peut être exposé à des cyberattaques ciblant ses systèmes et informations internes, ainsi que les données des clients. Depuis plusieurs années, la DSI du Groupe a renforcé ses systèmes informatiques internes et travaille avec des consultants et experts spécialisés externes pour renforcer ses protections et garanties (par ex. audits de sécurité, procédure de lutte contre la fraude, etc.).

Des notes d'information sur les cyberattaques et le hameçonnage sont distribuées aux employés afin d'améliorer la prévention interne sur ces sujets. Des sessions régulières de sensibilisation sont également organisées pour discuter plus en détail de sujets spécifiques en interne.



4

GÉRER LA CHAÎNE LOGISTIQUE ET L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES PRODUITS



12 CONSUMMATION
ET PRODUCTION
RESPONSABLES



8 TRAVAIL DÉCENT
ET CROISANCE
ÉCONOMIQUE

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de gérer sa chaîne logistique tant sur le plan éthique que social, et de réduire les impacts environnementaux de ses pratiques d'approvisionnement. Grâce à ses relations contractuelles avec ses fournisseurs et fabricants, le Groupe AFFLELOU vise à travailler sur l'éco-conception et à intégrer les principes de l'économie circulaire dans la conception, le développement et le cycle de vie des produits.

Dans ce contexte, deux domaines principaux doivent être pris en compte : l'approvisionnement des succursales et des franchisés pour les produits vendus en magasin, et les achats effectués pour les besoins des équipes de l'entreprise et du réseau (par ex. électricité, papier, consommables, etc.). Étant donné que cela représente la majeure partie de l'empreinte globale de la chaîne logistique d'AFFLELOU, les initiatives menées par le Groupe ciblent en priorité les pratiques d'approvisionnement des succursales et des franchisés pour les produits vendus en magasin.



PLUS DE 2,7
MILLIONS DE MONTURES ET LUNETTES
DE SOLEIL VENDUES EN 2021

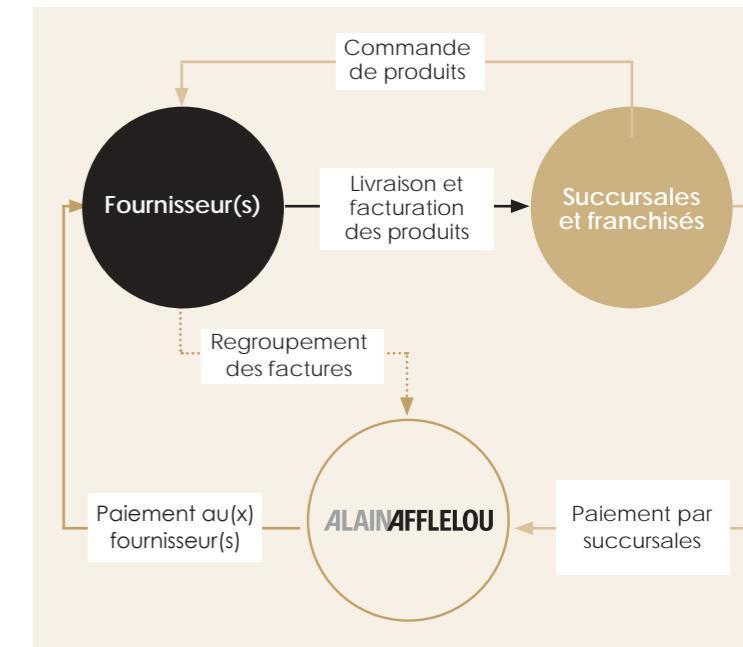
PLUS DE 600
RÉFÉRENCES ~250 UGS DANS LES
MAGASINS À TOUT MOMENT

PRÉSENTATION DU MODÈLE D'ACHAT CENTRAL

SYSTÈME DE RÉFÉRENCEMENT CENTRAL

Afin de faciliter le mécanisme d'approvisionnement et d'achat pour ses magasins et franchisés, le Groupe AFFLELOU a développé un circuit interne de référencement et de paiement. Les fournisseurs sont référencés par le biais d'un accord de référencement spécifique avec l'entité du franchiseur gérant le dispositif de référencement central d'AFFLELOU. Le service d'approvisionnement et de référencement des fournisseurs dédié du Groupe est responsable du référencement des fournisseurs, de l'établissement des conditions d'approvisionnement et de la négociation des contrats d'approvisionnement.

Les succursales et les franchisés doivent uniquement travailler avec les fournisseurs et prestataires référencés et passer commande auprès d'eux. Les magasins détenus et les franchisés adressent leur commande de produits directement au fournisseur, répertorié dans le système de référencement central. Le fournisseur envoie les produits et la facture directement à la succursale ou au franchisé. Chaque mois, le fournisseur fournit un relevé de toutes les factures au Groupe AFFLELOU, qui paie directement les fournisseurs. Avec cette relation tripartite et ce cadre mondial, le Groupe AFFLELOU garantit la qualité des produits et les conditions d'approvisionnement (par ex. service après-vente, conditions financières, etc.) à son réseau en agissant en tant qu'intermédiaire. Le système de référencement central est établi pour les produits sans marque (principalement) et les produits de marque ALAIN AFFLELOU.



La majorité des fournisseurs et fabricants avec lesquels nous travaillons sont nos partenaires de longue date. Étant donné qu'il n'y a pas de renouvellement significatif du panel de fournisseurs tout au long de l'année, nous avons établi des relations à long terme et fiables avec eux. Le Groupe AFFLELOU travaille en étroite collaboration avec ses partenaires sur la conception, le développement et la fabrication des produits.

RÔLE DE GROSSEUR POUR LES PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU

Les produits de marque ALAIN AFFLELOU sont produits par des fabricants qui travaillent de longue date pour la marque. Au nom des magasins détenus et des franchisés, le Groupe AFFLELOU achète des produits directement à ces fabricants, agissant comme un grossiste. Les produits sont stockés dans un entrepôt central avant d'être distribués dans les différents magasins du Groupe.

PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU (PRODUITS DE MARQUE AA)

En 2020, les produits de marque ALAIN AFFLELOU représentent 30 % des achats effectués par les magasins franchisés et détenus par le Groupe, et environ 25 % des volumes annuels vendus au sein du réseau.

CONCEPTION ET DÉVELOPPEMENT

Située à Genève (Suisse), la division de conception et de développement du Groupe AFFLELOU est responsable du développement de tous les produits de marque ALAIN AFFLELOU. L'équipe est composée du Directeur produits du Groupe et de cinq chefs de produit. Le Groupe travaille également sur la conception des produits avec ses fournisseurs lorsqu'ils possèdent un service de conception interne. La création des prototypes et les tests d'échantillons sont toujours effectués par les fabricants.

IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX DE LA FABRICATION DES PRODUITS DE MARQUE AA

La fabrication de produits de marque AA est entièrement sous-traitée à des fabricants exclusifs et bien établis principalement situés en Asie, avec lesquels la marque travaille depuis longtemps. Les deux principaux fabricants sont situés en Chine (pour les montures) et au Japon (pour les verres), ce qui représente plus de 4/5 de la production annuelle de la marque AA. En 2020, le parc de fabrication était composé de 40 usines.

La fabrication de produits de marque AA est encadrée par les exigences et spécifications de production, mises en œuvre par le Groupe dans le cadre des contrats commerciaux. Le fabricant

chinois possède également un Code de conduite, incluant des principes et des engagements en ce qui concerne les comportements éthiques et responsables, le respect des droits de l'homme (par ex. travail forcé, travail des enfants, discrimination, harcèlement et abus, sécurité et santé), l'établissement de conditions de travail appropriées (par ex. heures de travail, salaires et avantages, liberté d'association), ainsi que le respect de l'environnement.

Depuis début 2020, le Groupe travaille sur un logiciel permettant d'évaluer les pratiques éthiques des fournisseurs, en particulier dans le contexte du devoir de diligence requis par le processus RGPD.



UTILISATION DE MATÉRIAUX PLUS DURABLES

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de relever le défi environnemental en intégrant des matériaux plus durables dans les collections, en suivant trois axes principaux :

N° 1

MATÉRIAUX RECYCLÉS

Le PET recyclé (rPET) est une matière première fabriquée à partir de bouteilles en plastique recyclées, provenant de déchets ménagers et/ou de déchets marins récupérés par des entreprises spécialisées.

Lancée en août 2020, la collection H2O by Afflelou est la première collection de lunettes de soleil éco-responsable du Groupe. Les montures sont fabriquées à partir de bouteilles en plastique recyclées et sont dotées de verres biodégradables. L'étui est également fabriqué à partir de matériaux recyclés. Une paire est fabriquée à partir de 5 bouteilles en plastique recyclées. Le processus de recyclage des bouteilles d'eau est certifié par la norme Global Recycled Standard (GRS) 4.0.

10 000 MONTURES COMMERCIALISÉES
POUR LA COLLECTION H2O

PLUS DE 50 000 BOUTEILLES RECYCLÉES
TRANSFORMÉES EN MONTURES

50 000 ÉTUIS FABRIQUÉS À PARTIR
DE MATÉRIAUX RECYCLÉS



N° 2

MATÉRIAUX BIODÉGRADABLES



BD8 est une matière première plastique biodégradable. Tous les verres de démonstration et de présentation exposés dans les magasins sont fabriqués à partir de ce matériau biodégradable. De plus, tous les produits de marque AA sont conditionnés dans des sacs en plastique de protection biodégradables.

PLUS DE 2,5 MILLIONS DE SACS
EN PLASTIQUE BIODÉGRADABLES
(100 % DES PRODUITS DE MARQUE)

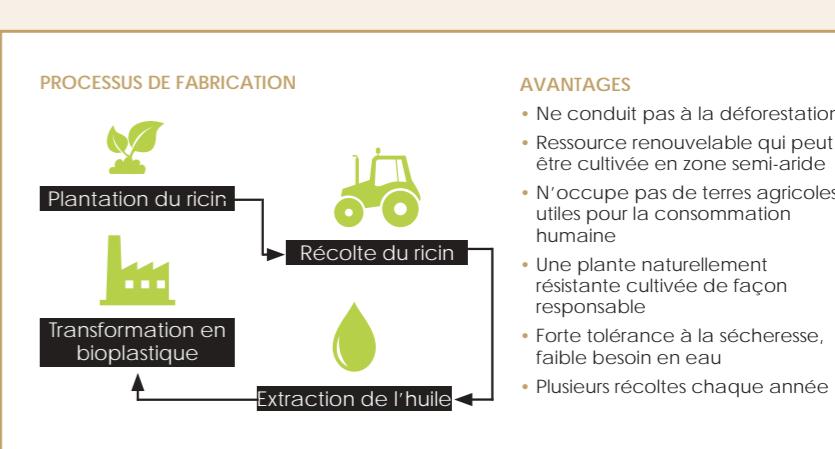
PLUS DE 13 000 MONTURES DE LUNETTES DE SOLEIL TCHIN TCHIN FABRIQUÉES EN BD8

N° 3

MATÉRIAUX NATURELS

Le G850 est une matière première végétale obtenue à partir d'huile de ricin fabriquée en France. Lancée en novembre 2020, la collection Eco-Friendly Magic intègre la matière première G850 dans ses montures et est dotée de verres biodégradables.

PLUS DE 80 000 MONTURES
COMMERCIALISÉES POUR LA
COLLECTION ECO-FRIENDLY MAGIC



AUTRES PRODUITS (PAS DE LA MARQUE)

En 2020, les produits optiques et auditifs autres que ceux de la marque représentent 70 % des achats effectués par les magasins franchisés et détenus par le Groupe, et plus de 70 % des volumes annuels vendus au sein du réseau.

Le nombre de fournisseurs référencés pour les produits optiques et auditifs est plutôt limité (environ 250 fournisseurs référencés à la fin 2021, principales zones géographiques comprises). Les fabricants de verres, montures, lunettes de soleil et lentilles de contact sont des entreprises majeures avec une présence internationale, dont la majorité est engagée dans une approche de développement durable. Dans le cadre de ces approches de RSE, des engagements et des initiatives sont entrepris concernant les impacts environnementaux et sociaux de la fabrication de produits. Lorsqu'un fournisseur dispose de son propre Code de conduite et/ou d'un Code de déontologie, il est systématiquement joint au contrat d'approvisionnement signé avec le Groupe AFFLELOU.

RÉDUCTION DES VOLUMES DE PRODUCTION ET DES STOCKS DE PRODUITS

L'essayage virtuel en ligne et en magasin permet aux clients d'essayer des produits qui ne se trouvent peut-être pas encore dans leur magasin le plus proche et/ou qui ne sont pas encore fabriqués (par ex., de nouvelles collections). Par conséquent, en adaptant davantage les volumes de production à la demande des clients en temps réel, ce système réduit les stocks et les volumes d'invendus potentiels au sein du réseau AFFLELOU.



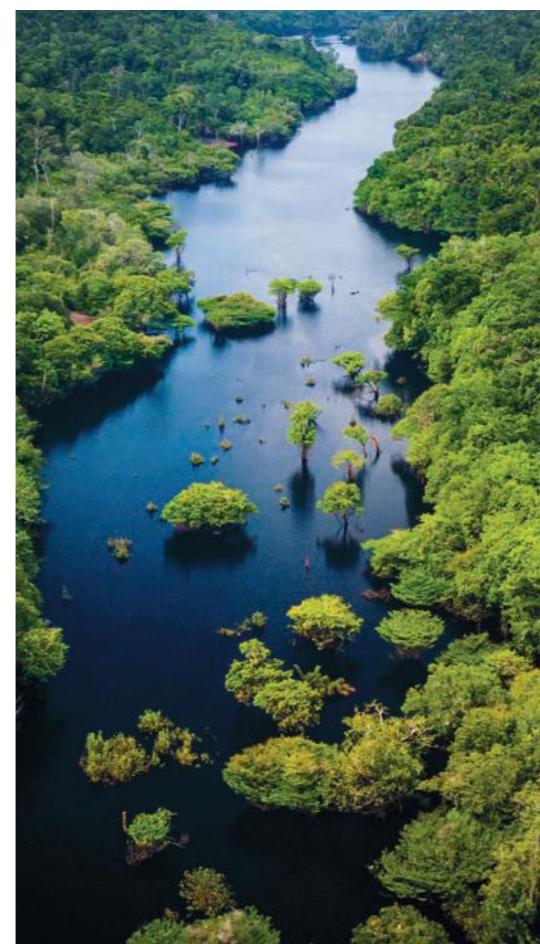
TRANSPORT ET LOGISTIQUE

Le transport des produits dessites de fabrication aux magasins AFFLELOU est entièrement sous-traité à des tiers externes. Auparavant, les montures et les verres étaient livrés séparément sur une base quotidienne. Au lieu de réaliser deux expéditions distinctes, un mécanisme d'expédition groupé a été mis en place avec les fournisseurs afin de réduire l'impact environnemental.

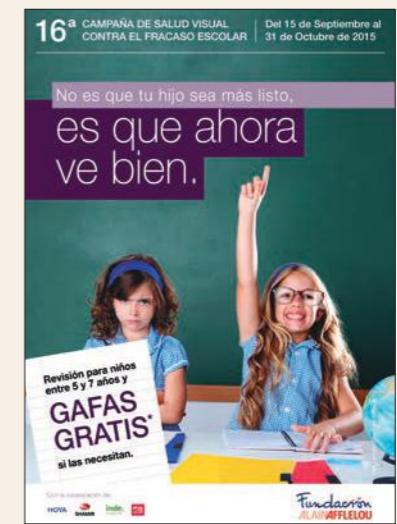
FIN DE VIE DU PRODUIT

Les produits et stocks d'optique invendus sont envoyés en priorité en Espagne pour des dons à la Fondation ALAIN AFFLELOU. Les équipements seront ensuite réutilisés par le biais d'initiatives soutenant les communautés et/ou les personnes dans le besoin (veuillez vous reporter à la section « Fondation ALAIN AFFLELOU » pour plus de détails). Les batteries et systèmes de prothèses auditives sont également recyclés au cas par cas à travers le réseau. Un processus de recyclage des verres et des emballages thermoformés sera également mis en place dans les magasins dans les années à venir. Ils seront collectés pour être convertis en granulés pour les routes ou la construction.

Si les produits ne sont pas réutilisés par le biais des projets de la Fondation, ils sont détruits via des chaînes spécifiques. Des volumes peu importants de produits sont envoyés à la destruction chaque année.



**Fundación
ALAIN AFFLELOU**



AUTRES ACHATS

Pour effectuer les différents travaux en magasin pendant la phase d'ouverture et/ou de rénovation, les sous-traitants externes locaux sont privilégiés. Des panels de fournisseurs régionaux sont constitués afin d'effectuer d'autres achats locaux. Lorsque cela est possible, la préférence est donnée aux sous-traitants certifiés.

Au siège français, tous les gobelets en plastique ont été remplacés par des gobelets en carton. Tous les employés du siège ont également reçu une gourde d'eau individuelle portant leur nom, afin de les encourager à réduire l'utilisation de gobelets à usage unique.

5

PRENDRE SOIN DE NOS ÉQUIPES



Les femmes et les hommes qui composent le Groupe AFFLELOU sont notre atout le plus précieux. Notre approche vise à préserver leur sûreté et leur sécurité, à améliorer leur bien-être au travail, à développer leurs compétences et leur parcours professionnel, ainsi qu'à promouvoir la diversité comme force pour nos ambitions et objectifs collectifs.

Nous sommes profondément convaincus que la réussite collective et l'environnement de travail durable sont indivisibles. C'est la raison pour laquelle nous nous efforçons d'aider nos équipes (siège, succursales et réseau) à atteindre leur plein potentiel et à offrir leurs meilleures performances.

EFFECTIFS DU GROUPE AFFLELOU

Au 31 décembre 2020, nos équipes sont composées de 1 279 collaborateurs (siège social et succursales), ce qui correspond à un effectif en équivalent temps plein (ETP) de 1 197 personnes.

55 % du personnel est basé en France et 40 % en Espagne.

89 % de l'effectif total sont employés sous contrat permanent.

EFFECTIF TOTAL	FRANCE	ESPAGNE	PORTUGAL	SUISSE	BELGIQUE	LUXEMBOURG	TOTAL
SIÈGE SOCIAL DU FRANCHISEUR	235	104	6	10	6	1	387
SUCCURSALES	483	409	25	-	-	-	892
TOTAL	718	513	31	10	6	1	1 279

SÛRETÉ ET SÉCURITÉ

ÉVALUER ET PRÉVENIR LES ACCIDENTS DU TRAVAIL

En France, les risques potentiels liés à la santé et à la sécurité au travail sont évalués pour les équipes du siège social et des magasins, et formalisés dans un document d'évaluation des risques professionnels. Les risques identifiés sont hiérarchisés en fonction de la gravité potentielle, de la fréquence d'exposition et des mesures de prévention existantes. Les plans d'action sont révisés chaque année pendant l'évaluation afin de renforcer les initiatives déjà en place.

En magasin, les risques d'accident potentiels les plus importants sont liés à la zone de l'atelier où les verres sont coupés et façonnés pour fabriquer des lunettes. De la poussière de verre et de plastique (polycarbonate) peut être émise par la rectifieuse lorsqu'un collaborateur façonne les verres, et des accidents peuvent survenir lors de l'utilisation d'équipements de travail (par ex. tournevis, pinces, etc.).

Afin d'éviter ces risques, les verres sont toujours coupés automatiquement par la machine, ce qui limite les manipulations. Un couvercle de protection est intégré à la machine et les émissions de produits sont capturées par un système spécifique, en plus de la ventilation active des locaux. La découpe des verres est effectuée uniquement par un seul collaborateur formé. Des formations dédiées à la manipulation de la meuleuse sont dispensées aux équipes en magasin. Un équipement de protection individuelle (EPI) est toujours disponible en magasin (par ex. lunettes de protection, gants).

	Unité	2019	2020
ACCIDENTS AVEC ARRÊT DE TRAVAIL	Nombre	21	16
ACCIDENTS SANS ARRÊT DE TRAVAIL	Nombre	12	6
NOMBRE TOTAL D'ACCIDENTS	Nombre	33	22
TAUX DE FRÉQUENCE (AVEC ARRÊT)*	Nombre	1,48	1,22
TAUX DE GRAVITÉ (AVEC ARRÊT)**	Nombre	0,06	0,06

* Taux de fréquence = nombre total d'accidents avec arrêt de travail x 1 000 000/total des heures travaillées

** Taux de gravité = nombre total de jours d'absence liée à des accidents avec arrêt de travail x 1 000/total des heures travaillées

Aucun risque majeur d'accident du travail n'a été identifié pour le personnel du siège social et les équipes administratives du Groupe AFFLELOU dans les bureaux. La majorité des accidents signalés sont liés à des déplacements.

MESURES LIÉES À LA CRISE SANITAIRE

Face à la crise sanitaire de la COVID-19, le Groupe AFFLELOU a adapté ses pratiques afin de garantir la sécurité des équipes. Des protocoles sanitaires ont été développés par le Groupe et largement diffusés à toutes les équipes, y compris celles des magasins détenus et franchisés, concernant les bonnes pratiques sur site (par ex. port de masques, utilisation de gel hydro-alcoolique, etc.). Des mesures ont également été prises dans nos diverses installations encore ouvertes afin de garantir la sécurité de tous (par ex. règles de nettoyage, distanciation physique, etc.). Des informations relatives aux différents aspects de la crise sanitaire sont également fournies aux équipes par le biais d'un canal en ligne interne dédié. Le télétravail est également autorisé et encouragé, lorsque cela est possible, en particulier pour le siège social et les succursales.

Durant la pandémie, nous faisons tout notre possible pour maintenir le lien entre le Groupe et ses collaborateurs, mais également entre les différentes équipes. Le service des ressources humaines du Groupe s'emploie à préserver la santé mentale, la vie d'équipe et un bon état d'esprit chez les employés, en particulier lors d'événements internes, de discussions et de périodes d'échange à distance. Par exemple, une ligne d'assistance dédiée a été mise en place avec l'organisation française de l'assurance, notamment un soutien psychologique spécifique gratuit pour tous les employés. En France, un plan de protection de l'emploi et le chômage partiel ont également été déployés en 2020 pour faire face aux fermetures de magasins et à la réduction de l'activité.

Les documents d'évaluation des risques professionnels ont été mis à jour et révisés afin d'intégrer les risques potentiels liés à la crise sanitaire de la COVID-19. Des plans d'action, y compris des protocoles sanitaires et des mesures sur site, ont été développés et déployés dans l'ensemble de nos équipes. Un référent COVID-19 a été nommé au sein de l'équipe du siège social afin de coordonner les initiatives et les plans d'action dans les magasins, ainsi que de contrôler les mesures de sécurité prises sur site.

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉS

Parce que nos équipes sont notre atout le plus précieux, nous nous préoccupons de leur santé et de leur bien-être au travail au quotidien. Diverses initiatives sont prises par le biais de nos succursales, bureaux et succursales afin de garantir un environnement de travail durable et une excellente qualité de vie professionnelle.

En tenant compte des progrès technologiques en matière de communication et des nouvelles dimensions de l'organisation du travail, le Groupe AFFLELOU a établi une Charte sur le travail à distance en France et en Espagne, pour le siège social du franchiseur et les succursales, en 2019. En Espagne, les collaborateurs peuvent passer jusqu'à 36 jours en télétravail pendant l'année. Le télétravail est étendu pendant la pandémie, lorsque cela est possible, afin de préserver la santé des employés et d'adapter l'activité aux recommandations officielles.

Depuis 2019, une Charte sur le droit à la déconnexion numérique est en place au sein du Groupe, applicable à tous les employés. La déconnexion numérique dans l'environnement de travail désigne le droit pour les collaborateurs de ne pas être sollicités, par e-mail, messagerie ou tout autre outil qui permettrait de les localiser à distance, et par téléphone en dehors de leurs heures de travail habituelles (y compris les jours fériés et les congés autorisés). Une connexion professionnelle excessive peut entraîner des problèmes d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, et donc des problèmes sur le plan personnel, de la santé physique et mentale, ainsi que de l'équilibre psychologique des employés. Par le biais de cette politique, le Groupe AFFLELOU réaffirme l'importance d'une bonne utilisation des outils numériques pour le respect nécessaire du temps libre, des congés et des jours fériés, des périodes d'absence justifiée, ainsi que de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle. Avec la Charte, un cours de formation spécifique et une campagne de sensibilisation ont été fournis à tous les employés en 2019, afin d'informer sur les risques, les problèmes potentiels et les bonnes pratiques liés à l'utilisation des outils numériques, ainsi que sur l'utilisation correcte et raisonnable des outils numériques et la surveillance des appareils. Les actions de formation et de sensibilisation pour la déconnexion numérique seront davantage intégrées au portefeuille de formation du Groupe.

Unité		2019	2020
JOURS D'ABSENCE EN RAISON D'UNE MALADIE	Jours	12 349	16 653
JOURS D'ABSENCE EN RAISON D'ACCIDENTS DU TRAVAIL	Jours	916	824
AUTRES JOURS D'ABSENCE	Jours	500	16 822
TOTAL DES JOURS D'ABSENCE	Jours	13 765	34 299
TOTAL DES HEURES TRAVAILLÉES	Heures	14 157 771	13 089 299
TAUX D'ABSENTÉISME*	%	0,68	1,83

* Taux d'absentéisme = 100 x (total des jours d'absence/total des heures travaillées)

Pour les employés du siège en France et en Espagne, des horaires de travail flexibles ont été introduits. En France, l'adaptation des heures travaillées est également autorisée pendant les saisons de rentrée scolaire (horaires de travail flexibles) et/ou si les enfants des employés sont malades (2 jours travaillés rémunérés par an). Dans certaines succursales, une semaine de 4 jours a été établie par le biais d'un accord spécifique (par ex. Champs-Élysées, Les Halles, etc.).

Une couverture d'assurance maladie est fournie pour les équipes du siège social, des succursales, entièrement prise en charge par le Groupe AFFLELOU. Une ligne d'assistance téléphonique dédiée est également disponible pour tous les collaborateurs, mise en place avec l'aide du prestataire d'assurance maladie et d'assurance vie.

D'autres initiatives sont entreprises par l'équipe RH locale dans chaque pays où le Groupe opère, afin d'améliorer le bien-être des employés au travail. En France, les actions suivantes ont été mises en œuvre :

- Cours de sport en ligne pour les équipes du siège social, des succursales et des magasins détenus ;
- Un jour de congé à l'occasion de l'anniversaire de l'employé pour les équipes du siège social ;
- Création d'une équipe de football et fourniture d'une tenue de sport au siège social (France et Espagne).

DIALOGUE SOCIAL ET CONVENTIONS COLLECTIVES

En 2020, 506 collaborateurs ont eu un entretien annuel dans l'ensemble du Groupe, soit 40 % de la main-d'œuvre totale. Des représentants des employés sont également élus en France et en Espagne, pour les équipes du siège social et des succursales, conformément aux législations nationales et locales.

Fin 2020, 6 conventions collectives sont disponibles au sein du Groupe, dont 4 ont été signées au cours de l'année : un accord pour mettre en place un comité sur la santé, la sécurité et les conditions de travail ; un accord traitant des sujets de rémunération, d'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes ainsi que de planification de l'emploi et des compétences ; un nouvel accord de participation aux bénéfices ; de nouvelles réglementations pour le Plan d'épargne du Groupe.

NOMBRE DE CONVENTIONS COLLECTIVES	Unité	Siège social du franchiseur	Bureaux des succursales
RÉMUNÉRATION ET SALAIRES	Nombre	-	1
PARTICIPATION AUX BÉNÉFICES	Nombre	2	-
GESTION DE L'EMPLOI ET DES COMPÉTENCES	Nombre	-	1
REPRÉSENTANTS DES EMPLOYÉS	Nombre	-	1
ÉGALITÉ DES SEXES	Nombre	-	1
TOTAL	-	2	4

Le dialogue social est géré quotidiennement par le service des ressources humaines du Groupe et les différentes équipes RH locales, ainsi que par des représentants lorsqu'ils ont été élus. Un intranet interne avec différents canaux de discussion et de communication permet également au service des RH d'informer et de transmettre diverses informations aux collaborateurs (par ex., sujets sociaux, nouvelles opportunités d'emploi, intégration et promotions, anniversaires, etc.).

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES ET GESTION DU PARCOURS PROFESSIONNEL

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de maintenir une politique de formation active afin de protéger et de développer des compétences conformes à nos exigences professionnelles, en particulier en termes de qualité et de sécurité, d'innovation et de satisfaction des clients.

Dans ce contexte, une gestion prospective de l'emploi et des compétences est en place en France et en Espagne. Ses objectifs comprennent l'identification, l'organisation et l'optimisation des compétences des collaborateurs afin de répondre aux besoins stratégiques du Groupe, ainsi que l'anticipation et la gestion des changements sectoriels pour évaluer le capital de compétences du Groupe.

Unité	2019	2020
NOMBRE DE COLLABORATEURS FORMÉS	Nombre	914
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION	Heures	23 163
POURCENTAGE DES DÉPENSES DE FORMATION DANS LES COÛTS SALARIAUX TOTAUX DU GROUPE	%	2,11
		2,00

NOS DIFFÉRENTES PROFESSIONS ET EXPERTISES

MONTEUR-VENDEUR

Le responsable de l'ajustement des montures et vendeur est chargé de l'accueil et de la vente des montures et des verres aux clients, tout en fournissant une expertise technique. Il assemble les lunettes dans l'atelier et participe à la gestion quotidienne du magasin.

OPTICIEN DIPLOMÉ

L'opticien est responsable de l'accueil et de la vente des équipements d'optique aux clients et de la fourniture d'une expertise technique. Il assemble les lunettes dans l'atelier et participe à la gestion quotidienne du magasin.

AUDIOPROTHÉSISTE DIPLOMÉ

L'audioprothésiste procède, sur ordonnance médicale, à l'équipement des personnes sourdes ou malentendantes. Il conçoit et adapte des aides auditives sur mesure et vérifie l'efficacité des dispositifs. Il explique, avec pédagogie, leur fonctionnement et leur entretien aux patients qui sont souvent très handicapés par leur déficience.

CHEF D'ATELIER

Le chef d'atelier est chargé d'accueillir et de vendre des lunettes et des verres aux clients, tout en fournissant une expertise technique. Il s'assure du bon fonctionnement de l'atelier au quotidien conformément aux objectifs (par ex. qualité, coût, échéances, motivation et sécurité) définis par le Groupe et gère son équipe.

DIRECTEUR ADJOINT DU MAGASIN

Le directeur adjoint du magasin est responsable de la bonne gestion et du bon développement de son magasin, conformément aux directives du directeur du magasin. Il représente le Groupe AFFLELOU dans l'application de sa politique générale, gère le magasin et supervise son équipe. Il est responsable de la qualité du service client.

DIRECTEUR DE MAGASIN

Le directeur du magasin est responsable de la bonne gestion et du bon développement de son magasin, conformément aux directives du Groupe. Il représente le Groupe dans l'application de sa politique générale, gère le magasin et supervise son équipe. Il est responsable de la qualité du service client.

AFFLELOU ACADEMY

En 2013, l'école de formation Afflelou Academy a été lancée dans le but de soutenir les équipes du siège et des succursales, des magasins détenus et des franchisés dans le développement de leurs compétences et aptitudes. L'Afflelou Academy les soutient particulièrement dans leur parcours professionnel, afin de répondre au mieux aux exigences des métiers de l'optique et de l'audioprothèse et d'optimiser la satisfaction de nos clients.

En France et en Espagne, cette école vise à :

- initier les collaborateurs internes aux métiers de l'optique et de l'audioprothèse dans le cadre de leur parcours d'intégration afin de les aider à mieux appréhender les enjeux de nos activités ;
- accroître et perfectionner les compétences commerciales, managériales et techniques de nos équipes ;
- transférer notre savoir-faire unique et garantir la cohérence et l'homogénéité des pratiques au sein du Groupe ;
- accompagner nos talents dans l'adaptation aux nouveaux enjeux.

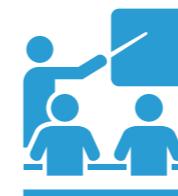
Des formations en ligne et en classe sont proposées sur divers sujets. Le catalogue de formation comprend des modules sur les activités du groupe AFFLELOU (par ex. santé visuelle, prothèses auditives, etc.), le soutien aux magasins détenus et franchisés (par ex. techniques de vente, l'efficacité opérationnelle, la gestion, les droits du travail, etc.) et d'autres compétences spécifiques ou transversales (par ex. langues, informatique, etc.).

Les formateurs experts de l'Afflelou Academy sont disponibles pour des formations en présentiel au siège du Groupe ou sur site dans toute la France et l'Espagne. Ils peuvent également s'adapter à des demandes spécifiques en offrant des formations sur mesure. En France, plusieurs formateurs internes basés au siège du franchiseur ou issus des équipes des magasins détenus français participent également aux formations dispensées par l'Afflelou Academy et/ou aux formations sur le terrain dispensées aux équipes du siège, des magasins détenus et des franchisés.

L'Afflelou Academy permet également aux personnes qui ne sont pas qualifiées dans le domaine optique et/ou qui suivent un parcours de reconversion d'être formées à nos professions par le biais d'un cours de formation préliminaire de 2 jours, avant de rejoindre une équipe en magasin et de commencer une nouvelle carrière au sein du Groupe. Un parcours de formation similaire est mis en place pour les activités liées à l'audition.



AFFLELOU ACADEMY



+1000

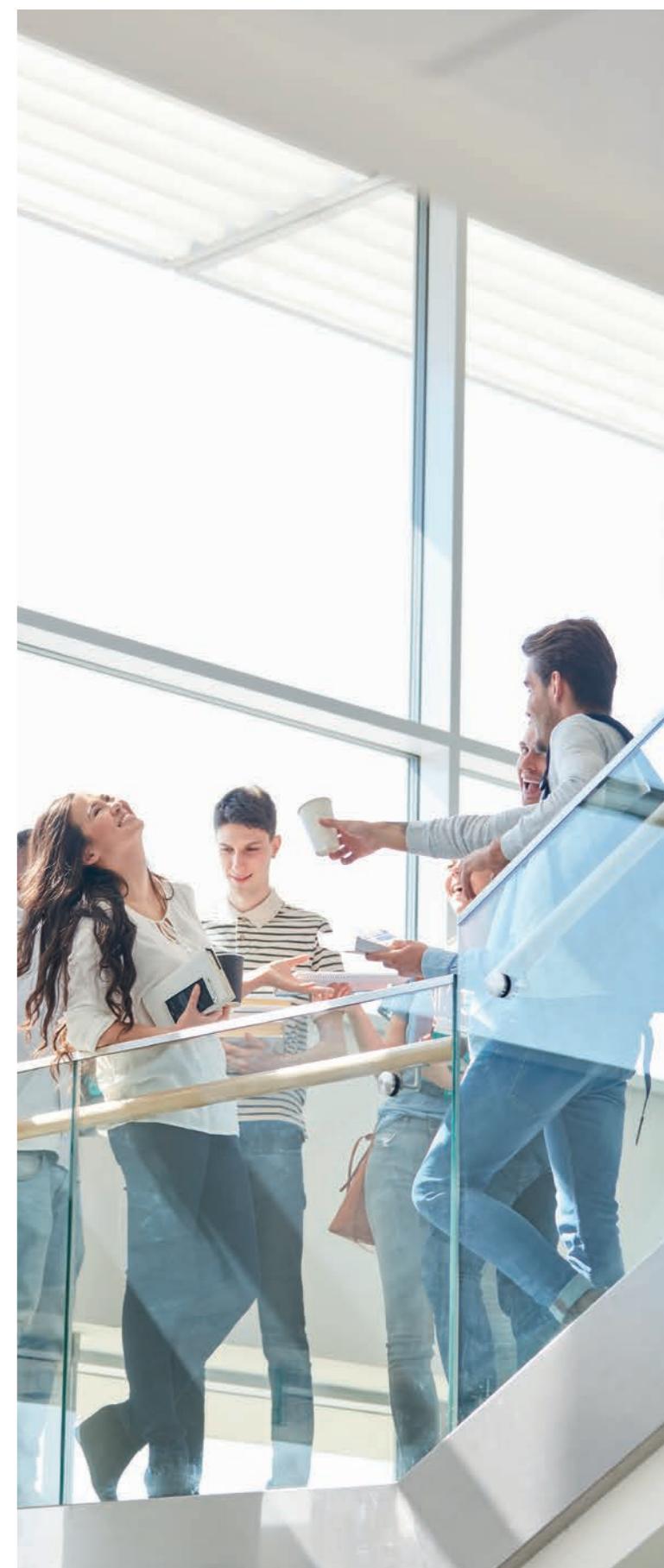
PERSONNES FORMÉES
CHAQUE ANNÉE
À L'AFFLELOU ACADEMY



5 FORMATEURS
INTERNES



En 2019, ALAIN AFFLELOU España et CUNIMAD (Centro Universitario Internacional de Madrid - rattaché à l'Université d'Alcalá de Henares) ont lancé le premier diplôme en optique et optométrie avec réalité virtuelle immersive en Espagne. Cette initiative s'inscrit dans le cadre de l'engagement du Groupe envers le talent optique, l'innovation et l'utilisation de la technologie dans les méthodes d'apprentissage. Les étudiants peuvent également effectuer leur stage dans les magasins AFFLELOU les plus proches de leur domicile avec des tuteurs formés et accrédités par l'Université, ou dans le Centre de talents de Madrid. Pendant la période 2020-2021, 45 stagiaires et 19 tuteurs ont été impliqués pendant 1 700 heures de formation pratique. En 2020, nous avons donc enregistré deux fois plus d'étudiants qu'en 2019.



Attraction et rétention des talents

Les professionnels qualifiés qui composent nos équipes sont essentiels à notre expertise et à notre savoir-faire, c'est pourquoi il est crucial pour le Groupe AFFLELOU de recruter des talents et de les soutenir dans leur développement professionnel et personnel. Nous nous engageons à offrir des parcours professionnels équitables et gratifiants à nos collaborateurs, dans tous les territoires où le Groupe opère.

Recrutement de nouveaux talents

Le Groupe AFFLELOU rencontre parfois des difficultés à recruter de nouveaux talents, en particulier des opticiens et des prothésistes. Le secteur est confronté à une concurrence accrue et la profession est désormais perçue comme plus contraignante, en particulier pour les jeunes générations. Différentes initiatives sont entreprises pour attirer les talents au sein du Groupe, telles que des horaires de travail flexibles, une évolution de carrière plus facile et une rémunération attrayante.

Le secteur étant hautement concurrentiel, il est essentiel pour le Groupe de capitaliser sur la marque de l'employeur, en particulier en ce qui concerne les candidats. Certains aspects ont été identifiés et renforcés afin de développer notre marque employeur au cours des dernières années : présence sur les réseaux sociaux et des sites d'offres d'emploi dédiés, interventions dans les écoles et universités, création d'une page carrière dédiée sur notre site web d'entreprise, ainsi qu'une approche RSE formalisée et communiquée.

En 2020, le Groupe AFFLELOU a recruté 395 nouveaux collaborateurs, dont 43 % dans les succursales françaises et 34 % dans les succursales espagnoles.

	Unité	2019	2020
RECRUTEMENTS	Nombre	403	395
DÉPARTS	Nombre	414	362
ROTATION DU PERSONNEL*	%	33	30

* Taux de roulement = $100 \times ((\text{total des recrutements, y compris croissance externe} + \text{total des départs})/2) / \text{total de la main-d'œuvre au 31 décembre}$

Afin de renforcer l'intégration des nouveaux collaborateurs au sein du Groupe, chaque nouvel employé participe à une session d'intégration. Le Groupe AFFLELOU promeut également les contrats en alternance au sein de ses équipes, permettant d'intégrer de nouveaux talents à un stade précoce et de les recruter sous contrat à durée indéterminée par la suite. Environ 50 contrats en alternance sont signés chaque année par l'intermédiaire du réseau de magasins détenus.

En Espagne, le concours « Affelou Challenge Awards » est une initiative annuelle lancée avec les universités espagnoles pour attirer les jeunes talents et faciliter l'insertion de jeunes diplômés en optique et optométrie sur le marché du travail. Cette expérience numérique innovante a pour objectif de susciter l'intérêt des jeunes diplômés. Le concours est basé sur 3 défis proposés aux jeunes diplômés :

- Nº 1**
Diriger l'évacuation de trois grandes villes face à une catastrophe naturelle
- Nº 2**
Entretien basé sur les compétences avec l'équipe RH du Groupe AFFLELOU
- Nº 3**
Défendre un projet individuel devant un comité d'évaluation

Des accords économiques sont établis en Espagne avec différentes écoles et universités pour des diplômes dans les domaines de la santé optique et auditive, permettant aux étudiants d'accéder à un parcours d'enseignement à un prix inférieur (par ex. 10 % de remise sur toutes les qualifications de l'UNIR, 40 % de remise avec les écoles d'audiologie telles que Vicente Moya et Mope). Des subventions et des fonds de bourses d'études sont également négociés pour encourager les jeunes à suivre des études dans le secteur.

Soutenir les talents dans leur parcours professionnel

Il est essentiel de s'entendre avec les employés quant à leur développement professionnel et personnel, d'offrir des opportunités de carrière adaptées et de reconnaître le travail accompli pour soutenir nos talents. Chez AFFLELOU, nous nous efforçons de fournir à nos collaborateurs des opportunités de progresser sur le plan professionnel, d'accroître leur employabilité et de valoriser leurs talents, même ceux qui ne sont pas professionnels.

Dans le cadre de la politique de mobilité interne du Groupe, des promotions internes sont effectuées chaque année au sein des équipes. Cela implique un changement de fonction et parfois un changement de niveau de responsabilité. En 2020, 15 collaborateurs ont été promus parmi les équipes des succursales. La promotion interne au poste de directeur de magasin est encouragée par le biais d'un programme dédié comprenant une période d'essai de plusieurs mois pour les talents identifiés ciblés. La mobilité géographique est également incluse dans la politique de mobilité interne, ce qui permet à nos employés de changer de région.

Les opportunités d'emploi sont toujours proposées en interne avant d'être communiquées aux candidats externes. Les offres sont disponibles dans les bulletins d'information, sur l'intranet et les canaux de communication internes dédiés du Groupe.

DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES

LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de constituer une main-d'œuvre diversifiée qui promeut l'intégration de professionnels aux profils divers indépendamment de leur sexe, leur orientation sexuelle, leur race, leur nationalité, leur origine ethnique, leur religion, leurs croyances, leur âge, leur handicap ou tout autre critère personnel ou social.

Le processus de recrutement du Groupe AFFLELOU a été développé en intégrant des aspects permettant d'éviter toute discrimination potentielle. Par exemple, des rappels formalisés sur les risques de discrimination à éviter ont été intégrés dans les étapes du processus. En Espagne, une politique de non-discrimination et un plan d'égalité des chances ont été déployés au sein des équipes.

EN 2020, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA A SIGNÉ LA CHARTE EUROPÉENNE DE LA DIVERSITÉ DE LA FUNDACIÓN DIVERSIDAD.
LES SOCIÉTÉS QUI DEVIENNENT VOLONTAIREMENT SIGNATAIRES DE LA CHARTE RESPECTENT LES RÉGLEMENTATIONS APPLICABLES EN MATIÈRE DE MESURES D'ÉGALITÉ DES CHANCES ET DE LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION, AINSI QUE LES PRINCIPES SUIVANTS :

Sensibiliser aux principes d'égalité des chances et de respect de la diversité, en les intégrant aux valeurs de l'entreprise et en les communiquant au personnel.

Participer à la constitution d'une main-d'œuvre diversifiée, promouvoir l'intégration de professionnels aux profils divers indépendamment de leur sexe, leur orientation sexuelle, leur race, leur nationalité, leur origine ethnique, leur religion, leurs croyances, leur âge, leur handicap ou tout autre critère personnel ou social.

Promouvoir l'inclusion, favoriser une intégration efficace, éviter tout type de discrimination (directe ou indirecte) sur le lieu de travail.

Tenir compte de la diversité dans toutes les politiques de ressources humaines, en gérant la diversité de manière transversale, comme la base et le principe de toutes les décisions prises dans ce domaine.

Promouvoir l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée grâce à un équilibre entre le travail, la famille et les loisirs, en établissant des mécanismes qui permettent l'harmonisation de la vie professionnelle, familiale et personnelle pour tous les employés.

Reconnaitre la diversité de ses clients, qui constitue également une source d'innovation et de développement.

Étendre et communiquer l'engagement à son personnel, partager et étendre à toute l'entreprise la responsabilité que l'organisation acquiert en étant signataire de la Charte de la diversité.

Répandre l'engagement parmi les sociétés des fournisseurs, en les invitant à rejoindre la communauté des sociétés en Espagne qui adhèrent à l'engagement volontaire promu par la Charte.

Transférer cet engagement aux administrations, organisations commerciales, syndicats et autres agents sociaux.

Les résultats obtenus grâce à la mise en œuvre des politiques de diversité seront intégrés au rapport annuel de l'entreprise.

PROMOUVOIR LA MIXITÉ

Au 31 décembre 2020, le Groupe AFFLELOU comprend 852 femmes, soit 67 % de l'effectif total. Au siège du franchiseur, les femmes représentent 58 % de l'effectif. Dans les succursales, les femmes représentent 70 % de l'effectif. La représentation des femmes est également suivie au niveau des pays : 59 % en France, 77 % en Espagne, 68 % au Portugal. En Espagne et en France, un accord d'égalité des sexes a été établi.

En France, les entreprises comptant au moins 50 employés doivent calculer et publier chaque année leur Indice d'égalité des sexes. L'indice a été conçu comme un outil simple et pratique pour mettre fin à l'inégalité des sexes sur le lieu de travail. Il permet en particulier aux entreprises de mesurer l'écart de rémunération entre les sexes et met en évidence les domaines d'amélioration lorsque ces écarts sont injustifiés. Le calcul de l'indice comprend les aspects suivants : écart de rémunération entre les sexes, écart de taux d'augmentation individuel, écart de taux de promotion, nombre d'employés féminins recevant une augmentation après un congé maternité et parité parmi les 10 employés les plus rémunérés.

INDICE D'ÉGALITÉ DES SEXES-FRANCE	2019	2020
L'OPTICIEN AFFLELOU	77 / 100	87 / 100
FRANCHISEUR ALAIN AFFLELOU	78 / 100	80 / 100
AFFLELOU	54 / 100	88 / 100

Dans ce contexte, toutes les actions mises en œuvre pour lutter contre les inégalités entre les sexes en France, en particulier en termes d'écart de salaire, ont entraîné une amélioration significative de l'indice entre 2019 et 2020 pour les filiales concernées.

En 2020, ALAIN AFFLELOU España a été classé parmi les 30 meilleurs employeurs d'Espagne en termes de diversité, d'inclusion et d'égalité (INTRAMA).

EMPLOI DE PERSONNES HANDICAPÉES

Le Groupe AFFLELOU, par le biais de ses activités liées à la santé visuelle et auditive, est très sensible à l'intégration et au maintien des personnes handicapées sur le marché de l'emploi.

Le Groupe AFFLELOU ouvre toutes les opportunités d'emploi aux personnes handicapées. Fin 2020, le Groupe emploie ainsi 22 collaborateurs handicapés en France et en Espagne.

En France, le Groupe participe à la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées depuis 2019 et saisit cette opportunité pour examiner les différentes mesures mises en place pour faciliter l'intégration professionnelle des personnes handicapées. C'est un moment d'échange et de partage où tout le monde peut en apprendre davantage sur le travail des personnes handicapées. Pendant une semaine complète, les employés peuvent participer à des ateliers de sensibilisation, des conférences de personnes handicapées parlant de leurs expériences et rencontrer des associations.

En Espagne, le Groupe mène des activités de collaboration avec la Fondation Carmen Pardo-Valcarce pour soutenir les personnes les plus défavorisées, en employant des personnes handicapées par l'intermédiaire des différents centres et établissements de la filiale AAO Óptico.

SOUTENIR LES FRANCHISÉS ET LEURS ÉQUIPES

Les équipes du siège social du franchiseur offrent un soutien complet aux franchisés dans les domaines de la gestion sociale et des ressources humaines. Par exemple, une équipe dédiée du siège social les soutient dans leurs processus de recrutement lorsque cela est nécessaire et leur fournit des conseils sur la gestion des RH et les questions juridiques. Pendant la crise de la COVID-19, une ligne d'assistance juridique dédiée avec des avocats est mise en place pour répondre à toutes les questions des franchisés sur les mécanismes éligibles (par ex., chômage partiel, congés, etc.).

L'Afflelou Academy permet également aux franchisés et à leurs équipes de bénéficier des mêmes formations que les équipes des magasins détenus du Groupe. Les délégués sont en contact quotidien avec les franchisés afin de recueillir leurs commentaires et leurs besoins de formation, qui sont ensuite transmis au département des RH du siège social chargé d'élaborer des plans de formation appropriés. Les animateurs se rendent ensuite sur le site pour dispenser des formations aux équipes des franchisés.

Les initiatives entreprises pour les employés et les équipes des magasins du Groupe AFFLELOU sont généralement introduites et proposées aux franchisés pour qu'ils les reproduisent dans leurs propres équipes. Par exemple, les équipes des franchisés peuvent bénéficier de la couverture santé du Groupe.



6

RÉDUIRE NOS IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DIRECTS



Outre les impacts environnementaux de la fabrication, du transport et de la fin de vie des produits, les impacts environnementaux les plus importants liés aux activités du Groupe AFFLELOU sont liés aux opérations du réseau de magasins (détenus et franchisés).

Dans ce contexte, les principales sources d'impacts environnementaux identifiées sont la consommation d'électricité, la consommation d'eau et la production de déchets provenant des activités dans les installations et les bâtiments du Groupe, ainsi que les magasins en réseau (succursales et franchisés).

CONSOMMATION D'ÉNERGIE

CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ DANS LES SUCCURSALES

CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ Magasins détenus	Unité	2019			2020		
		ALAIN AFFLELOU France	ALAIN AFFLELOU España ⁽¹⁾	TOTAL	ALAIN AFFLELOU France	ALAIN AFFLELOU España ⁽¹⁾	TOTAL
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	MWh	2 868	2 182	5 050	2 942	1 501	4 443

⁽¹⁾ AAO OPTICO, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA SA, ALAIN AFFLELOU AUDIOLOGO SA.

La consommation d'électricité des magasins est réduite par le remplacement systématique des lampes par un éclairage LED depuis 2014, dans les succursales et franchisés. Environ 50 % des magasins détenus sont équipés d'un éclairage LED fin 2020, en particulier les plus grands magasins. 100 % des magasins détenus devraient être équipés d'ici 5 ans.

Un contrat d'approvisionnement en électricité renouvelable est également actuellement testé dans plusieurs magasins. L'énergie renouvelable est utilisée dans certains magasins espagnols (89 MWh en 2020).

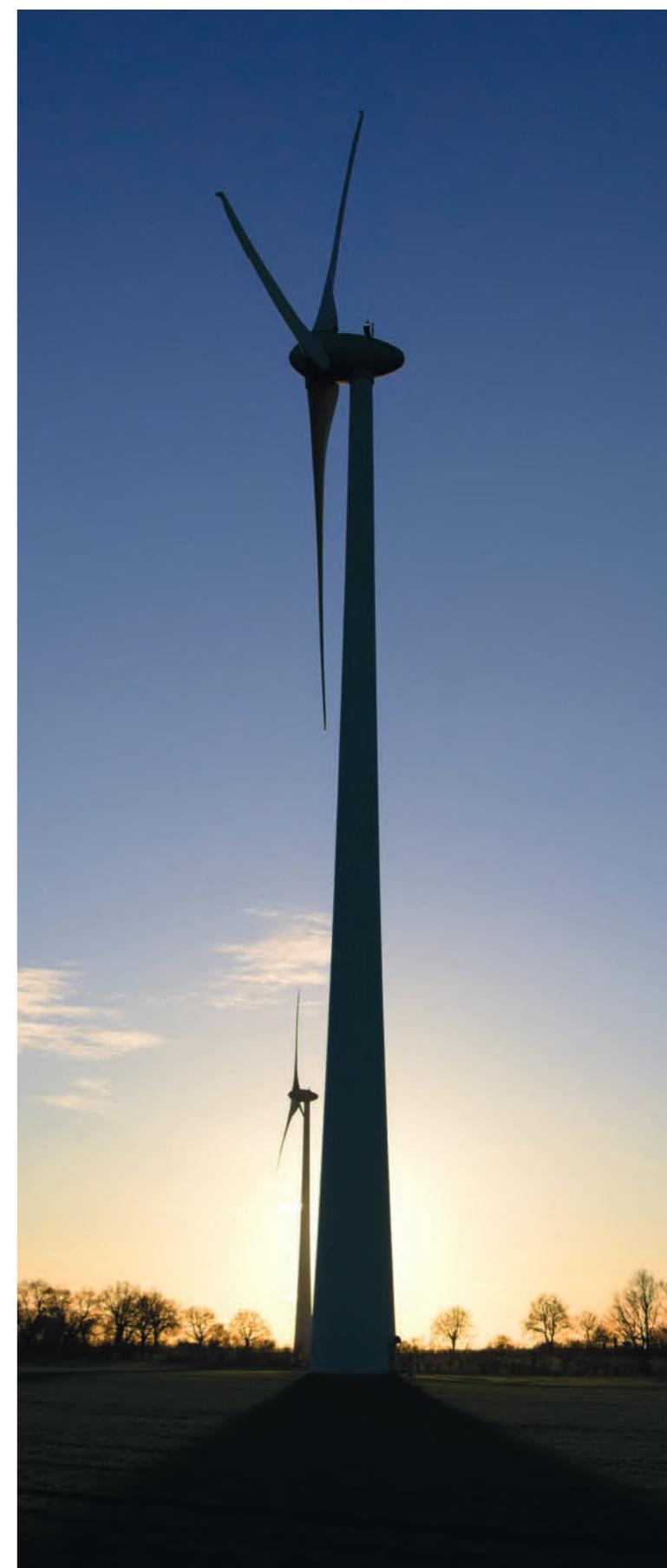
Une perte d'énergie est possible lorsque les ordinateurs et autres équipements informatiques des magasins (par ex. les téléviseurs, panneaux lumineux, etc.) ne sont pas éteints à la fin de la journée et/ou pendant les fermetures obligatoires. Un outil d'assistance à distance est actuellement mis en œuvre dans le système informatique de nos magasins afin d'économiser l'énergie. Les informations relatives à l'ouverture et à la fermeture sont contrôlées par l'outil, qui peut éteindre à distance les lumières si l'électricité fonctionne toujours lorsque le magasin doit être fermé.

Les tablettes utilisées dans les magasins pour l'essayage virtuel des lunettes sont également programmées automatiquement pour être activées juste avant l'ouverture et désactivées juste après la fermeture. Ce système automatique permet de compenser les éventuels oubli d'arrêt de l'équipement.

Les systèmes de climatisation des magasins (détenus et franchisés) sont programmés en direct, ce qui offre une plus grande efficacité et réduit la consommation d'électricité.

VOYAGES PROFESSIONNELS

En France, un contrat de location de 3 vélos électriques est en place pour les employés du siège social. Les collaborateurs peuvent les utiliser pour des déplacements professionnels dans la ville, pour les trajets entre la maison et le travail ou pendant le week-end. Une voiture électrique est également disponible pour les employés du siège en France.



RÉDUIRE NOS IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DIRECTS

LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

La déclaration des indicateurs liés à l'environnement, y compris les consommations et les émissions d'énergie, est toujours en cours de déploiement au sein du Groupe AFFLELOU et de ses diverses filiales. Ainsi, le Groupe n'a pas encore mesuré son empreinte carbone mondiale à la fin de l'année 2020.

ÉMISSIONS DE TYPE 2 Magasins détenus	Unité	2019			2020		
		ALAIN AFFLELOU France	ALAIN AFFLELOU España ⁽¹⁾	TOTAL	ALAIN AFFLELOU France	ALAIN AFFLELOU España ⁽¹⁾	TOTAL
ÉMISSIONS DE TYPE 2	tonnes équivalent CO ₂	174,1	519,4	693,5	176,2	357,2	533,4

⁽¹⁾ AAO OPTICO, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA SA, ALAIN AFFLELOU AUDIOLOGO SA.

Le Groupe travaillera au renforcement du reporting environnemental dans les années à venir, en particulier en donnant la priorité à la mesure de ses émissions de type 1 et 2. Les émissions mesurées constitueront la base des engagements futurs et des initiatives déployées afin de réduire l'empreinte du Groupe.

GESTION DE L'EAU

CONSOMMATION D'EAU DES MEULEUSES

les machines des ateliers ont besoin d'eau pour fonctionner. Un cycle d'assemblage effectué avec la machine, correspondant au façonnage de 2 verres, consomme actuellement entre 6 et 8 litres d'eau.

Un magasin moyen effectue entre 50 et 60 cycles d'assemblage par jour ouvrable, la consommation annuelle d'eau pour le processus de façonnage d'un magasin peut ainsi être estimée entre 72 000 et 115 000 litres par an (ou entre 72 et 115 m³ par an).

Un système de récupération de l'eau est en cours de développement et de test afin de récupérer les eaux usées lors du processus de façonnage. Les eaux usées seront traitées à travers différents filtres, puis réinjectées dans le système afin de fonctionner comme un système fermé.

Ce nouveau système permettrait aux magasins de réduire considérablement leur consommation annuelle d'eau dans les années à venir, avec l'objectif de réduire la consommation annuelle d'eau d'un magasin à 200 litres en moyenne. Il est déployé dans environ 70 succursales en France.

GESTION DES DÉCHETS

Étant donné qu'il n'existe aucune activité de fabrication au sein du Groupe, les activités du magasin ne génèrent pas une quantité importante de déchets.

POLITIQUE DE DÉMATÉRIALISATION

Entre 4 et 6 feuilles de papier sont généralement nécessaires pour chaque commande de lunettes en magasin (p. ex., devis, vérification RGPD, accord, mutuelle santé, facture, etc.). L'outil de signature électronique et de numérisation des documents papier est mis en œuvre afin de réduire la consommation de papier dans les magasins. Ce système est déployé dans tous les magasins détenus et dans la majorité des magasins franchisés, en France et en Espagne.

La suppression d'autres supports papier utilisés au niveau du magasin (p. ex., prospectus, notices, affiches, etc.) et/ou leur remplacement par d'autres solutions ayant un impact environnemental réduit sont en cours d'examen.

Les déchets papier provenant des activités administratives dans les installations de l'entreprise ont été entièrement recyclés en 2020.

CHUTES PROVENANT DE LA DÉCOUPE DES VERRES

Les verres sont reçus des fournisseurs sous forme de palets dans les magasins. Ces palets sont ensuite découpés et façonnées par l'équipe du magasin dans l'atelier grâce à une meuleuse. Le façonnage des palets permet de modéliser et d'adapter les verres à la monture et aux besoins du client.

Pendant le processus de coupe, de petits morceaux de verre sont générés. Ces morceaux sont collectés dans les conteneurs spécifiques disposés sous la meuleuse. Le Groupe AFFLELOU travaille actuellement sur un système visant à réutiliser et recycler les débris collectés.

OUVERTURE, RÉNOVATION ET MAINTENANCE DU MAGASIN

Les matériaux de construction et le mobilier représentent 25 % du prix total lié à l'ouverture et l'agencement d'un magasin. Le mobilier des magasins est principalement composé de bois aggloméré et de métal.

Les travaux de construction, la fabrication et l'installation de meubles, ainsi que l'entretien des magasins sont sous-traités à des entrepreneurs externes, à la fois pour les magasins détenus et les magasins franchisés.

Lors de l'ouverture et/ou de la rénovation d'un futur magasin, les déchets de démolition potentiels sont toujours triés conformément aux réglementations locales.

Lorsque le mobilier du magasin arrive sur des palettes (déjà assemblé ou sous forme de kit), il y a très peu de déchets générés au niveau du magasin.

Les déchets en carton provenant des travaux de construction et/ou du mobilier sont systématiquement réutilisés par le magasin et/ou recyclés.

Bien que la majorité des meubles soient achetés neufs, certains magasins achètent des meubles recyclés.

Le tri des déchets est mis en œuvre dans nos magasins, conformément aux législations nationales et locales relatives aux emballages et aux déchets ménagers.

Si un magasin ferme, le mobilier en bois est toujours envoyé à la branche de recyclage du bois.

DÉCHETS ÉLECTRONIQUES

Les équipements électroniques, utilisés par l'entreprise et les équipes administratives, ainsi que les appareils en magasin, sont collectés et triés par des entrepreneurs externes spécialisés.

7

GÉNÉRER DES IMPACTS SOCIO-ÉCONOMIQUES PRÉCIEUX ET SOUTENIR LES COMMUNAUTÉS



Profondément liée à sa vision et à sa mission, la contribution socio-économique du Groupe AFFLELOU est un élément central de son objectif et complète nos activités quotidiennes dans les magasins.

Outre les initiatives visant à faciliter l'accès aux produits et services, telles que les prix accessibles ou les examens gratuits (veuillez vous reporter à la section « Faciliter l'accès aux produits et services »), le Groupe vise à fournir un soutien aux personnes dans le besoin et aux populations défavorisées ou à risque d'exclusion afin de contribuer à l'amélioration de leur vie et de leur intégration dans la société.

Le Groupe AFFLELOU travaille ainsi avec différentes associations et fournit un soutien à diverses communautés et initiatives aux niveaux local et national. Les employés, les franchisés et leurs équipes sont également encouragés à participer aux diverses actions entreprises. En 2020, plus de 106 000 € ont été recueillis pour soutenir diverses initiatives et divers projets, en France et en Espagne.

FONDATION ALAIN AFFLELOU

MISSION PRINCIPALE

Créée en août 2007 en Espagne et présidée par M. Alain Afflelou, lui-même déjà fortement impliqué dans diverses actions sociales, la Fondation Alain Afflelou s'est donnée pour mission d'entreprendre des actions de sensibilisation, de prévention et de diagnostic pour améliorer la santé visuelle et auditive. La mission principale de la Fondation est d'améliorer la qualité de la vision et de l'audition au quotidien, par le biais de divers projets sur le terrain ainsi que de campagnes de sensibilisation et de prévention sur les problèmes de vision et d'audition, en Espagne et à l'étranger.



Fundación ALAIN AFFLELOU

Les multiples initiatives de la Fondation s'efforcent en particulier d'améliorer la qualité de vie des personnes suivantes : enfants, personnes âgées, personnes atteintes d'un certain type de handicap, personnes défavorisées ou à risque d'exclusion qui n'ont pas accès à des traitements et des dispositifs adéquats. La Fondation fournit également des bourses d'études à des étudiants suivant un cursus pour devenir opticien et ayant des difficultés financières, les soutenant et les accueillant pour leurs stages dans les magasins d'optique AFFLELOU.

La Fondation ALAIN AFFLELOU est impliquée dans plusieurs projets de recherche scientifique et particulièrement dans la formation des professionnels des

soins ophtalmologiques (pour plus d'informations, veuillez vous reporter à la section « Partenariats avec les sphères de recherche et académiques ».)

Les initiatives de la Fondation ALAIN AFFLELOU impliquent les équipes de notre siège social, des magasins détenus et des franchisés, ainsi que de nombreuses organisations et institutions partenaires. Au niveau local, nous encourageons activement les équipes et le réseau AFFLELOU à participer aux initiatives de la Fondation, ainsi qu'à développer ou collaborer sur des projets de l'association. Un groupe de bénévolat d'entreprise a été mis en place fin 2020, dans le but de développer des actions sociales et des projets de bénévolat qui profitent aux populations et à la planète.

SI VOUS SOUHAITEZ REJOINDRE LA FONDATION, Veuillez ENVOYER UN E-MAIL À
fundacion@afflelou.es | <https://www.afflelou.es/fundacion/>

SENSIBILISATION ET ÉDUCATION

CAMPAGNE SCOLAIRE POUR LA SANTÉ VISUELLE DES ENFANTS

Pendant la période de rentrée scolaire, et en raison des nouvelles habitudes liées aux appareils numériques émettant de la lumière bleue (téléphones portables, tablettes et ordinateurs), la Fondation souhaite sensibiliser les parents et les enseignants, en tant que prescripteurs, à l'importance de faire vérifier la vue des enfants au moins une fois par an pour s'assurer qu'aucun problème visuel n'affecte leur performance scolaire.

Étant donné qu'environ 80 % de l'apprentissage est effectué au moyen de la vision, il est essentiel d'effectuer un examen oculaire au début de l'âge scolaire, ainsi que des contrôles annuels réguliers afin de détecter tout problème visuel précoce et, par conséquent, de réduire l'échec scolaire. En Espagne, on estime qu'entre 15 et 30 % des cas d'échec scolaire chez les enfants sont dus à des problèmes de vision. Cependant, la sensibilisation à ce problème n'est pas encore répandue, car la plupart des enfants de 7 ans n'ont pas encore effectué leur premier examen ophtalmologique.

Chaque année, entre septembre et octobre, l'objectif de la campagne est de détecter les éventuels problèmes de vision chez les enfants âgés de 5 à 7 ans. Pour ceux qui en ont besoin, la Fondation fournit des lunettes de vue gratuites adaptées à leur vue. Au cours des 12 dernières années, plus de 100 000 enfants ont bénéficié d'un examen ophtalmologique et plus de 80 000 lunettes ont été distribuées.



« LES 3 RÈGLES D'AFFLELOU »

La Fondation cherche à sensibiliser le public à l'importance d'une bonne vue. À cette fin, il est essentiel d'effectuer des contrôles réguliers pour détecter les éventuels problèmes et les corriger avec le traitement approprié. Une mauvaise vue limite nos vies, en particulier celles des enfants qui sont souvent incapables de répondre aux exigences scolaires en raison de problèmes de vue. C'est pourquoi nous insistons sur l'importance du dépistage précoce des troubles visuels dans l'enfance.

Afin de sensibiliser les parents et les enfants à l'importance des soins ophtalmologiques à un âge précoce et d'atténuer les effets des mauvaises habitudes numériques sur les enfants, la Fondation a uni ses forces avec l'application Myopia.app pour lancer les 3 règles d'AFFLELOU. Cette initiative promeut trois principes fondamentaux pour prévenir les troubles de la vision chez les enfants : maintenir la bonne distance, maintenir un bon éclairage ambiant et réduire le temps d'exposition.

Etudes Vida y Visión

DISTANCE

Éviter de trop se rapprocher des écrans



Plus nous nous rapprochons des écrans, plus nos yeux doivent travailler pour bien voir. La distance de travail recommandée dépend de l'appareil que nous utilisons. Lorsque vous travaillez à courte distance (lecture, utilisation du téléphone portable, etc.), prenez de courtes pauses de 20 secondes toutes les 20 minutes, et profitez de ces pauses pour regarder un objet éloigné (à plus de 6 mètres).

TEMPS

Faites des pauses pour reposer vos yeux.



Un grand nombre d'heures consacrées à un travail de près peut favoriser l'apparition de la myopie. Les écrans sont déconseillés aux enfants de moins de 3 ans, les enfants âgés de 3 à 6 ans ne doivent pas y être exposés plus d'une heure par jour, tandis que les enfants âgés de 6 à 12 ans ne doivent pas y être exposés plus de 2 heures.

LUMIÈRE

Contrôlez les contrastes dans des conditions de lumière ambiante.



Travailler dans des environnements mal éclairés peut favoriser le développement de la myopie, nous devons donc utiliser nos appareils numériques dans un environnement bien éclairé, mais en évitant les reflets inconfortables. En outre, il est recommandé que les enfants effectuent des activités de plein air au moins deux heures par jour et au moins 14 heures par semaine pour retarder/prévenir l'apparition de la myopie.



myopia app
protección ocular

Myopia.app est un outil numérique qui enseigne aux enfants et à leurs parents des habitudes numériques plus saines. Chaque seconde, l'application mesure la distance entre le visage et l'appareil mobile, la lumière ambiante et le temps passé, puis offre des conseils sains pour vous aider à développer des habitudes saines. Les familles peuvent également communiquer avec les opticiens et optométristes d'AFFLELOU, afin qu'ils puissent surveiller leurs habitudes numériques à distance et offrir des informations et des conseils personnalisés.

CAMPAGNE DE PROTECTION SOLAIRE POUR LES ENFANTS



Il est très fréquent de voir une famille où les parents portent des lunettes de soleil tandis que les enfants ne portent aucune protection solaire. C'est plus que fréquent, car la grande majorité des personnes ne connaissent pas les méfaits du soleil sur la vision des enfants et l'effet cumulatif potentiel dont les dommages se manifestent à l'âge adulte. Bien que les enfants soient une population à haut risque de dommages causés par le soleil, seuls 2 % des enfants portent des lunettes de soleil. 90 % des rayons du soleil qui pénètrent dans les yeux et peuvent causer des dommages à la vision sont reçus avant l'âge de 18 ans.

L'un des objectifs de la Fondation est de fournir des informations sur les dommages des rayons du soleil sur la vision des enfants en atteignant un plus grand nombre de parents et d'éducateurs. Seules les informations mènent à la prévention. L'objectif est qu'avec ces connaissances, les parents puissent protéger les yeux de leurs enfants dès leur plus jeune âge. La campagne de protection solaire pour les enfants est une campagne d'information annuelle menée chaque été dans le but de sensibiliser le public aux troubles visuels que le soleil peut causer aux enfants. Des recommandations pratiques et une aide au choix des lunettes de soleil sont également fournies par nos experts pendant les campagnes.

INCLUSION

INITIATIVE « VOLVIENDO A VER » (VOIR À NOUVEAU) AVEC LA CROIX-ROUGE



Nous nous efforçons d'offrir aux personnes sans ressources les outils nécessaires pour éliminer les obstacles visuels qui entravent leur insertion professionnelle ou sociale. Pour cette raison, nous recherchons toujours des moyens de collaborer avec des institutions ou des ONG qui peuvent nous aider à faire de notre objectif une réalité.

« Volviendo a ver » est le résultat d'un accord de collaboration conclu entre la Croix-Rouge et la Fondation ALAIN AFFLELOU pour fournir des soins optiques gratuits et des lunettes de vue aux personnes les plus vulnérables sur le plan social. Ce projet vise à aider les groupes les plus démunis, qui ne peuvent pas se permettre d'acheter des lunettes et dont la qualité de vie personnelle et professionnelle est ainsi affectée.

Nos opticiens-optométristes sont chargés de s'occuper de ces personnes d'une manière personnalisée à travers un examen visuel approfondi et d'évaluer s'ils doivent porter des verres correcteurs. Si c'est le cas, la Fondation leur fournit leurs lunettes de vue. En 2020, plus de 1 500 personnes dans des situations vulnérables ont bénéficié de ces campagnes.



« EL DESIERTO DE LOS NIÑOS » (« LE DÉSERT DES ENFANTS »)

Né en 2005, il se compose d'une caravane de solidarité qui se rend au Maroc pour apporter une aide dans les zones défavorisées du désert en fournissant du matériel scolaire aux villages qui manquent de ressources. Depuis 2012, la Fondation est impliquée dans ce projet de solidarité. Les bénévoles de nos magasins viennent mettre leur expertise au service des habitants des régions marocaines disposant de peu de ressources. Sur place, ils effectuent des examens ophtalmologiques pour envoyer ultérieurement des lunettes de vue personnalisées et fournir des lunettes de soleil, tant nécessaires dans ces régions.

Notre mission est d'une grande importance car, dans ces endroits où l'exposition au soleil est élevée, les problèmes de vue sont fréquents. Cependant, les faibles ressources de ces populations rend impossible l'accès à des examens de la vue, tout comme l'achat de lunettes de vue ou de lunettes de soleil. En 2020, plus de 55 opticiens AFFLELOU ont rejoint l'initiative, ont réalisé 5 700 examens de la vue et offert 2 738 lunettes de vue et 4 200 lunettes de soleil.

Au vu des possibilités et du succès de l'idée, il a été décidé de promouvoir l'aspect solidaire avec la création de l'association Desierto Niños à laquelle de plus en plus d'entreprises se joignent. Aujourd'hui, l'association construit des écoles maternelles dans les villages du désert marocain et apporte chaque année, par le biais de la caravane, les matériaux de base pour les nouvelles constructions.

RECYCLAGE

PARTENARIAT AVEC LIONS CLUBS INTERNATIONAL POUR LA LUTTE CONTRE LA CÉCITÉ ET POUR LE RECYCLAGE DES LUNETTES



Des millions de personnes dans le monde n'ont pas les moyens nécessaires pour prendre soin de leur vue. Selon les données de l'OMS, environ 90 % des déficiences visuelles sont concentrées dans les pays à faibles revenus. Les pathologies identifiées pourraient être corrigées ou évitées si les mesures nécessaires étaient prises.

D'autre part, selon les données du Livre blanc de la vision en Espagne, 37 % de la population possède deux paires de lunettes et 5 % en possèdent trois ou plus. En outre, une récente enquête menée par OpinionWay a montré qu'il existe plusieurs millions de paires de lunettes inutilisées en France. Ces données montrent l'importance de promouvoir des actions telles que le recyclage des lunettes et leur allocation à des personnes sans ressources.

Dans ce contexte, la Fondation a uni ses forces avec LIONS Clubs International dans la lutte contre la cécité évitable grâce à son projet de recyclage de lunettes, afin de fournir ce produit de santé essentiel aux personnes sans ressources. L'initiative consiste à sélectionner, laver et

réparer les lunettes inutilisées données par les clients, afin qu'elles soient dans un état approprié pour être remises. Les lunettes sont ensuite distribuées par Lions Clubs et d'autres ONG dans les pays où les gens en ont besoin, principalement en Amérique du Sud et en Afrique. Chaque magasin AFFLELOU reçoit une boîte pour récupérer les lunettes (produites directement par le centre de recyclage) ainsi qu'un support de communication pour informer les clients de la campagne. Les lunettes de vue, les lunettes de lecture et les lunettes de soleil sont collectées tout au long du projet.

Depuis le début du partenariat, plus de 300 magasins espagnols AFFLELOU ont participé et plus de 100 000 paires de lunettes ont été collectées. En 2020, 141 magasins ALAIN AFFLELOU OPTICIEN ont fait don d'une boîte et plus de 14 000 paires de lunettes ont été données par nos clients.

INITIATIVES LIÉES AU SOUTIEN ET À L'IMPLICATION ENVERS D'AUTRES COMMUNAUTÉS

Grâce au fonds de dotation français d'AFFLELOU, des dons sont également fournis à plusieurs associations sélectionnées, sur la base d'un partenariat de longue date et sur une base annuelle.

« LES GUIDES CHIENS D'AVEUGLES DE L'OUEST »



LES CHIENS GUIDES D'AVEUGLES DE L'OUEST
Ensemble voyons loin

À l'occasion de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (du 18 au 24 novembre 2019), le Groupe AFFLELOU a invité ses clients à participer à une opération de solidarité majeure, « 1 € reversé »

à l'association Les Chiens Guides d'Aveugles de l'Ouest. Pour chaque monture Tchin Tchin vendue, 1 € était reversé à l'association.

Depuis 1975, l'association Les Chiens Guides d'Aveugles de l'Ouest soutient les personnes malvoyantes dans leur vie quotidienne. Chaque année, l'Association accompagne plus de 200 personnes aveugles ou malvoyantes dans leur vie quotidienne, en leur offrant une ou plusieurs solutions de mobilité adaptées à leurs besoins (moyen de locomotion, chien guide, canne blanche électronique, etc.). L'association leur offre plus d'autonomie, de sécurité et de fluidité dans leurs mouvements quotidiens.

« LA FORTY DU CŒUR BY AFFLELOU »

En France, près de 600 000 personnes vivent dans des établissements dédiés aux personnes âgées dépendantes. Pendant la période de crise sanitaire, les personnes âgées ont besoin de rompre l'isolement induit par le confinement. En 2021, le Groupe AFFLELOU souhaitait apporter un soutien qui permettrait aux personnes âgées d'améliorer leur

quotidien, de lire ou de pratiquer toute autre activité leur procurant un sentiment de bien-être sans souffrir de problèmes de vue. Avec la Forty du Cœur by Afflelou, les opticiens du Groupe fournissent quatre coffrets de 10 montures Forty à chaque établissement partenaire en France. Les boîtes sont accompagnées d'un chevalet avec un test de lecture, permettant à chaque résident de tester les corrections et de choisir les lunettes qui lui offrent le plus grand confort visuel.

Nous espérons que les coffrets permettront aux personnes âgées d'avoir une bonne vue en toutes circonstances, de maintenir un lien social, de préserver une certaine autonomie dans les gestes de la vie, de préserver l'interaction avec les autres résidents, de s'impliquer dans les activités de l'établissement (activités de précision, lecture, écriture, jeux de société, etc.) et d'éviter le risque de chutes.

IMPLIQUER LES MAGASINS AVEC « AUDITION SOLIDARITÉ ».

Les magasins détenus et franchisés sont impliqués dans les différentes initiatives et actions sociétales menées en France et en Espagne, sur une base volontaire, pour les succursales d'optique et d'audition. Par exemple, les audioprothésistes en France peuvent fournir un soutien financier et/ou des compétences à l'association Audition Solidarité. Cette association aide les personnes défavorisées souffrant de troubles de l'audition et assure le recyclage des prothèses auditives.



SPONSORING SPORTIF

Le Groupe AFFLELOU partage des valeurs communes avec le monde du sport de haut niveau : la compétitivité, l'esprit d'équipe, le dynamisme et le dépassement de soi. C'est donc tout naturellement que le Groupe s'engage depuis le milieu des années 80 dans le sponsoring sportif. Nous sommes partenaires de grands clubs sportifs et d'événements sportifs depuis de nombreuses années.

CLUBS DE FOOTBALL ET DE RUGBY

La longue histoire d'amour entre AFFLELOU et le sport commence en 1986 avec le football lorsque le Groupe devient sponsor du club AS Monaco. Le Groupe soutient ensuite d'autres clubs de football tels que l'Olympique de Marseille, Paris Saint-Germain, Bastia, Lorient, Strasbourg et les Girondins de Bordeaux, dont M. Alain Afflelou est président de 1991 à 1996. Le groupe AFFLELOU soutient également des clubs de rugby : en 1997 et 1998, il est le sponsor officiel du Stade Français, puis de l'Aviron Bayonnais de 2007 à 2014. Le Groupe est également le principal sponsor de la course en solitaire du Figaro pendant 5 ans et le partenaire de la Fédération française de tennis de 2005 à 2013, tout en étant présent sur les courts principaux du tournoi Roland Garros. Le Groupe AFFLELOU (pour l'enseigne ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN) devient également le partenaire officiel du club AS SAINT-ÉTIENNE pour les saisons 2019-2020 et 2020-2021. Enfin, l'enseigne ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN est devenue partenaire officiel du Roadshow Grand Prix de France, qui allie découverte sportive, dépassement de soi, proximité et prévention auditive.

1986
Cyclisme : LAURENT FIGNON



1986 | 1988
AS MONACO



1988 | 1989
Basket Féminin RACING CLUB OLYMPIQUE DE MARSEILLE



1990
PARIS SAINT-GERMAIN



1991 | 1996
GIRONDINS DE BORDEAUX



1991 | 2002
CLUB DE CRÉTEIL



1997
STADE Français



2003 | 2004
ATHLÉTISME



2003 | 2007
LA SOLITAIRE



2005 | 2008
RC STRASBOURG



2006
PARIS SAINT-GERMAIN



2005 | 2013
ROLAND-GARROS



2007
COUPE DAVIS



2007 | 2014
AVIRON BAYONNAIS



2012 | 2013
ESTAC TROYES



SC BASTIA



2012 | 2016
AFFICHAGE LIGUE 1



2014 | 2016
SPONSORING TV CANAL+



2015 | 2016
AS MONACO



2016 | 2017
COUPE DE LA LIGUE



2019 | 2021
SPONSORING L1
AS MONACO
AS SAINT-ÉTIENNE



E-SPORT

En France, le Groupe AFFLELOU a été deux années durant le fournisseur officiel de la TEAM VITALITY, équipe d'e-sport numéro 1 en France et parmi les leaders européens du secteur. Au travers de cette collaboration, TEAM VITALITY et le Groupe AFFLELOU ont pu sensibiliser le grand public à l'importance de la vision dans le jeu vidéo, à la fois en termes de performance pour les joueurs professionnels et de santé publique pour les joueurs occasionnels. Une étude a été également menée avec un partenaire verrier du Groupe afin de développer des verres anti-fatigue adaptés à la pratique de l'e-sport pour les joueurs professionnels mais aussi pour tous leurs fans ou les personnes exposées aux écrans pendant de longues durées.

En Espagne, le Groupe AFFLELOU soutient Movistar Riders, un club d'e-sport créé pour contribuer au développement des jeux vidéo. En tant que l'une des plus grandes équipes d'Europe, elle possède un centre haute performance pour les joueurs professionnels. Le Groupe AFFLELOU, avec trois autres sociétés, est l'un des sponsors de cette organisation en raison de la nécessité de promouvoir la santé visuelle dans ce segment du marché. D'ici 2022, le partenariat touchera un public amateur de près de 18 millions de personnes et un public de joueurs professionnels de 6 millions de personnes en Espagne.



AFFLELOU

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

INFORMATIONS INCLUSES DANS CE RAPPORT

PREMIER RAPPORT VOLONTAIRE

Le Rapport sur le développement durable et la responsabilité sociale d'entreprise 2021 (« le Rapport ») est le premier rapport volontaire publié par le Groupe AFFLELOU. Il décrit les différents projets et initiatives liés à la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) menés par nos différentes entités et équipes, ainsi que les principaux résultats en termes de performance obtenus par le Groupe.

Basé en France, le Groupe AFFLELOU n'est pas encore soumis à l'obligation de divulguer une déclaration sur sa performance extra-financière, et en particulier en ce qui concerne la Déclaration de performance extra-financière (DPEF), suite à la transposition de la Directive européenne 2014/95/UE.

SYSTÈME DE RAPPORTS

Un rapport ESG annuel est réalisé depuis plusieurs années au sein du Groupe pour les entités et filiales suivantes : Franchiseur ALAIN AFFLELOU France, magasins détenus ALAIN AFFLELOU France, entreprise ALAIN AFFLELOU España, magasins détenus ALAIN AFFLELOU España, ALAIN AFFLELOU Belgique, ALAIN AFFLELOU Portugal, marques ALAIN AFFLELOU (Suisse) et ALAIN AFFLELOU International (Luxembourg). Le rapport couvre plus de 190 indicateurs sur les aspects environnementaux, sociaux et sociétaux, suivis grâce à un outil de reporting non financier en ligne dédié.

Les rapports des initiatives liées à la RSE, ainsi que les informations quantitatives extra-financières, seront renforcés dans les années à venir. L'amélioration des rapports sur les données et les pratiques vont permettre au Groupe AFFLELOU de parvenir à une plus grande transparence sur sa performance RSE.

CHAMP D'APPLICATION

Le Rapport couvre les principales succursales et entités appartenant au Groupe AFFLELOU au 31 décembre 2021, en particulier les succursales en France et en Espagne. Les autres pays dans lesquels le Groupe exerce ses activités ne sont pas encore inclus dans le champ d'application du Rapport.

De plus, la contribution des franchisés a été exclue des chiffres présentés dans ce Rapport dans la plupart des cas. Le champ d'application des informations et des données liées aux aspects sociaux (par ex. main-d'œuvre, formations, conventions collectives, etc.) et environnementaux (consommation d'énergie, émissions de gaz à effet de serre, élimination des déchets, etc.) ne comprend que les sites, bureaux et magasins qui sont directement exploités par le Groupe (succursales). Lorsque la contribution des franchisés a été incluse dans les chiffres, elle a toujours été clarifiée dans une note.

PÉRIODE

Les informations qualitatives et quantitatives fournies dans le présent Rapport font référence à l'exercice financier 2021 (du 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2021). Des précisions seront fournies au cas par cas si les données font référence aux années précédentes et/ou aux initiatives futures à mettre en œuvre pleinement dans les années à venir.

Le cas échéant, des informations sont également incluses sur les initiatives entreprises au cours des années précédentes, mais toujours applicables en 2021, ainsi que sur les événements d'intérêt particulier pour 2021 déjà connus à la date d'achèvement du Rapport.

DÉFINITION DU CONTENU

Le contenu du Rapport a été préparé sur la base des résultats de l'évaluation des enjeux prioritaires en matière de RSE et du diagnostic des principales pratiques. Ce travail a été mené début 2021 par un comité directeur dédié et a permis d'identifier les principaux enjeux non financiers considérés comme importants à la fois pour les activités et les équipes du Groupe et pour ses principales parties prenantes.

Le travail a également impliqué tous les rôles et départements clés du Groupe, qui ont travaillé en étroite collaboration et sous la coordination du Comité directeur pour le développement durable.

SUJETS EXCLUS

Plusieurs questions extra-financières sont considérées comme non pertinentes eu égard aux activités du Groupe AFFLELOU. Par conséquent, ces sujets ne sont pas rapportés dans ce document :

- Engagements et initiatives en faveur de la lutte contre le gaspillage alimentaire
- Engagements et initiatives en faveur de la lutte contre l'insécurité alimentaire

- Engagements et initiatives en faveur du respect du bien-être animal
- Engagements et initiatives en faveur d'une alimentation responsable, juste et durable

APPROBATION

Le Rapport a été présenté pour examen et évaluation par le Comité directeur pour le développement durable puis approuvé par le Conseil d'administration du Groupe AFFLELOU.

Les informations contenues dans ce Rapport n'ont pas été soumises à un audit externe.

GLOSSAIRE DES TERMES

- PDG** Président-directeur général
COP Communication sur le progrès
RSE Responsabilité sociale d'entreprise
DPEF Déclaration de performance extra-financière
DPD Délégué à la protection des données
ESG Critères environnementaux, sociaux et de gouvernance
COMEX Comité exécutif
RGPD Règlement général sur la protection des données
GRI Global Reporting Initiative
SMSI Système de gestion de la sécurité de l'information
TI Technologie de l'information
QMS Système de gestion de la qualité
ODD Objectifs de développement durable
UGS Unité de gestion des stocks
ONU Organisation des Nations Unies
WBCSD World Business Council for Sustainable Development

AFFLELOU

ALAIN AFFLELOU

11, RUE D'ARGENSON | CS 10026 | 75 008 PARIS

www.afflelou.com