

Déclaration de Performance Extra-Financière Cultura



→ L'ESSENTIEL

“

Edito

En 2020, une première étape importante était franchie dans notre démarche de développement durable avec la publication de notre DPEF. Nous y présentons pour la première fois notre carte de matérialité que nous avons construite avec nos parties prenantes. Elle était une première concrétisation de notre engagement à œuvrer pour une contribution positive de Cultura face aux enjeux du développement durable. Cet engagement, hissé au rang de priorité stratégique pour l'entreprise parmi les 4 axes de développement définis dans la stratégie 2025, correspond à une volonté forte de l'entreprise à se transformer dans cette direction. Il se traduit d'ailleurs par une grande implication des membres de la gouvernance comme de chacun des collaborateurs de l'entreprise sur le sujet.

Cette année, nous sommes heureux d'aller un peu plus loin encore en publiant une DPEF plus complète, dans la présentation des actions et surtout des données que peu à peu nous parvenons à consolider.

La mesure de notre action est bien évidemment la condition pour nous inscrire dans une logique de progrès continu. C'est ainsi qu'à chaque enjeu transversal (culturel, environnemental et social) nous entendons y associer un indicateur clé de performance que nous suivrons avec attention dans le temps.

Notre classement à l'étude « Great Place To Work » nous permettra ainsi de mesurer nos progrès pour répondre à l'enjeu de l'épanouissement et du développement de chaque collaborateur, dans sa diversité. Notre première empreinte carbone réalisée cette année va nous permettre de mesurer l'évolution de nos émissions de gaz à effet de serre. Enfin, l'enjeu sociétal de promotion de la diversité des pratiques culturelles sera également assorti d'un indicateur de performance. Cet enjeu est clé pour notre entreprise puisqu'il est directement lié à notre mission de faire vivre et aimer la culture. Sa singularité ne nous permet pas en revanche de nous appuyer sur un indicateur pré-existant. Nous devons donc le construire. C'est là un des chantiers, parmi de nombreux autres en la matière, qui nous attendent dans les mois qui viennent.

”

Frédéric Becquart
Directeur général

Stéphanie Moreau
Leader développement durable

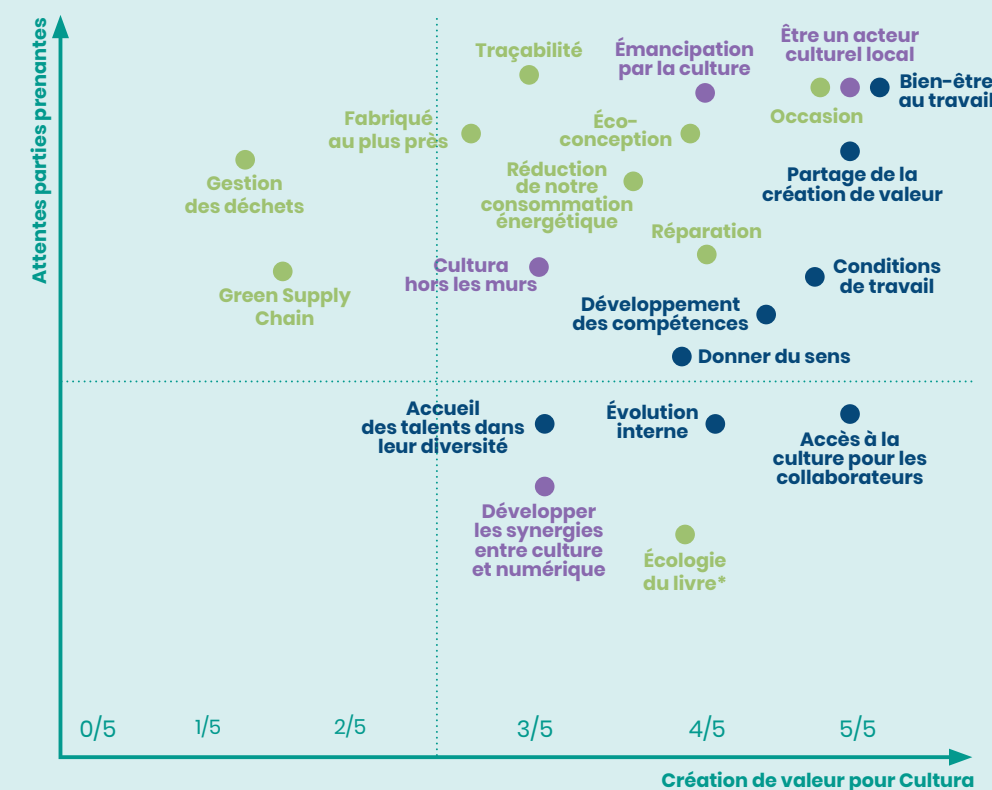
Notre méthodologie de Déclaration de Performance Extra-Financière

Conscients de notre responsabilité sociétale en tant qu'enseigne majeure du secteur de la distribution, nous avons engagé un processus profond et sincère de mise en mouvement afin d'intégrer, au sein même de nos activités, des réponses aux défis contemporains. Nous rendons compte de ce travail et de ses résultats dans la présente Déclaration de Performance Extra-Financière.

Entre juin et octobre 2020, nous avons étudié en profondeur les risques et opportunités auxquels nous faisons face en tant qu'enseigne, à travers l'élaboration de notre carte de matérialité. Il s'agit d'un outil d'aide à la décision qui permet :

- **de définir les enjeux stratégiques de l'entreprise** qui découlent des attentes des parties prenantes ;
- **de les prioriser** en fonction de leur potentiel de création de valeur ;
- **d'allouer des ressources humaines et financières** pour répondre aux défis identifiés comme prioritaires ;
- **d'initier des plans d'action opérationnels** pour répondre à ces défis.

Notre travail a donné lieu à l'élaboration de la **carte de matérialité** suivante :



- Enjeux RH
- Enjeux culturels
- Enjeux environnementaux

Note : Tous les enjeux environnementaux ont pour finalité de contribuer à baisser nos émissions de CO₂.

* Fabrication, distribution et fin de vie du livre

2021 Cultura en chiffres

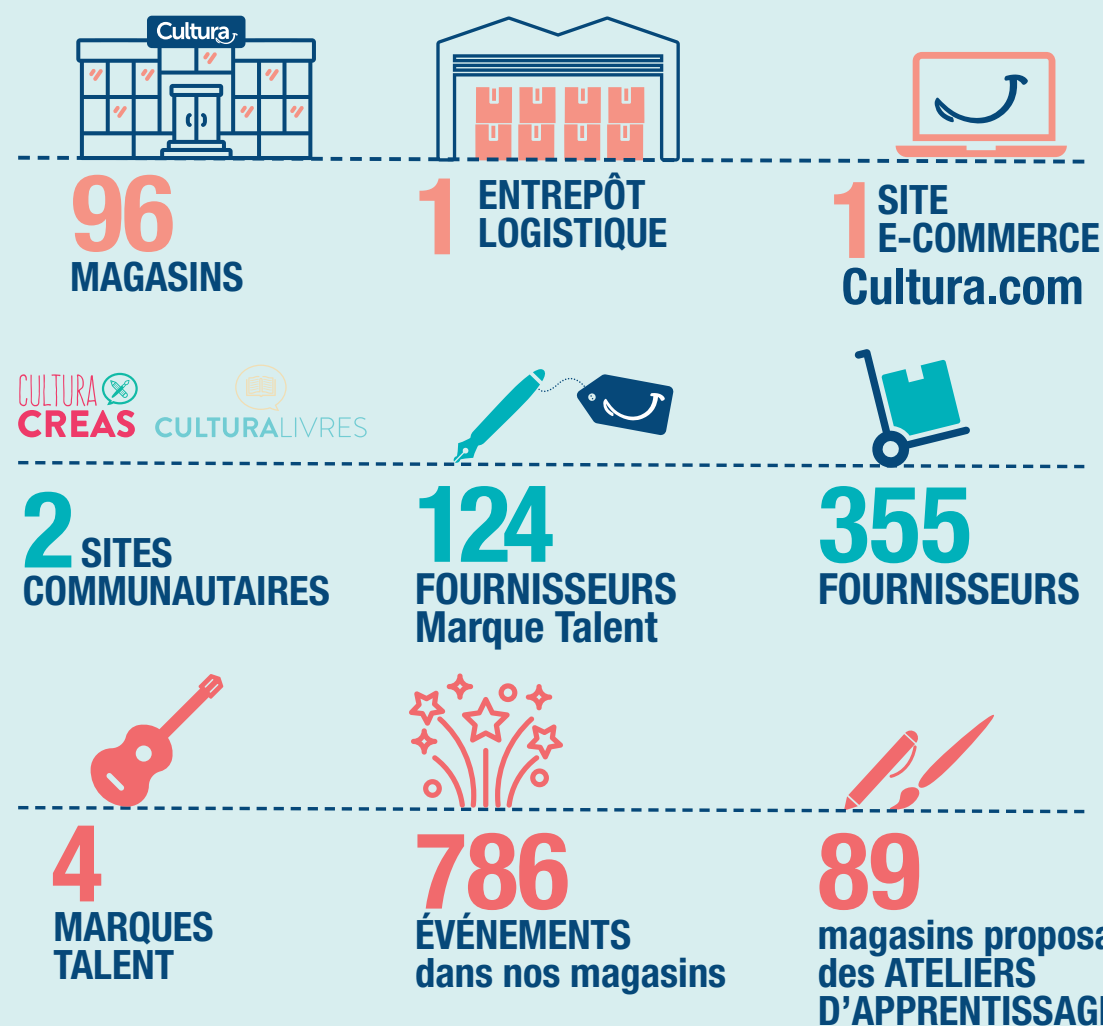


+ de **127**
millions
de visiteurs
annuels en
magasins et
sur le site



8,5
millions
DE CULTUR'
ADDICTS

Une offre complète pour faire vivre et aimer la culture



Univers Editorial
Livres, Vidéo

Univers Ludo-éducatif
Ludo-éducatif, Gaming, Loisirs
numériques

Univers Artistique
Beaux-arts, Imagerie encadrement,
Activité créative adulte,
Apprentissage créatif

Papeterie

Univers Musical
Instruments de musique, Musique,
Apprentissage musical

**Cadeau, Presse,
coffrets cadeaux**



6
ACTIONS
DE MÉCÉNAT
CULTUREL

BANQUE
scolaire

54 tonnes de produits
scolaires récoltés et redistribués
+ 5 500 cartables
neufs



3 programmes
nationaux et
11 projets locaux
soutenus

Les événements marquants de l'année 2021

SOCIÉTAL & CULTUREL



1^{ers} CONTENUS CULTURELS PROPRIÉTAIRES
(AH!, PORTRAITS CROISÉS, LES CRÉATIVES, ET ÉMISSION CULTURELLE 99...) AU SERVICE DE LA DIVERSITÉ CULTURELLE

BANQUE
scolaire

54 tonnes de fournitures récoltées au profit de la Banque Scolaire

6 partenaires culturels sur l'ensemble du territoire :



- LES BASSINS DES LUMIÈRES
- LE MUSÉE D'AQUITAINE
- LES FRANCOFOLIES
- LE PRIX DE LA LIGUE DE L'IMAGINAIRE
- LE PRIX DU GOUT DES SCIENCES
- LE TREMPIN DU MUSIC'AL

DON DE 355 000 produits de loisirs créatifs, de beaux-arts, de ludo-éducatif et de papeterie

Partenariats & événements locaux

4 JOURNÉES DE SOLIDARITÉ au service d'une association culturelle locale proche des magasins via le mécénat de compétence



11 projets locaux de la Fondation soutenus par des collaborateurs Cultura

Bibliothèques Sans Frontières
Libraries Without Borders
Implantation de 15 micro bibliothèques avec BSF



3 programmes nationaux soutenus par la Fondation d'entreprise Cultura :
DÉMOS, BSF ET MOTS & MERVEILLES.

DON DE 5 500 cartables à l'association du Don en Nature



3 campagnes de micro-dons via l'arrondi en caisse
325 000 € RÉCOLTÉS POUR MOTS & MERVEILLES, ÉDUCER POUR LA PETITE ENFANCE ET LIRE ET FAIRE LIRE



1^{ère} Déclaration de Performance Extra-Financière



Transport par train entre le Havre et Moissy

Taux de retour de livres en baisse = 17,5 %



ENVIRONNEMENT

1^{ère} mesure de notre empreinte CO2 scopes 1, 2 et 3



Auto-label «Sourire au Monde» : définition des critères d'attribution pour un déploiement en 2022

okazio
La culture à l'infini !

Lancement de la 1^{ère} plateforme de vente et d'achat de produits culturels, créatifs et éducatifs de seconde main entre particuliers

Audit déchets de magasins



Nos contrats d'énergie, signés en 2021 pour 2022, nous garantissent **une énergie renouvelable**

100% française produite à partir d'installations déjà amorties



26% de nos Produits Marque Talent proviennent d'Europe.



32 tonnes de livres ramenés par les clients et donnés à BSF via notre partenaire Lili



Remplacement packaging de Produits Marque Talent (PMT) = + de 770 Kg de plastique économisés / an

HUMAIN

Great Place To Work

Obtention certification Great Place To Work =

68 %



Formation aux enjeux climatiques



Nouveaux accords égalité Femmes / Hommes en faveur de l'égalité professionnelle



Maintien du salaire net pendant le congé maternité

15 artistes internes mis en avant sur notre réseau social d'entreprise



Évolution des modes de travail : télétravail 2 jours/semaine au Lab + formation sur le travail à distance



Le campus Cultura devient organisme de formation

Notre modèle d'affaires 2021

Cultura a adopté une manière singulière d'envisager la création de valeur, en jugeant la performance au prisme de **5 cadrans, indicateurs de la performance** à parts égales :



Nos ressources



HUMAIN

- **4 382** Passeurs de culture
- **91 800** heures de formation
- **37 %** hommes / **63 %** femmes



OFFRE CULTURELLE ET ARTISTIQUE

- **+ de 2 millions** de références de produits culturels et créatifs
- **4** Marques Talent *Créalia, Monali, Shiver, Cultura*
- **1** offre apprentissage



CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

- **355** fournisseurs
- **124** fournisseurs pour nos Produits Marque Talent
- **1** bureau de sourcing Asie
- **1** bureau de sourcing Europe
- Des transporteurs



NOTRE ÉCOSYSTÈME

- **96** magasins (**+ de 254 000 m²** de surface commerciale en France)
- **1** site e-commerce
- **2** sites communautaires
- **1** Shop in Shop
- **2** franchises
- **1** Fondation d'entreprise Cultura
- **1** siège social (le Lab)
- **1** entrepôt (56 000 m²)



NOS CONSOMMATIONS

- **23 058 628 kWh** consommés en 2021 pour tous nos bâtiments
- **1** plateforme de management de l'énergie



- Notre mission
- Nos activités
- Nos valeurs OSER

Notre création de valeurs



HUMAIN

- **3 635** collaborateurs formés
- Index égalité Femmes/Hommes de **94/100**
- **104** bénéficiaires de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés
- **11** projets actifs de la Fondation d'entreprise Cultura soutenus par les Passeurs de culture par le biais du mécénat de compétences
- **68 %** des Passeurs de culture déclarent que Cultura est une entreprise où il fait vraiment bon travailler



OFFRE CULTURELLE ET ARTISTIQUE

- Une offre complète pour faire vivre et aimer la culture



NOTRE ÉCOSYSTÈME

- **+ de 83 millions** de visiteurs annuels sur notre site
- **44 millions** de visiteurs annuels dans nos magasins
- **126 000** membres sur nos **2** communautés CulturaCréas et CulturaLivres
- **8,5 millions** de Cultur'addicts
- **+ de 490 K** abonnés sur les réseaux sociaux Cultura



CULTUREL & SOCIÉTAL

- **+ de 786** événements culturels organisés dans nos magasins
- **3** partenariats nationaux et **11** partenariats locaux soutenus par la Fondation d'entreprise Cultura
- Banque Scolaire : **54 tonnes** de produits récoltés distribués à **+ de 10 500** enfants
- Dons de produits à l'Agence du Don en Nature
- Dons en nature de l'entreprise Cultura
- Prêt de produits aux collaborateurs
- **6** actions de mécénat culturel de l'entreprise



ENVIRONNEMENTAL

- **2014** panneaux photovoltaïques produisent **603 561 kWh**
- Reboisement d'une forêt dépeuplée en Corrèze en plantant **4 000** arbres
- **+ de 2 333 tonnes** de déchets recyclés

Enjeux culturels et sociétaux

La mission de Cultura est de **faire vivre et aimer la culture**. Elle s'adresse par essence à tous les publics et s'anime au plus près d'eux, sur l'ensemble du territoire. Cet engagement au cœur de notre développement nous conduit à agir sur trois piliers de responsabilité culturels et sociétaux.



01

Agir localement pour la culture

- Renforcer notre présence locale sur l'ensemble du territoire français
- Mettre les compétences des collaborateurs au service du bien commun
- Poursuivre l'établissement de partenariats et l'organisation d'événements nationaux et locaux



Ouverture de **3 nouveaux magasins**, à Mundolsheim, Nice et Beauvais.



Mise en place d'une **journée de solidarité au service d'une association culturelle locale** proche du magasin pour chaque nouvelle ouverture.



Participation à des **événements culturels locaux**, notamment des salons du Livre afin de promouvoir le livre et la lecture.



Reprise de l'**organisation d'événements nationaux et locaux** (786 en 2021) dans nos magasins, lieux d'expérience et lieux de vie : signatures d'auteurs et minis-concerts.

Soutien de 4 projets locaux avant chaque ouverture de magasin

À Mundolsheim / auprès de la compagnie Atelier Mobile

La mission : proposer la création et diffusion de spectacles dédiés aux scolaires et structures médico-sociales / Le projet : créer plus de 50 marionnettes + 2 panneaux signalétiques + un nouvel élément de décor / Nombre de collaborateurs engagés : 27



02

Contribuer à l'émancipation de chacun par la culture

- Poursuivre nos actions de mécénat en faveur de l'éveil, l'épanouissement, l'apprentissage et l'éducation
- Proposer aux clients des contenus culturels propriétaires, qui rendent notre offre unique
- Encourager l'apprentissage de nouvelles pratiques culturelles
- Offrir un accompagnement de qualité dans les pratiques culturelles et artistiques



La Fondation Cultura a soutenu cette année trois grands programmes nationaux

(Projet Démon, Bibliothèques Sans Frontières, association Mots & merveilles) et Cultura a soutenu **six partenaires culturels sur l'ensemble du territoire** (Les Bassins des Lumières, Le Musée d'Aquitaine, Les Francofolies, Le Prix Ligue de l'imaginaire, Le Prix du Goût des Sciences et le Tremplin Music'Al).

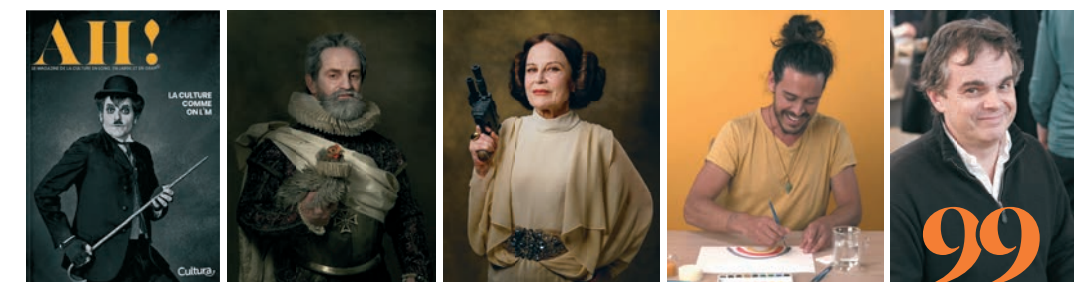


Nous avons organisé **trois campagnes de micro-dons via l'arrondissement en caisse** qui ont permis de soutenir trois associations : Mots & merveilles, Éduquer pour la petite enfance et Lire et faire Lire.

BANQUE scolaire

54 tonnes de fournitures scolaires

ont été collectées lors de la Banque Scolaire de la solidarité et 5 500 cartables donnés aux associations locales. Cultura a soutenu par un abondement l'association Les Petits Champions de la Lecture qui organise un concours de lecture orale et touche plus de 100 000 élèves de Cm1 et Cm2.



L'offre de contenus Cultura se déploie

Cultura propose désormais **quatre contenus propriétaires, qui rendent notre offre unique** : le magazine **AH!**, les "Portraits croisés" les Créaterview et notre émission culturelle "99". C'est un moyen essentiel pour promouvoir la diversité culturelle.

Nous produisons des guides "**pas à pas**" des tutoriels pour aider enfants et adultes à se lancer facilement dans la pratique de loisirs créatifs.

La sélection "**Talents Cultura**" a mis en avant onze auteurs BD, jeunesse et romans dans nos magasins et sur notre site.

03

Agir pour mettre le numérique au service de la culture

- Améliorer nos supports digitaux et notre offre de contenus digitaux
- Accroître notre présence en ligne via la publication de contenus et l'organisation d'événements virtuels



Réflexion autour de l'amélioration de l'expérience client sur notre site internet pour que chaque client ait **un accès facilité à des contenus riches et variés** et une simplification des étapes d'achat. Nous proposons un parcours client optimisé, uniformisé et enrichi de contenus.



Cultura est **partenaire de Vivlio** pour augmenter sa présence en ligne, avec près de 1 million de références.



Nos **espaces numériques communautaires** permettent aux clients comme à nos collaborateurs de partager astuces, projets et coups de cœur.



De **nouveaux contenus numériques** sont publiés régulièrement comme des posts culturels et des contenus vidéos.

Quelques indicateurs clés de performance

945 000 € dédiés à notre **activité philanthropique**

54 tonnes de fournitures scolaires récoltées au profit de la Banque Scolaire
10 500 enfants bénéficiaires des dons de fournitures scolaires

786 événements nationaux et locaux en magasin

3 programmes nationaux soutenus par la **Fondation d'entreprise Cultura**



4 journées de solidarité au service d'une association culturelle locale proche des magasins

+ de 86 000 posts culturels/an sur CulturaCréas et Cultura Livres

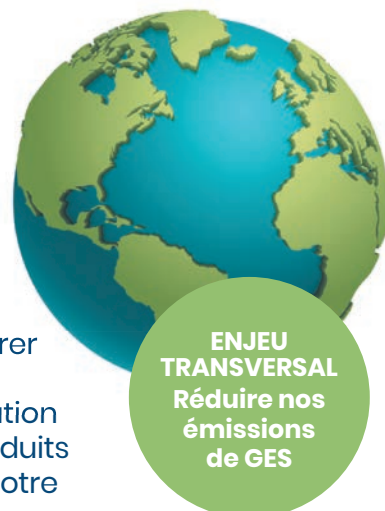
3 nouveaux magasins ouverts



89 magasins proposent des ateliers d'apprentissage

Enjeux environnementaux

Conscients de notre responsabilité environnementale en tant que distributeur de produits culturels et artistiques, nous intensifions depuis plusieurs années notre stratégie environnementale. En 2021, nous avons réalisé pour la 1^{ère} fois notre bilan carbone. Nous avons ainsi obtenu une vision globale de nos émissions de gaz à effet de serre. Cette mesure d'empreinte carbone va nous permettre d'élaborer une trajectoire de baisse de nos émissions prenant en compte nos principaux postes d'émissions. Notamment sur notre consommation d'énergie et nos déchets, sur la conception et le transport de nos produits et aussi sur l'accélération de modèles d'affaires circulaires. Ce sera notre feuille de route décarbonation.



04

Réduire notre consommation énergétique et nos déchets

- Améliorer le suivi de notre consommation énergétique
- Réduire la consommation énergétique des établissements dont nous sommes propriétaires ou locataires
- Optimiser nos usages du numérique
- Diminuer nos déchets



Déploiement depuis 2017 d'une solution globale pour **piloter en temps réel les équipements énergivores** de nos bâtiments.

Contrats d'énergie **renouvelable 100 % française**, produite à partir d'installations déjà amorties.

Campagne de **"relamping" en LED** dans tous nos magasins.



Réalisation d'un **état des lieux énergétique de nos bâtiments** pour connaître l'indice de vétusté de nos établissements. Nous prévoyons d'allouer des ressources pour engager une stratégie d'amélioration de l'efficacité énergétique.

Pour optimiser nos usages du numérique et en réduire l'impact environnemental, nos données sont hébergées dans des **serveurs localisés en France et en Europe**. Nous avons une politique d'achat de consommables informatiques par typologie du matériel, **location avec circuit de reconditionnement ou achat avec filière de recyclage**.



Cultura s'est engagé sur la réduction des déchets et impacts des emballages.

Nous utilisons du carton recyclé et recyclable pour nos emballages e-commerce.

Nous avons diminué la taille des cartons et supprimé le plastique bulle. Une matelasseuse permet de transformer nos emballages cartons en cales. Nous sommes engagés dans un processus de réduction de nos déchets et de l'optimisation du recyclage de nos produits via un Grenelle des déchets internes.

05

Réduire notre empreinte dans la conception et le transport de nos produits

- Eco-concevoir nos Marques Talent, produits et emballages
- Approfondir notre politique d'achats responsables, pour nos Produits Marque Talent et nos marques nationales
- Rendre visibles les actions entreprises sur la traçabilité des produits
- Optimiser le transport de nos produits



Amélioration de l'empreinte environnementale de nos Produits Marque Talent avec la définition des critères de notre auto-label "Sourire au monde". Pour y être éligible, le produit doit cocher obligatoirement un critère qui a un impact sur la baisse des émissions de CO₂. Déploiement en 2022.

Nous pratiquons la politique du juste emballage **en privilégiant les emballages en papier et carton** plutôt que les emballages produits à partir de ressources fossiles. En 2021, nous avons ainsi économisé 770 kg de plastique.



Limitation de l'impact carbone du bois et de la pâte à papier avec, par exemple, **un taux de retour des livres de 17,5 % contre 21,80 % en 2019**.



Test de nouvelles palettes en plastique recyclé, moins lourdes qu'en bois (11 kg contre 22 kg).



Nous réalisons un travail d'amélioration de notre business Intelligence pour **suivre un indicateur d'optimisation de chargement des camions**, le m³ de produits par palette et ainsi mesurer le remplissage effectif des camions.



Nos produits prennent le train

Projet "transport par train"

visant à privilégier le transport ferroviaire depuis le port du Havre jusqu'à notre entrepôt de Moissy. Nous visons ainsi à horizon 2023 une répartition **80 % transport rail / 20 % transport routier**.



06

Développer les modèles d'affaires circulaires qui favorisent l'engagement de la durée de vie des produits

- Promouvoir la vente de produits d'occasion
- Promouvoir la location de produits
- Promouvoir la réparation des produits
- Éduquer les clients à consommer mieux



Lancement d'**Okazio**, notre plateforme d'**achat et de vente de produits culturels, créatifs et éducatifs de seconde main, entre particuliers**.



Mise en place d'un nouveau partenariat avec **LiLi**, start-up française, pour **rendre plus largement accessible les livres d'occasion**.



Prise de participation dans la start-up **Petite Marelle** pour la **location de jeux et jouets**.



Ateliers d'**entretien et de réparation des instruments de musique** dans 65 magasins.

Sensibiliser nos clients au mieux consommer.

Nous impliquons nos clients dans la démarche avec des **tutos en ligne "zéro déchets"**, des campagnes d'influence sur l'**upcycling** ou encore des têtes de gondole anti-gaspillage.



Quelques indicateurs clés de performance

213 443 tonnes eq CO₂ pour les scopes 1, 2 et 3



23 058 628 Kwh consommés
+de 603 000 Kwh produits EnR



32 tonnes de livres récupérés des clients et donnés à des associations



26% de nos Produits Marque Talent en provenance d'Europe



2 333 tonnes de cartons recyclés



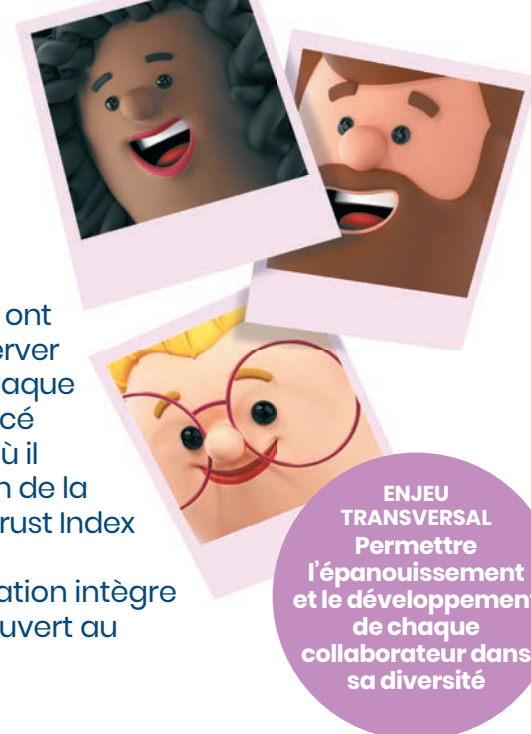
29 665 tonnes de produits transportés entre notre logistique et nos magasins



96 magasins ont organisé des opérations "Nature et développement durable"

Enjeux sociaux/RH

Les deux dernières années, marquées par la crise sanitaire mondiale qui a frappé de plein fouet le secteur de la culture, ont nécessité une vigilance particulière de notre part pour préserver les acquis sociaux de Cultura et s'assurer du bien-être de chaque collaborateur. Malgré ces temps troublés, nous avons renforcé notre politique RH qui vise à faire de Cultura une entreprise où il fait bon vivre et bon travailler. Ceci se traduit dans l'obtention de la certification Great Place To Work avec une note de 68 % au Trust Index (évaluant la confiance des collaborateurs en l'entreprise). Les collaborateurs perçoivent Cultura comme une organisation intègre et honnête (83 %), dotée d'un management accessible et ouvert au dialogue (72 %).



ENJEU TRANSVERSAL
Permettre l'épanouissement et le développement de chaque collaborateur dans sa diversité

07

Créer les conditions pour permettre le développement des compétences et les évolutions internes

- Poursuivre le développement de la politique de formation
- Favoriser les promotions internes
- Faire évoluer les outils RH pour traiter plus efficacement l'ensemble des sujets sur les prochaines années

 Le **campus Cultura** est certifié **Organisme de formation** par l'AFNOR.

 Pour permettre la **progression professionnelle** qui est au cœur de notre stratégie RH, nous mettons en place des actions qui favorisent les promotions internes comme l'**ASAP Day** (Acteur de Son Ambition Professionnelle) qui permet la **détection des potentiels**, les **parcours croisés** entre les différentes entités et les **parcours d'intégration** pour chaque nouveau collaborateur.

 Mise en place d'un nouveau **cycle de développement et de performance** pour l'ensemble des Passeurs de culture.

08


Renforcer le bien-être au travail : équilibre vie professionnelle/vie privée, environnement de travail, management, intérêt des missions/activités menées

- Favoriser une écoute bienveillante des collaborateurs
- Faciliter le dialogue social
- Améliorer la satisfaction des collaborateurs au travail
- Œuvrer au partage équitable de la valeur créée
- Développer l'excellence opérationnelle afin de réduire la pénibilité de certaines tâches

 **Cultura & Moi**

Certification Great Place To Work et dispositif d'enquête mensuel **Cultura&Moi**.

 Le dialogue social est facilité par les **causeries RH** organisées régulièrement et l'entretien de relations de proximité avec nos partenaires sociaux et l'ensemble du réseau de proximité dans chacun de nos établissements.

 Plusieurs actions œuvrent au partage équitable de la valeur créée : la **rémunération des compétences**, la **rémunération de la performance**, les dispositifs favorisant l'**équilibre** et la **protection** et enfin les **avantages** proposés autour de nos produits et services.

 Réduction des gestes métiers évitant la répétition de tâches pour les conseillers de vente et ainsi retrouver du temps au plus près de nos clients.


09

Encourager l'accès des collaborateurs à la culture et favoriser l'émergence d'artistes internes

- Favoriser le développement d'un intérêt et d'une sensibilité pour la culture par le lien social et l'accès à des contenus culturels
- Valoriser des artistes internes

 Organisation de **conférences** spécifiques **pour nos collaborateurs**.

 Possibilité de se former auprès d'**Alexandre Jardin** à l'animation d'**ateliers d'écriture**.

 Amélioration des **remises sur notre offre** proposées à nos collaborateurs et à leurs familles.

 Mise à disposition des collaborateurs de **produits culturels et artistiques en prêt dans les Hubs**, pour favoriser l'accès à la culture.

Nos collaborateurs ont du talent.

En 2021, **15 artistes internes ont été mis en avant via notre réseau social d'entreprise** et une conseillère de vente a été sélectionnée parmi nos 11 "**Talents Cultura**" dans la rubrique livre jeunesse pour son ouvrage "**La carte des confins**".



10

Favoriser l'égalité des chances, encourager la diversité et l'inclusion




- Encourager la mise en œuvre de mesures en faveur de l'égalité Femmes/Hommes, de l'égalité des chances pour aider les individus ayant des difficultés à trouver un emploi ou à maintenir leur employabilité
- Accueillir des individus tels qu'ils sont et pour ce qu'ils apporteront au groupe, à la société, quelles que soient leurs caractéristiques (sociales, de handicap, d'origine, d'âge, de sexe)
- Étendre notre action au-delà des murs de Cultura via des initiatives externes agissant pour l'inclusion
- Rendre visible en interne et en externe nos actions dans ce sens



 Nouveaux accords pour l'**égalité entre les femmes et les hommes** sur les thématiques de l'embauche, la formation, la promotion, la rémunération et l'articulation vie pro/vie parentale.

 **Maintien du salaire à 100 %** du salaire net pendant le **congé maternité**.

 **Chèque emploi service universel (CESU)** d'une valeur de **200€/an** pour les collaborateurs reconnus travailleurs handicapés. **Abondement du compte personnel de formation (CPF)** pour les collaborateurs de + de 55 ans **jusqu'à 500€/an**.

Quelques indicateurs clés de performance

Indice 68 % 
82,95 %  des collaborateurs ont reçu au moins une formation
81,72 %  d'emplois en CDI

100%  de Directeurs magasin nommés via promotion interne
Index Femmes / Hommes 94/100
15  artistes internes mis en avant

Enjeux identifiés carte de materialité	Objectifs	Indicateurs	Chiffre 2020	Chiffre 2021
Réduire nos émissions de GES	Approfondir l'audit annuel de nos émissions de GES (scope 1, 2 & 3)	Tonnes CO2eq scopes 1 et 2 (émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre)	-	1 932 tonnes eq CO2
		Tonnes CO2eq scopes 1, 2 et 3 avec usage des produits et déplacement clients	-	213 443 tonnes eq CO2
		Tonnes CO2eq scopes 1, 2 et 3 hors usage des produits et déplacement clients	-	152 414 tonnes eq Co2
Réduire notre consommation énergétique et nos déchets		Nombre de magasins audités énergétiquement	-	2
		% des bâtiments propriétaires ayant une classe énergétique entre A et D	-	43,50%
		% de magasins équipés par Efficia (magasins - locataires)	100%	100%
		% de magasins équipés par Efficia (magasins - propriétaires)	100%	100%
		Nombre de kWh consommés (total)	21 065 216	23 058 628
		Nombre de kWh consommés au Lab	588 461	549 952
		Nombre de kWh consommés dans l'entrepôt (Log)	901 755	1 190 448
		Nombre de kWh consommés dans nos hubs (locataires)	14 423 298	16 328 015
		Nombre de kWh consommés dans nos hubs (propriétaires)	4 710 971	5 306 972
		Nombre total de kWh économisés grâce à nos actions (par rapport à la période de référence depuis la mise en place d'eficia en 2017))	-6 599 834	-4 852 537
	Améliorer le suivi de notre consommation énergétique	Nombre de magasins ayant mis en place des systèmes de chauffage et de climatisation automatique	100%	100%
		Nombre de magasins ayant mis en place un système d'éclairage LED	93	93
		Nombre de magasins équipés en ENR	2	3
		Nombre de panneaux photovoltaïques installés dans des magasins	-	1 676
		Surface (m2) de panneaux photovoltaïques (magasins)	2 000	2 804
		Production en kWh d'ENR (magasins)	215 158	485 598
		% des besoins en électricité couverts par la production photovoltaïque dans les magasins équipés	-	41%
		Nombre de panneaux photovoltaïques installés au Lab	338	338
		Surface (m2) de panneaux photovoltaïques (Lab)	756	756
		Production en kWh d'ENR (Lab)	125 000	117 963
	Optimiser nos usages du numérique	% des besoins en électricité couverts par la production photovoltaïque au Lab	21,24%	21,50%
		Nombre de serveur Production / pré Production	252 / 106	233/84
		Nombre de CPU	2372	1365
		Nombre de RAM en Go	10 930	6 864
		Nombre de Data en To	102,4	115
		Nombre d'e-mails émis	20 608 000	23 134 000
		Nombre email marketing émis	142 000 000	140 000 000
		Taux d'ouverture moyen	21,70%	23,82%
		% ticket de caisse dématérialisé vs ticket de caisse global	4,10%	5%
	Diminuer nos déchets	Poids (en tonnes) de cartons recyclés (MAGASIN)	-	2 048 tonnes
		Poids (en tonnes) de cartons recyclés (LAB)	35,79 tonnes	44,68 tonnes
		Poids (en tonnes) cartons recyclés (LOG)	71,64 tonnes	240,98 tonnes
		Tonnes de carton réutilisés et transformés en calage	-	3,99 tonnes
		Poids (en tonnes) de DIB (magasin)	-	1 450 tonnes
		Poids (en tonnes) DIB (LOG)	9,94 tonnes	12,48 tonnes
		Poids (en tonnes) de cartouches d'imprimantes recyclées	0,052 tonnes	0,241 tonnes
		Poids (en tonnes) des DEEE recyclés	-	-
		Poids (en tonnes) stylos et éléments d'écriture	-	1,3 tonnes
		Poids (en tonnes) piles	0,029 tonnes	0,65 tonnes
		Poids (en tonnes) des gobelets plastiques recyclés	0,113 tonnes	0,104 tonnes
		Poids (en tonnes) des bouteilles plastiques recyclées	0,101 tonnes	0,202 tonnes
		Poids (en tonnes) des cannettes recyclées	0,047 tonnes	0,091 tonnes
		Poids (en tonnes) des mégots recyclés (LAB)	0,012 tonnes	0,005 tonnes
		Nombre de produits en démarque connue/an en Logistique	-	59 100
		Nombre de produits en démarque connue/an dans les magasins	414 174	382 668
Réduire notre empreinte dans la fabrication et le transport de nos produits	Responsabilité Bois et pâte à papier	Taux de retours de livres aux éditeurs	19,29%	17,50%
	Eco-concevoir nos PMT	% de PMT /sur l'ensemble des produits en quantité réceptionnée	20,30%	18,74%
		% de PMT /sur l'ensemble des produits non editoriaux en quantité réceptionnée	-	30,40%
		% des PMT conçus à partir de matière recyclée	4,71%	6,38%
		Nombre de PMT labellisés «Sourire au monde»	-	En cours
		% de PMT labellisés «Sourire au monde»	-	En cours
		Nombre de critères exclusion dans le label «sourire au monde»	-	8

PMT : Produits Marque Talent

Enjeux identifiés carte de materialité	Objectifs	Indicateurs	Chiffre 2020	Chiffre 2021
Réduire notre empreinte dans la fabrication et le transport de nos produits		Nombre de critères inclus dans le label sourire au monde	-	21
		Quantité (en tonnes) de bois utilisée pour nos PMT	-	2 764
		% de PMT fabriqués avec du bois et papier labellisé	54%	76%
		% de PMT fabriqués avec du textile certifié	4,71%	6,38%
		% de PMT sans emballage	25%	23,80%
		% de PMT avec des emballages 100% recyclables	23%	39,00%
		% de PMT dans des emballages non recyclables	12%	8%
		Nombre de fournisseur	353	355
		Nombre de fournisseurs de PMT	111	124
		% de PMT en provenance d'Europe	28%	26%
	Approfondir notre politique d'achats responsables, pour nos PMT et nos marques nationales	% de fournisseurs MT signataires de notre code de conduite	77%	77%
		Nombre de pays dans lesquels nos fournisseurs produisent	13	17
	Rendre visibles les actions entreprises sur la traçabilité des produits.	Nombre de fiches de sécurité concernant les produits chimiques	8 000	9 000
	Optimiser le transport de nos produits	Transport Amont (sourcing lointain) des PMT		
		Poids de PMT transporté / an en tonnes	3 065,7 tonnes	3 435 tonnes
		% transport aérien de PMT	0,10%	0,09%
		% transport maritime de PMT	96,70%	99,81%
		% transport ferroviaire de PMT	1,40%	0,10%
		% transport routier de PMT	1,80%	0%
		% de bateaux alimentés en gaz naturel liquéfié pour le transport de nos PMT	-	43,16%
		Transport Le Havre - Moissy		
		% de container tractés par le rail (Le Havre - Moissy)	60,43%	41,00%
		Tonnes de CO2 émis / container livrés EVP (Le Havre - Moissy)	0,116	0,136
		Transport Aval Moissy vers les entrepôts régionaux des transporteurs		
		Nombre de m3 de produits / palette	-	En cours
		Nombre de palettes transportées	-	165 007
		Poids (en tonnes) marchandise transportée	-	29 665,6 tonnes
		Nombre de Km parcourus entre l'entrepôt Cultura Moissy et Prisme jusqu'aux entrepôts régionaux de nos transporteurs (en Km)	-	1 960 985 Km
		Nombre de Km parcourus entre les entrepôts régionaux et les Hubs	-	911 232 Km
		% de nos transporteurs qui s'inscrivent dans la démarche FRET 21	-	En cours
		Ecommerce Poids en tonnes colis transportés (nombre de colis x poids colis)	-	4 687,1 tonnes
		Poids en tonnes transportés par Colissimo (nombre de colis x poids colis)	-	1 012,4 tonnes
		Poids en tonnes transportés par Chronopost (nombre de colis x poids colis)	-	331,9 tonnes
		Poids en tonnes transportés Click and collect (nombre de colis x poids colis)	-	3 001,2 tonnes
		Poids en tonnes transportés par autres transporteurs (nombre de colis x poids colis)	-	341,6 tonnes
Développer les modèles d'affaires circulaires, qui favorisent l'allongement de la durée de vie des produits	Promouvoir la vente de produits d'occasion	% CA consommation responsable / CA total	-	0,02%
		Nombre de livres d'occasion vendus	21 592	23 637
		Nombre de magasins équipés d'un kiosque Lili	-	24
		Nombre de magasins organisant des récoltes de livres	94	96
		Poids (en tonnes) des livres collectés	-	32
		Nombre de magasin proposant la reprise de console de gaming	-	5
		Nombre de transaction sur la plateforme Okazio	-	56
		Nombre de magasin avec une TG anti gaspi	-	14
		% CA Occasion /total CA consommation responsable	-	63,44%
	Promouvoir la location de produits	Nombre d'abonnements à la location de jeux et jouets	-	385
	Promouvoir la réparation	Nombre d'ateliers de réparation d'instruments de musique	-	65
		CA SAV	-	56 273
	Accompagner les clients dans une consommation plus responsable	% CA Réparation /total CA consommation responsable	-	36,56%
		Nombre de tutos DIY zéro déchets	6	19
		Nombre de magasins ayant organisés des opérations « Nature et développement durable »	94	96

Indicateurs clés de performance CULTURELS ET SOCIÉTAUX

Enjeux identifiés carte de materialité	Objectifs	Indicateurs	Chiffre 2020	Chiffre 2021
Agir localement pour la culture	Renforcer notre présence sur l'ensemble du territoire français à travers l'implantation et l'adaptation des magasins	Nombre de magasins en France	94	96
		% de départements français (dont DROM-COM) hébergeant un magasin Cultura	-	62%
	Mettre les compétences des collaborateurs Cultura au service du bien commun	Nombre de livrables réalisés pour une association sociale et culturelle locale par le ménénat de compétences des collaborateurs	-	4
		Nombre de collaborateurs ayant participé à ces livrables	-	87
	Poursuivre l'organisation d'événements locaux et nationaux	Nombre de d'heures de mécénat de compétence pour la réalisation de ces livrables	-	291
		Nombre d'événements nationaux et locaux (showcase, dédicace, signatures, expo...) / an en magasin	-	786
Contribuer à l'émancipation de chacun par la culture	Poursuivre nos actions de mécénat en faveur de la culture et de l'éducation	Montant en € dédiés à notre activité philanthropique (fondation et actions de l'entreprise)	400 000 €	945 000 €
		Nombre de grands programmes nationaux de la Fondation	4	3
		Nombre de projets locaux de la Fondation	12	11
		Nombre d'actions de mécénat culturel de l'entreprise	6	6
		Nombre de campagnes de micro-dons via l'arrondi en caisse	-	3
		% de magasins investis dans des campagnes de micro-dons	-	100%
		Montant (€) collecté grâce aux micro-dons via l'arrondi en caisse	-	325 125 €
		Nombre d'enfants bénéficiaires des dons de fournitures scolaires	8 850	10 500
		Tonnes de fournitures scolaires collectées lors de la Banque Scolaire de la solidarité	45	54
		Nombre de cartables neufs donnés par l'entreprise à l'Association Don en Nature	5 500	5 500
	Proposer aux clients des contenus culturels propriétaires, qui rendent notre offre unique et singulière	Nombre de produits donnés à l'Agence du Don en Nature	11 000	155 867
		Nombre d'associations bénéficiaires des produits donnés à l'Agence du Don en Nature	-	240
		Nombre de contenus culturels propriétaires	2	4
		Nombre de magazines AH!	-	15 000
		Nombre de Portraits Croisés	-	18
		Nombre de Créaterviews	-	4
	Encourager l'apprentissage de nouvelles pratiques culturelles	Nombre d'émissions culturelles 99	-	3
		Nombre de livres édités par mercileslivres	-	57
		Nombre de manuscrits publiés sur la plateforme l'Ecritoire	-	1
		Nombre de participants aux ateliers d'apprentissage	-	5 234
		Nombre de magasins qui proposent des ateliers d'apprentissage	-	89
	Offrir un accompagnement de qualité dans les pratiques culturelles et artistiques	Nombre de m² de magasins dédiés à aux ateliers d'apprentissage.	-	2 225
		Nombre de guides «pas à pas», tutoriels pour aider a se lancer dans la pratique de loisirs créatifs	124	242
		Nombre de coups de cœur produits des collaborateurs sur Cultura.com	3 093	3 687
		Nombre de livres valorisés dans la sélection « Talents Cultura »	12	11
		Note de satisfaction de nos clients sur l'étendue de notre offre	8,5/10	8,6/10
		Nombre de produits testés et approuvés par les Culturaddicts	52	-
Agir pour mettre le numérique au service de la culture	Améliorer nos supports digitaux et notre offre de contenus digitaux	Note de satisfaction de nos clients sur la qualité de réponse de nos équipes	9,1/10	9,1/10
	Accroître notre présence en ligne via la publication de contenus et l'organisation d'événements virtuels	Nombre de références en livres numériques	800 000	850 000
		Nombre de posts culturels / an sur CulturaCréas et CulturaLivres	57 079	86 386
		Nombre de publications sur les réseaux sociaux autour de la mise à la pratique d'une activité culturelle, créative ou artistique	423	498
		Nombre de minutes de vidéos de contenus culturels	543	634
		% des contenus vidéos qui mettent en avant des passeurs de culture	-	31%
		Nombre de vidéos de Talents littéraires émergents	12	12
		Nombre de vidéos de talents musicaux émergents	5	0

Indicateurs clés de performance HUMAINS

Enjeux identifiés carte de materialité	Objectifs	Indicateurs	Chiffre 2020	Chiffre 2021
Permettre l'épanouissement et le développement de chaque collaborateur dans sa diversité	Poursuivre le développement de la politique de formation	Nombre de collaborateurs (emplois totaux)	4434	4382
		% emplois en CDI	78,55%	82%
		Nombre de collaborateurs ayant reçu au moins 1 formation	3 338	3 635
		% de collaborateurs ayant reçu au moins 1 formation	75,28%	82,95%
		Nombre d'heures de formation	31 860	91 800
		Nombre de formations disponibles	107	97
		Nombre de cours disponibles sur l'e-académie (DM et managers)	1 600	1 912
		Nombre de cours disponibles sur ecampus	50	70
		Nombre d'heures de conférences gratuites disponibles	9	7
		Nombre de collaborateurs ayant participé à « Adopte un Lab »	Annulé	60
	Favoriser les promotions internes	Nombre de collaborateurs formés à la Fresque du Climat	-	136
		Nombre de tuteurs / formateurs internes	134	173
		% du recrutement de nos cadres via l'ASAP Day	-	43% CS / 100% DM
		Nombre de missions pourvues par promotion interne	159	191
		% de DM nommés par promotion interne	86%	100%
	Faire évoluer les outils RH pour traiter plus efficacement l'ensemble de ces sujets sur les prochaines années	% des besoins pourvus par promotion interne	-	45%
		Nombre d'emplois pourvus par promotion interne	159	118
		% de bénéficiaires du cycle annuel de développement et de performance	100%	100%
		Nombre d'entretiens projet professionnel / an	1	1
Renforcer le bien-être au travail	Favoriser une écoute bienveillante des collaborateurs	Indice Great Place To Work	-	68%
		Nombre de répondants à l'enquête Great Place To Work	-	2 871
		% de participation à l'enquête Great Place To Work	-	83%
		Note moyenne de satisfaction au baromètre interne Cultura&Moi	8,2/10	8,1/10
		% de participation au baromètre interne Cultura&Moi	60%	53%
	Faciliter le dialogue social	Nombre de causeries RH organisées	7	5
		Nombre total de participants à ces causeries	200	540
		Nombre de titulaires du Comité social d'entreprise	21	21
		Nombre de commissions CHSCT	-	7
	Améliorer la satisfaction des collaborateurs	Nombre de référents harcèlement élus	2 CSSCT / 2 RH	2 CSSCT / 2 RH
		% des passeurs de culture déclarant que Cultura est une entreprise où il fait bon travailler	-	68%
		Taux d'absentéisme	4,46%	5%
	Encourager l'excellence opérationnelle afin de réduire la pénibilité de certaines tâches	% turnover	15,56%	18,03%
		Nombre de magasins ayant déployé un dispositif «d'excellence opérationnelle»	-	7
Encourager l'accès des collaborateurs à la culture et favoriser l'émergence d'artistes internes	Œuvrer au partage de la valeur créée	% moyen de la rémunération versé en primes d'intéressement / de participation en complément de la rémunération fixe	11,10%	chiffre en mars
		Montant versé au fonds d'entraide et de solidarité	-	20 000 €
		Great Place to Work : note obtenue à la question «l'entreprise partage les bénéfices de sa croissance»	-	52%
	Favoriser le développement d'un intérêt et d'une sensibilité pour la culture par le lien social et l'accès à des contenus culturels	Nombre de projets de la fondation soutenus par les passeurs de culture	12	11
		Nombre de collaborateurs formés par Alexandre Jardin à une méthode d'animation collaborative	-	14
		Existence de remise commerciale pour le collaborateur et sa famille	OUI	OUI
		Remises sur l'offre apprentissage pour le collaborateur et sa famille	-	20%
		Nombre de collaborateurs ayant participé à des « ateliers du Lab »	124	85
		Nombre de collaborateurs connectés au Workplace	3 571	3 679
		% de collaborateurs actifs sur le Workplace	93%	87%
		Nombre de groupes de passions produits créés dans le cadre du Workplace	-	10
	Valoriser des artistes internes	Nombre de groupes dans le Workplace	621	840
		Nombre d'artistes internes valorisés et soutenus sur les Réseaux sociaux	-	15
Favoriser l'égalité des chances, encourager la diversité et l'inclusion	Encourager la mise en œuvre de mesures en faveur de l'égalité Femmes / Hommes	Index F/H	94/100	94/100
		% d'emplois en CDI	78,55%	81,72%
		% de femmes	63%	63%
		% d'hommes	37%	37%
		% de femmes DM	33%	34%
		% de femmes parmi les chefs de secteur	-	54%
		% de femmes dans l'équipe inspiration	-	22%
		% de femmes dans le Leadership Group	-	34%
	Favoriser l'égalité des chances pour aider les individus ayant des difficultés à trouver un emploi ou à maintenir leur employabilité	Nombre d'embauches sans CV	4	39
		Nombre de collaborateurs de - de 20 ans	91	106
		% de collaborateurs de - de 20 ans	2,1%	2,40%
		% de besoins de postes pourvus à de jeunes diplômés	-	18%
		Nombre d'étudiants en apprentissage	130	199
		Nombre de collaborateurs de + de 50 ans	257	245
		% de collaborateurs de + de 50 ans	5,8%	5,60%
		Nombre de bénéficiaires de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés	104	104



[Consulter la version complète](#)