

# Déclaration de Performance Extra-Financière **Cultura**



2022

**L'ESSENTIEL**

## Éditos

“ Dans un contexte de succession de crises, de tensions sur de nombreux marchés, et de manifestations frappantes du dérèglement climatique, nous mesurons chaque jour l'importance des transformations engagées depuis plusieurs années par Cultura. Elles nous inscrivent dans une vision contributive aux enjeux mondiaux, climatiques, sociaux et sociétaux, mais apportent aussi une véritable résilience et ouvrent de nouvelles voies durables pour notre activité. Le développement durable fait partie de nos 5 axes stratégiques guidant la marche de notre Vision 2030, et il trouve désormais une place centrale dans notre évolution vers une entreprise plateforme. Cette plateforme culturelle et artistique, articulée autour d'écosystèmes de pratiques ouverts, inscrit en effet la durabilité au cœur de ce nouveau modèle d'affaires. « Faire vivre et aimer la culture » se conjuguera plus que jamais avec l'intégration de nos clients et de tous nos partenaires dans la transition vertueuse, dont ils souhaitent être les acteurs.

2022 a été une année de mise en œuvre de notre stratégie dans une dynamique forte et partagée par toute l'entreprise. C'est tout autant une année de préparation des actions à venir, avec l'écriture de notre feuille de route de décarbonation, ou bien encore l'évolution de notre gouvernance, la création d'une Direction du développement durable, alignant notre organisation sur les enjeux de transformation. Nous abordons ainsi 2023 dans une perspective de mobilisation globale, enthousiaste et tournée vers l'action autour d'un modèle tant vertueux qu'ambitieux.

**Frédéric Becquart**  
Directeur général

Quand on a pour mission de « faire vivre et aimer la culture », dans un univers par essence en mouvement permanent, avec des contenus éditoriaux, des sorties, des nouveautés, des pratiques créatives en renouvellement, la question du modèle s'impose. Le produit neuf est intrinsèquement lié au bouillonnement créatif des artistes et auteurs, au rythme de la « production culturelle », qui anime le désir de découverte, stimule nos imaginaires et participe à la vitalité de son propre modèle économique. Pour autant, dans notre recherche d'impact et d'ouverture, nous pensons que la pratique peut dépasser l'objet, se nourrir d'expériences et d'usages innovants. Au sein d'écosystèmes de pratiques, Cultura proposera toujours plus d'accès et de solutions pratiques pour s'épanouir, s'exprimer et s'éduquer.

Dans cette vision stratégique de notre entreprise, vers une plateforme culturelle et artistique de référence, la Direction du développement durable accompagnera une véritable transformation de nos propositions, dans lesquelles nos clients ne seront plus simplement acheteurs de produits mais pratiquants actifs. Nous pourrions y développer la location, le partage, l'abonnement, la réparation, l'apprentissage, les partenariats, et créer ainsi la bascule vers une économie de la fonctionnalité et circulaire. Cette offre enrichie, élargie et ouverte, sert notre mission culturelle et sociétale tout en ciblant notre enjeu majeur de décarbonation, aligné sur les recommandations du GIEC et la stratégie bas carbone de la France. Ce n'est pas l'unique levier de réduction de nos impacts ou de nos contributions, il nous faut aussi mener toutes les optimisations nécessaires sur notre chaîne de valeur, mais il s'impose en objectif structurant par son urgence et exigence transformatrice.

**Stéphanie Moreau**  
Directrice du développement durable

## Notre méthodologie de Déclaration de Performance Extra-Financière

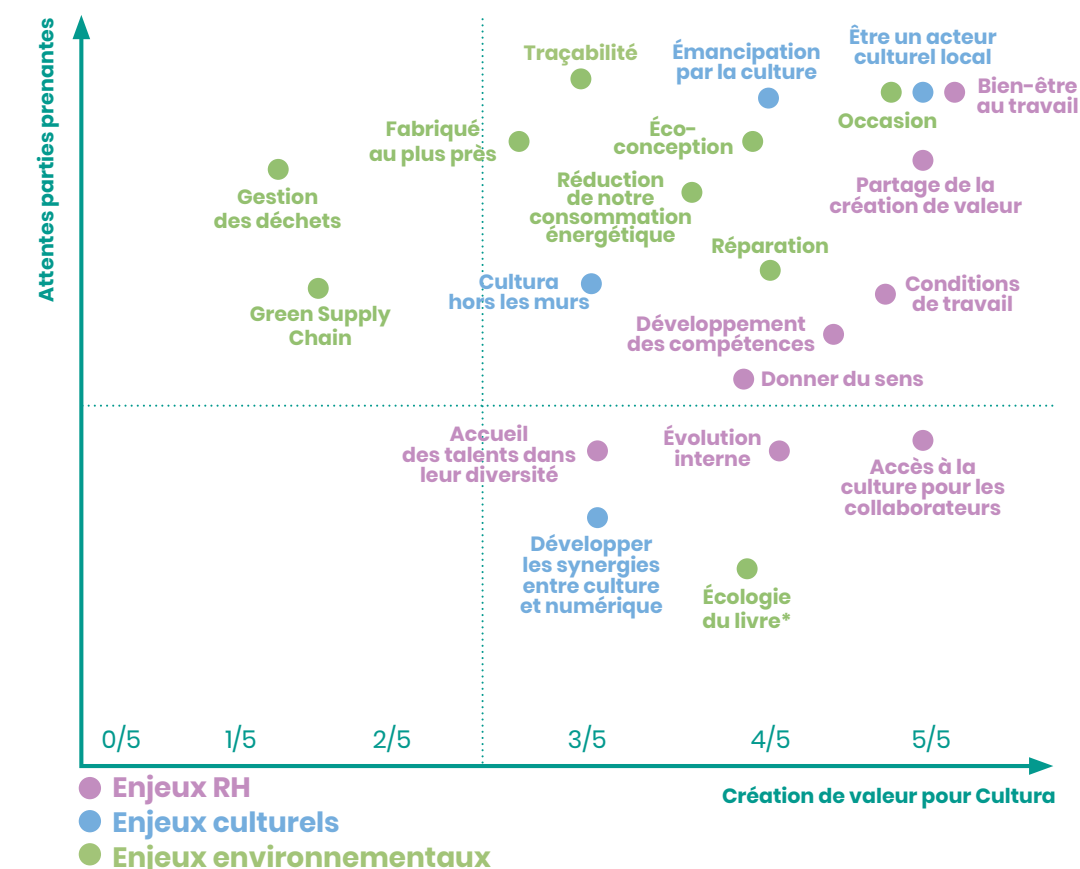
En 2020, nous avons définis et priorisés nos enjeux dans le cadre d'une consultation large de nos parties prenantes, à travers l'élaboration d'une carte de matérialité. Cet outil d'aide à la décision permet de visualiser les points significatifs de notre stratégie de développement durable, d'allouer les ressources et d'initier les plans d'actions pour atteindre les objectifs.

En 2022, nous avons décidé de consulter les collaborateurs pour réévaluer la pertinence des enjeux et leurs priorisations. Nous avons élaboré une simple mise à jour de notre carte, dans l'attente de nous inscrire dans la double matérialité telle qu'elle sera demandée par la directive européenne « CSRD » (Corporate Social Responsibility Directive) à l'avenir.

Nous conservons **3 enjeux transversaux**, qui sont de véritables piliers de notre stratégie de développement durable :

- **Sociétal et culturel** : favoriser l'émancipation de tous par la culture
- **Environnemental** : réduire nos émissions de Gaz à Effet de Serre
- **Social et RH** : permettre l'épanouissement et le développement de chaque collaborateur dans sa diversité

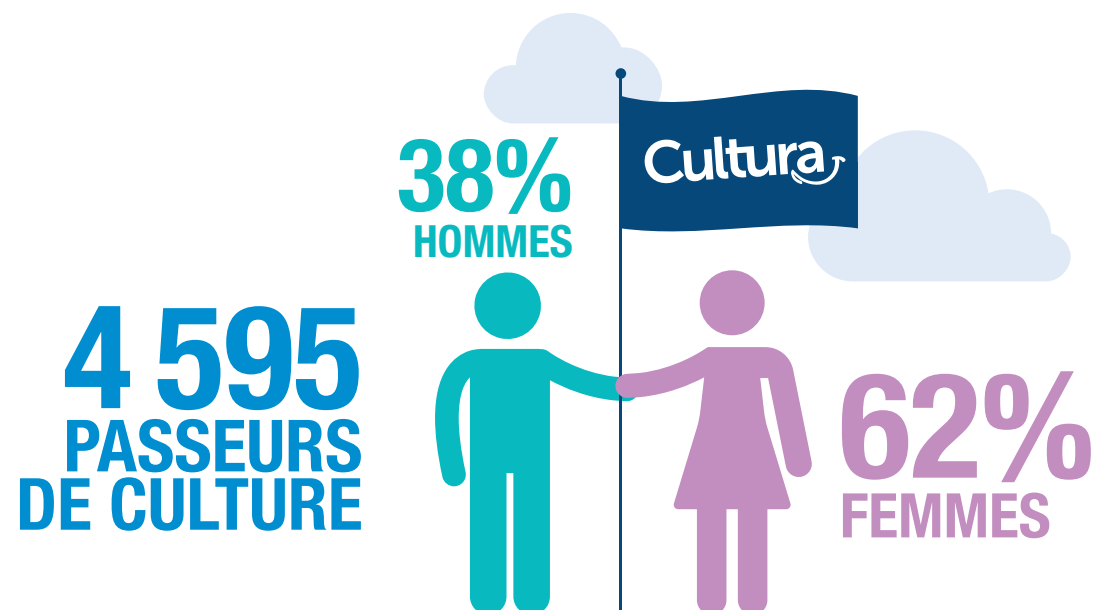
Notre **carte de matérialité** élaborée en 2020, qui sera réactualisée avec l'évolution des enjeux.



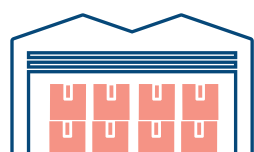
**Note :** Tous les enjeux environnementaux ont pour finalité de contribuer à baisser nos émissions de CO<sub>2</sub>

\* Fabrication, distribution et fin de vie du livre

# 2022 Cultura France en chiffres



**103**  
MAGASINS



**1** ENTREPÔT  
LOGISTIQUE



**1** SITE  
E-COMMERCE  
Cultura.com

CULTURA  
**CREAS** CULTURALIVRES

**2** SITES  
COMMUNAUTAIRES



**128**  
FOURNISSEURS  
Marque Talent



**361**  
FOURNISSEURS



**4**  
MARQUES  
TALENT



**2 168**  
ÉVÉNEMENTS  
dans nos magasins

le  
**Plongeoir**  
par Cultura

**93**  
magasins  
proposent des cours  
du PLONGEOIR



Une offre complète pour faire vivre et aimer la culture



**Univers Editorial**  
Livres, Vidéo



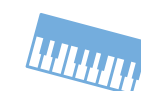
**Univers Ludo-éducatif**  
Ludo-éducatif, Gaming, Loisirs  
numériques



**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**

**56 tonnes** de produits  
scolaires récoltés et redistribués  
**+ 6 000** cartables  
neufs



**Fondation  
Cultura**  
FONDATION D'ENTREPRISE

**6** programmes  
nationaux et  
projets locaux  
soutenus  
**11**

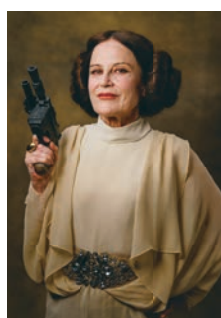


# Les événements marquants de l'année 2022

## CULTUREL & SOCIÉTAL



**Portraits croisés**  
avec le photographe  
**Sacha Goldberger**  
pour promouvoir la  
diversité culturelle



**10 ANS**  
de la Fondation  
d'entreprise  
Cultura

OUVERTURE de

**8**

nouveaux MAGASINS



3<sup>ème</sup> foire aux livres  
neufs jeunesse avec  
l'éditeur « Lire c'est partir »

**11 500** livres à **1€**

**30** microbiblis en  
partenariat avec  
Bibliothèques Sans  
Frontières

le **longeoir**  
par Cultura

+ de **100 000** cours de  
musique, écriture et  
pratiques artistiques

**3** campagnes  
d'arrondi  
en caisse

POUR SOUTENIR DES  
ASSOCIATIONS PARTENAIRES  
DE LA FONDATION

Don de fournitures scolaires  
et jeux pour enfants  
**EN SOUTIEN  
À L'UKRAINE**



L\_ÉCRITOIRE

Activation  
de l'Écritoire,  
plateforme  
d'autoédition



Membre du syndicat des  
distributeurs de loisirs  
culturels qui a pour  
mission de faciliter  
l'accès de  
chaque citoyen  
à la culture



**6** JOURNÉES DE SOLIDARITÉ  
au service  
d'association  
culturelles locales



**4** partenariats culturels à  
rayonnement national :  
• Les Bassins des Lumières  
• Le Carnaval de Nice  
• Le Tremplin Music'AI  
• Les Francofolies

**15<sup>ème</sup>** BANQUE  
**56** tonnes de fournitures  
scolaires récoltées  
**10 700** enfants  
équipés



## ENVIRONNEMENT

PLAN DE DÉCARBONATION  
construit autour de  
**40** actions issues de  
nos ateliers d'idéation



**189 438**  
t CO<sub>2</sub> éq  
notre empreinte  
carbone 2022

**100 %**  
des magasins  
audités sur leur  
performance  
énergétique

Validation et  
expérimentation  
des critères de l'auto-label  
« Sourire au monde »



Location des  
instruments  
de musiques  
dans  
**98** magasins

Test dons de  
produits invendus  
aux particuliers via GEEV



Déploiement de la  
reprise et revente de  
livres d'occasion dans  
**100 %** des magasins



Abonnement  
de jouets avec  
notre partenaire  
Petite Marelle

Réduction d'un  
tiers du volume  
des cartons  
transportés en  
logistique grâce  
à l'optimisation  
des emballages



+ de  
**29** tonnes de  
livres donnés  
par nos clients  
à notre partenaire Lili



Évaluation de nos  
fournisseurs sur  
des critères RSE



**100 %**  
de la bagagerie  
en rPET

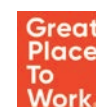


Optimisation des  
volumes de transport  
avec la palette  
plastique recyclée dans  
**57** MAGASINS



## HUMAIN

Obtention  
certification  
Great Place  
To Work =  
**66 %**



Formation de  
**191**  
collaborateurs à la  
Fresque du climat



Qualiopi  
processus certifié  
Certification  
organisme de  
formation agréé  
Qualiopi

Augmentation  
du budget formation  
**+21 %**  
en 2022 par  
rapport à 2021



Lancement test du  
programme « Talents  
d'expérience » :  
seniors comme acteurs  
de changement



Lancement du programme  
« TREPLIN » : accélérer  
le recrutement de  
contrats en alternance



Possibilité  
pour les  
collaborateurs  
de vendre leur  
création artistique



Nomination  
d'une chargée  
de mission  
handicap



Animation de la  
Semaine Européenne  
pour l'emploi de  
personnes handicapées



Lancement  
du programme  
de formation  
« Leadership  
au féminin »

**5** collaborateurs  
publient leur livre chez  
« mercileslivres »



# Notre modèle d'affaires 2022

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



## Notre création de valeurs



### HUMAIN

- **3 722** collaborateurs formés
- Index égalité Femmes/Hommes de **94/100**
- **161** 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
- **66 %** des Passeurs de culture déclarent que Cultura est une entreprise où il fait vraiment bon travailler
- Certifié Great Place To Work



### OFFRE CULTURELLE ET ARTISTIQUE

- Une offre complète pour faire vivre et aimer la culture



### NOTRE ÉCOSYSTÈME

- **+ de 131** millions de visiteurs annuels dans nos magasins et sur notre site
- **50** millions de visiteurs annuels dans nos magasins
- **162 000** membres sur nos **2** communautés CulturaCréas et CulturaLivres
- **2,6** millions de Cultur'addicts contactables
- **+ de 945 K** abonnés sur les réseaux sociaux Cultura



### CULTUREL & SOCIÉTAL

- **+ de 2 100** événements culturels organisés dans nos magasins
- **6** partenariats nationaux et **11** projets locaux soutenus par la Fondation d'entreprise Cultura
- Banque Scolaire : **56** tonnes de produits récoltés distribués à **+ de 10 700** enfants. Abondement de l'entreprise d'un montant de 1 000 € par tonne collectée soit 56 000 €
- Dons de produits à des associations
- Dons en nature de l'entreprise Cultura
- Prêt de produits aux collaborateurs
- **6** actions de mécénat culturel de l'entreprise
- **57** partenariats culturels locaux hors des magasins Cultura



### ENVIRONNEMENTAL

- **2014** panneaux photovoltaïques produisent **617 934 kWh**
- Reboisement d'une forêt déperissant en Corrèze en plantant **3 000** arbres
- **+ de 3 600** tonnes de déchets recyclés

## Nos ressources



### HUMAIN

- **4 595** Passeurs de culture
- **92 182** heures de formation
- **38 %** hommes/**62 %** femmes



### OFFRE CULTURELLE ET ARTISTIQUE

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



### CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

- **361** fournisseurs
- **128** fournisseurs pour nos produits Marque Talent
- **1** bureau de sourcing Asie
- **1** bureau de sourcing Europe
- Des transporteurs



### NOTRE ÉCOSYSTÈME

- **103** magasins (**+ de 265 000 m²** de surface commerciale en France)
- **1** site e-commerce
- **2** sites communautaires
- **4** franchises en DROM-COM
- **1** Fondation d'entreprise Cultura
- **1** siège social (le Lab)
- **1** entrepôt (60 000 m²)



### NOS CONSOMMATIONS

- **24 528 534 kWh** consommés pour tous nos bâtiments
- **1** plateforme de management de l'énergie



- Notre mission
- Nos activités
- Nos valeurs OSER



# Enjeux culturels et sociétaux

Si Cultura souhaite **faire vivre et aimer la culture**, c'est parce qu'elle favorise l'épanouissement et l'émancipation de tous. La réflexion, la créativité, l'imagination sont pour nous essentielles tant au niveau individuel que pour la société, en termes de richesse des liens et de vitalité des territoires. Nous portons nos efforts sur 3 piliers culturels et sociétaux.

**ENJEU TRANSVERSAL**  
Favoriser l'émancipation de tous par la culture

ENJEU N°  
**01**

## Agir localement pour la culture

- Renforcer notre présence sur l'ensemble du territoire français à travers l'implantation de magasins et notre site internet
- Mettre les collaborateurs Cultura au service du bien commun
- Poursuivre l'organisation d'événements nationaux et locaux



Ouverture de **8 nouveaux magasins**.



Pour chaque ouverture de magasin, tous les collaborateurs mettent leurs compétences au service d'une **association culturelle locale** proche du magasin.



Participation à des **événements culturels locaux** (salons du Livre...) et soutien de nombreux **partenariats locaux et nationaux**.



Reprise de l'**organisation d'événements nationaux et locaux** (2 168 en 2022) dans nos magasins, lieux d'expérience et lieux de vie, comme les signatures d'auteurs et des minis concerts.

## Première Foire aux livres jeunesse

Nous avons organisé cette première édition sur le magasin de Maurepas en partenariat avec l'éditeur "Lire, c'est partir".

Lors de cet événement, des livres jeunesse neufs ont été vendus à 1€. L'opération a connu une affluence exceptionnelle, avec 11 500 livres vendus au total.



ENJEU N°  
**02**

## Accompagner chacun dans la découverte, la progression et l'approfondissement de ses pratiques culturelles et artistiques

- Proposer aux clients des contenus culturels propriétaires qui rendent notre offre unique et singulière
- Proposer des pratiques artistiques et culturelles omnicanales
- Offrir aux clients un accompagnement de qualité dans les pratiques culturelles et artistiques

**L'ÉCRITOIRE**

L'Écritoire, plateforme partenaire d'autoédition et de services aux auteurs a été lancée en février 2022.



Le Plongeur renforce notre offre d'apprentissage, structurée autour de la création, la musique, l'éveil et l'écriture.

**vivlio**

La lecture numérique : nous avons renforcé notre présence en ligne avec notre partenaire vivlio et déployé un mobilier spécifique en magasin.

L'offre de contenus Cultura s'étoffe



Magazine AH! N°2



Portraits Croisés : François Berléand en Victor Hugo



1er Podcast « Perles de culture »



20ème édition de « Talents Cultura »

Cultura développe son offre de contenus propriétaires avec le 2ème magazine AH!, 23 nouveaux Portraits Croisés et 14 vidéos Créaterview. C'est un moyen privilégié pour promouvoir la diversité culturelle.

Un nouveau podcast "Perles de culture" avec 31 épisodes en 2022, fait vivre les sources d'inspiration des artistes.

La sélection "Talents Cultura" a mis en avant 12 auteurs BD, jeunesse et romans dans nos magasins et sur notre site.

## Amplifier la proximité de la culture pour les publics éloignés

- Poursuivre nos actions de mécénat en faveur de l'éveil, l'épanouissement, l'apprentissage et l'éducation

ENJEU N°  
**03**



La Fondation Cultura a soutenu cette année 6 grands programmes nationaux, dont les microbibliothèques en partenariat avec Bibliothèques Sans Frontières.



Nous avons organisé 3 campagnes de micro-don via l'arrondi en caisse qui ont permis de soutenir 3 associations : Bibliothèques Sans Frontières, Lire et faire Lire et l'Agence du Don en Nature.



56 tonnes de fournitures scolaires ont été collectées lors de la Banque Scolaire de la solidarité et 6 000 cartables ont été donnés aux associations locales. Cultura a soutenu par un abondement l'association Ensemble pour l'Education de la Petite Enfance.

## Quelques indicateurs clés de performance



**8** nouveaux magasins ouverts

**6** grands programmes soutenus par la Fondation d'entreprise Cultura



**941 000 €** dédiés à notre activité philanthropique

**2 168** événements nationaux et locaux en magasin

**+ de 100 000**

**56 tonnes**

de fournitures scolaires récoltées lors de la Banque Scolaire de la solidarité

**10 700**

enfants bénéficiaires des dons de fournitures scolaires



cours de musique, écriture et pratiques artistiques

# Enjeux environnementaux

La prise en compte de la crise climatique comme des limites planétaires ne peuvent plus seulement reposer sur une réduction de nos impacts, bien qu'essentielle et menée activement. De la distribution de produits à la création d'écosystèmes autour de pratiques culturelles et artistiques, **nous réorientons nos modes de pensée et nos pratiques organisationnelles** pour un modèle durable contributif. A ce titre, la réduction des émissions de GES est l'enjeu transversal de nos actions et objectifs. Après la réalisation de notre bilan carbone en 2021, nous avons travaillé sur la feuille de route de décarbonation en 2022.

ENJEU TRANSVERSAL  
Réduire nos émissions de GES

ENJEU N°

04

## Agir pour une offre plus éco-responsable

- **Éco-concevoir nos Marques Talent (produit et emballage)**
- **Approfondir notre politique d'achats responsables, pour nos PMT et nos marques nationales**
- **Produire au plus près de nos matières premières**



Nous mettons en place un **système d'évaluation de nos fournisseurs**, permettant d'évaluer la performance RSE et le risque.



Nous optimisons notre parc fournisseur pour concilier **provenance des matières premières et savoir-faire européen**. Nous visons 35 % de nos PMT en provenance d'Europe d'ici 2025.



Notre **cellule R&D** contribue à imaginer, concevoir et développer des produits et emballages innovants, durables et attractifs, centrés sur l'utilisateur.

## Un auto-label pour guider les clients dans leurs achats responsables. Nous déployons notre auto-label "Sourire au monde"

sur les produits de nos 4 Marques Talent : Shiver, Créalia, Monali et Cultura, représentant 28 % de notre offre. Il permet de sélectionner et développer les offres éco-responsables et de garantir systématiquement un impact carbone moins élevé. Notre ambition est d'avoir 25 % des PMT labellisés dès 2025.



ENJEU N°

05

## Développer les modèles d'affaires circulaires

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



100 % des magasins Cultura sont équipés d'un **Kiosque de l'occasion**, reprenant des livres, vinyles et partitions, en partenariat avec Lili. À date, **88 magasins proposent la revente**.



Nous déployons la **location des instruments de musique, machines à coudre et créatives**.



Des **ateliers d'entretien et de réparation des instruments de musique** sont disponibles dans 77 magasins.



## Sensibiliser nos clients à mieux consommer.

Nous avons renouvelé notre opération dans tous les magasins mettant en avant une sélection d'articles sur les thématiques nature et développement durable et les services de location, réparation etc...

## Agir pour une chaîne de logistique plus responsable

- **Optimiser le transport de nos produits**
- **Réduire les déchets et optimiser le recyclage**

ENJEU N°

06



**Projet "transport par train"** visant à privilégier le transport ferroviaire depuis le port du Havre jusqu'à notre entrepôt de Moissy avec pour objectif **80 % transport rail / 20 % transport routier**. En 2022, en raison du contexte énergétique et de la hausse générale des prix, nous avons retravaillé la feuille de route de déploiement du projet pour atteindre nos objectifs.



**Dans notre entrepôt (e-commerce)**, nous utilisons du carton recyclé et recyclable, avec une épaisseur réduite, du calage reconditionné, sans plastique bulle.



**Les nouvelles palettes en plastique recyclé sont présentes dans plus de la moitié du parc**, moins lourdes qu'en bois (11 kg contre 22 kg), réduisant l'impact environnemental.

Politique du **zéro avion** pour nos PMT.



## La fin de vie compte aussi.

Dans tous nos magasins, un meuble à déchets facilite la récupération des piles, des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), des stylos et éléments d'écriture et des cartouches d'imprimante de nos clients.



## Optimiser notre efficacité énergétique et réduire notre empreinte d'exploitation

- **Améliorer le suivi de notre consommation énergétique**
- **Réduire la consommation énergétique des établissements**



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



**Panneaux photovoltaïques sur nos magasins**. Plus de 2 800 m² sont déjà installés et couvrent 40 % des besoins en électricité de ces magasins.



**Dans notre entrepôt** : récupération des eaux de pluie, éclairage LED automatique, constructeur certifié BREEAM.



43,5% de nos magasins propriétaires en **classe énergétique** entre A et D.

ENJEU N°

07

## Quelques indicateurs clés de performance

**189 417 tonnes eq CO<sub>2</sub>**

**pour les scopes 1, 2 et 3** (84 % par l'activité de Cultura / 16 % par l'activité de nos clients)

**29,3 tonnes**

**de livres** récupérés des clients et donnés à des associations

**0,07%**

**part de la consommation circulaire**



**25%**

**de nos Produits Marque Talent** en provenance d'Europe

**+ de 617 934 kWh produits EnR**

**+ de 400 000 produits** détournés de l'élimination

**3 600 tonnes** de déchets recyclés





# Enjeux sociaux/RH

Nous avons fait évoluer notre vision stratégique en faisant du pilier humain un des cinq axes qui la structure. Nous témoignons ainsi de sa dimension primordiale et de notre engagement entier pour l'avenir. Nous concentrons nos efforts sur les leviers **permettant à nos collaborateurs de déployer leurs compétences** en leur donnant tout le sens attendu par eux-mêmes comme pour nos clients. Nous entendons leur donner une place incontournable dans des écosystèmes de pratiques artistiques et culturelles, avec un rôle essentiel d'acteur de la transformation. Cette attention, nous la portons sur toutes les conditions de qualité de vie, au sein de leur mission, en réduisant les impacts possibles des actions à faible valeur ajoutée. Cela passe aussi par la reconnaissance et la stimulation de leurs pratiques créatives, qui constituent un des objectifs clés de notre mission.

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

ENJEU N°

08

## Améliorer la qualité de vie et la qualité du travail

- Poursuivre le développement de la politique de formation
- Favoriser les promotions internes
- Œuvrer au partage équitable de la valeur créée
- Faciliter le dialogue social et suivre le baromètre de satisfaction sociale
- Améliorer la satisfaction des collaborateurs au travail
- Développer l'excellence opérationnelle afin de réduire la pénibilité de certaines tâches et augmenter les temps passés auprès des clients

Great Place To Work

Cultura & Moi



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

**Hausse du budget formation de 21 %**, dans un format présentiel ou distanciel et mixte permettant d'atteindre **92 182 heures** (vs 31 860 heures en 2020).

Favoriser la promotion interne : **56 % des besoins de directeurs de magasins sont pourvus par promotion interne** en 2022 soit 18 directeurs de magasin dont 9 femmes.



Déploiement d'un programme visant à **optimiser, améliorer les gestes métiers** et retrouver du temps pour être plus près des clients; méthode de l'excellence opérationnelle déployée dans 90 magasins.

ENJEU N°

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
- Faire émerger les talents et valoriser des artistes internes



6 collaborateurs intéressés par l'**animation d'ateliers d'écriture** ont été formés par **Alexandre Jardin** à une méthode d'animation collaborative.



**Organisation de conférences** spécifiques pour nos Passeurs de culture.



**Accès préférentiel à notre offre** pour nos collaborateurs et leur famille via des remises allant jusqu'à -25 % et 1 cours par mois offert.



**Mise à disposition de produits culturels et artistiques** en prêt dans les magasins.

## Nos collaborateurs ont du talent.

En 2022, **9 artistes internes ont été mis en avant sur notre réseau social d'entreprise**, plusieurs collaborateurs ont suivi un parcours d'écriture sur l'Écritoire et 5 auteurs internes ont été publiés avec notre partenaire "mercileslivres".

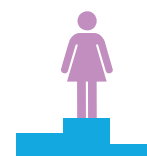


## Favoriser l'égalité des chances, encourager la diversité et l'inclusion

- Mettre en œuvre de nouvelles mesures en faveur de l'égalité femmes/hommes, de l'égalité des chances et de l'inclusion
- Accueillir des individus tels qu'ils sont et pour ce qu'ils apporteront au groupe à la société, quelles que soient leurs caractéristiques
- Rendre visible en interne et en externe nos actions dans ce sens

ENJEU N°

10



Parcours test **"Leadership au féminin"** et masterclass **"Réussite au féminin"**.



**Programme "Tremplin"** pour accélérer le recrutement de **contrats en alternance** (190 en 2022).



**Maintien du salaire à 100 %** du salaire net pendant le **congé maternité** et 151 collaboratrices en congés ont bénéficié de l'**augmentation moyenne des salaires**.



**Chèque emploi service universel (CESU)** d'une valeur de **200 € par an** pour nos collaborateurs reconnus travailleurs handicapés. Nomination d'une **chargée de mission handicap** et animation de la **Semaine Européenne pour l'emploi de personnes handicapées**.



Pour les plus de 55 ans : **abondement du Compte Personnel de Formation (CPF)** jusqu'à 500 € par an et lancement du programme de formation **"Talents d'Expérience"**.

## Quelques indicateurs clés de performance

**Certifié**

Great Place To Work

**53 %** de femmes parmi les chefs de secteur

**81 %** d'emplois en CDI



Index Femmes/Hommes **94/100**

**5** auteurs internes publiés avec **mercileslivres**



**84,94 %** des collaborateurs ont reçu au moins une formation



Indicateurs clés de performance ENVIRONNEMENTAUX

Enjeux identifiés carte de materialité	Objectifs	Indicateurs	Chiffre 2021	Chiffre 2022
Réduire nos émissions de GES	Réduire nos émissions de gaz à effet de serre	Tonnes équivalent CO2 scope 1 et 2 (émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre)	1 177 (en 2019)*	1 370
		Tonnes équivalent CO2 scope 1, 2 et 3 avec usage des produits et déplacement clients	170 747 (en 2019)*	189 438
		Part de l’empreinte carbone liée à l’activité directe de Cultura	90% (en 2019)*	84%
		dont part de l’énergie (scope 1 et 2)	1% (en 2019)*	1%
		Part de l’empreinte carbone liée à l’activité de nos clients	10% (en 2019)*	16%
Réduire nos impacts sur la biodiversité	Suivi et pilotage de la présence de polluants	Nombre de fiches de sécurité concernant les produits chimiques	9 000	9 586
Agir pour une offre plus éco-responsable	Eco-concevoir nos PMT	% de PMT/sur l’ensemble des produits en quantité réceptionnée	18,7%	17,9%
		Quantité en tonnes de bois utilisée pour nos PMT	2 764	2 656
		% de PMT fabriqués avec du bois et papier labellisé	76%	67%
		% de PMT sans emballage	23,8%	18%
		% de PMT avec des emballages 100% recyclables	39%	26%
		% de PMT conçus à partir de matière recyclée	6,4%	7,8%
	Approfondir notre politique d’achats responsables, pour nos PMT et nos marques nationales	Nombre de fournisseurs total	355	361
		Nombre de fournisseurs de PMT	124	128
		Nombre de fournisseurs de produits Marque Nationale	231	233
		% de PMT en provenance d’Europe	26%	25%
		% de fournisseurs MT signataires de notre code de conduite	77%	87%
		% de fournisseur MT audités sur site	-	48%
		% de fournisseurs marques nationales audités sur la base de critères RSE	-	8,58%
	Promouvoir la vente de produits d’occasion, la location de produits, l’abonnement et la réparation des produits	% Volume d’affaires consommation circulaire/Volume d’affaires total	0,02%	0,07%
		% VA Occasion/total VA Consommation circulaire	63,4%	91,8%
		% VA Location/total VA Consommation circulaire	-	0,65%
		% VA Réparation/total VA Consommation circulaire	36,6%	7,5%
	Inciter les clients à consommer mieux	Nombre de tutos DIY zéro déchets	19	26
		Nombre de magasins ayant organisés des opérations liées au Développement Durable	96	101
Agir pour une chaîne de logistique plus responsable	Déchets	Quantités en tonnes de déchets produits par Cultura	-	4 500
		dont quantités de déchets recyclés	2 333	3 600
		Quantités de produits détournés de l’élimination et donnés à des associations	-	462 415
		Taux de retours de livres aux éditeurs	17,5%	20,3%
		Contribution en € éco-organisme	323 658	345 109

PMT : Produits Marque Talent  
Données calculées sur la base de l'année fiscale (du 1<sup>er</sup> février au 31 janvier) excepté pour le calcul de l'empreinte carbone qui est basé sur la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre.  
\* l'empreinte carbone calculée en 2019 publiée en 2021 a été corrigée.

Enjeux identifiés carte de materialité	Objectifs	Indicateurs	Chiffre 2021	Chiffre 2022
Agir pour une chaîne de logistique plus responsable	Optimiser le transport de nos produits	Transport amont des MN		
		Poids en tonnes de MN transporté/an	-	27 223
		Emissions CO2 en tonnes liées au poste de transport amont MN	-	4 377
		Transport amont des PMT Europe		
		Poids en tonnes de PMT transporté/an	-	1 877
		Emissions CO2 en tonnes liées au poste de transport amont PMT	-	239
		Transport amont (sourcing lointain) des PMT		
		Poids en tonnes de PMT transporté/an	3 435	3 369
		% transport aérien de PMT	0,09%	0,11%
		% transport maritime de PMT	99,81%	99,78%
		% transport ferroviaire de PMT	0,10%	0,11%
		% transport routier de PMT	0%	0%
		% de bateaux alimentés en gaz naturel liquéfié pour le transport de nos PMT	43,16%	43,95%
		Emissions CO2 en tonnes liées au poste du transport amont	-	811
		Transport Le Havre-Moissy		
		% de container tractés par le rail	41%	34%
		Tonnes de CO2 émises/container livrés EVP	0,136	0,161
		Emissions CO2 en tonnes liées au poste du transport Le Havre-Moissy	-	48
		Transport aval Moissy vers les entrepôts régionaux des transporteurs		
		Nombre de m³ de produits/palette	-	entre 0,40 et 0,80 m³
		Nombre de palette transportées	165 007	159 724
		Poids en tonnes de marchandise transportée	29 666	29 779
		Emissions CO2 en tonnes liées au poste du transport Moissy -> entrepôts régionaux	-	1 277
		E-commerce poids en tonnes colis transportés (nombre de colis x poids colis)		
		Poids en tonnes transportés par Colissimo	1 012	674
		Poids en tonnes transportés par Chronopost	332	133
		Poids en tonnes transportés Click and Collect	3 001	2 157
		Poids en tonnes transportés par autres transporteurs	342	233
		Emissions CO2 en tonnes liées au poste e-commerce (transport + déplacements clients)	-	5 011
Optimiser notre efficacité énergétique et réduire notre empreinte d'exploitation	Réduire la consommation énergétique des établissements dont nous sommes propriétaires ou locataires	% des bâtiments propriétaires ayant une classe énergétique entre A et D	43,5%	43,5%
		Consommation totale d’énergies non renouvelables en kWh	23 058 628	24 528 534
		Production totale d’énergies renouvelables en kWh	603 561	617 934
		Production en kWh d’ENR en magasins	485 598	501 452
		Production en kWh d’ENR au Lab	117 963	116 482
		Nombre total de kWh économisés grâce à nos actions (par rapport à la période de référence depuis la mise en place d’eficia)	- 4 852 537	- 4 415 135
		% energie renouvelable 100% française dans nos contrats fournisseur d’énergie	100%	100%
		Nombre de Data en To	115	203

Indicateurs clés de performance CULTURELS ET SOCIÉTAUX					Indicateurs clés de performance HUMAINS				
Enjeux identifiés carte de materialité	Objectifs	Indicateurs	Chiffre 2021	Chiffre 2022	Enjeux identifiés carte de materialité	Objectifs	Indicateurs	Chiffre 2021	Chiffre 2022
	Favoriser l'émancipation de tous par la culture	Perception par les clients de l'engagement culturel de Cultura	-	8,3/10			Indice Great Place To Work	68%	66%
						Permettre l'épanouissement et le développement de chaque collaborateur dans sa diversité	Nombre de répondants à l'enquête Great Place To Work	2 871	3 050
							% de participation à l'enquête Great Place To Work	83%	79%
							Note moyenne de satisfaction au baromètre interne Cultura&Moi	8,1/10	8,2/10
							% de participation au baromètre interne Cultura&moi	53%	50%
Agir localement pour la culture	Renforcer notre présence sur l'ensemble du territoire français	Nombre de magasins en France	96	103		Poursuivre le développement des ressources humaines	Nombre de collaborateurs (emplois totaux)	4 382	4 595
		% de départements français (dont DROM-COM) hébergeant un magasin Cultura	62%	64%			% emplois en CDI	82%	81%
	Mettre nos compétences au service du bien commun	Nombre d'heures de mécénat de compétence pour la réalisation de ces livrables	291	1 127			Nombre de salariés recrutés dans l'année	2 333	2 591
	Organiser des événements locaux et nationaux	Nombre d'événements nationaux et locaux (showcase, dédicace, signatures, expo...)/an en magasin	786	2 168			Nombre de départs (démission, licenciement, retraite, maladie, autres)	-	2 362
Accompagner chacun dans la découverte, la progression et l'approfondissement de ses pratiques culturelles	Proposer des contenus culturels uniques et singuliers	Nombre de contenus culturels propriétaires	4	4		Poursuivre le développement de la politique de formation	Nombre de collaborateurs ayant reçu au moins une formation	3 365	3 722
		Nombre de livres édités par mercileslivres	57	475			% de collaborateurs ayant reçu au moins une formation	82,9%	84,9%
	Proposer des pratiques artistiques et culturelles omnicanales	Nombre de manuscrits publiés sur la plateforme l'Ecritoire	1	15			Nombre d'heures de formation	91 800	92 182
		Nombre de cours de musique, écriture et pratiques artistiques	-	106 130			Nombre de formations disponibles	97	155
		Nombre de magasins qui proposent des cours du Plongeoir	89	93			Budget annuel dédié à la formation en €	1 900 000	2 300 000
		Nombre de guides «pas à pas», tutoriels pour aider a se lancer dans la pratique de loisirs créatifs	242	260			Nombre de cours disponibles sur l'e-académie (DM et managers)	1 912	2 180
	Accroître les contenus culturels virtuels	Nombre de publications sur les réseaux sociaux autour de la mise à la pratique d'une activité culturelle, créative ou artistique	498	534		Favoriser les promotions internes	Nombre de collaborateurs formés à la Fresque du Climat	136	191
	Offrir aux clients un accompagnement de qualité dans les pratiques culturelles et artistiques	Nombre de coups de cœur produits des collaborateurs sur Cultura.com	3 687	10 679			Nombre de tuteurs/formateurs internes	173	561
		Nombre de livres valorisés dans la sélection « Talents Cultura »	11	12			Nombre d'entretien projet professionnel par an	1	1
		Note de satisfaction de nos clients sur l'étendue de notre offre	8,6/10	8,5/10		Oeuvrer au partage de la valeur créée	% de DM nommés par promotion interne	100%	56%
		Note de satisfaction de nos clients sur la qualité de réponse de nos équipes	9,1/10	9,1/10			Nombre total d'emplois pourvus en promotion interne	118	116
		Nombre de posts culturels/an sur CulturaCréas et Culturalivres	86 386	115 886			% moyen de la rémunération versé en primes d'intéressement / de participation en complément de la rémunération fixe	15,6%	8,14%
		Montant dédié à notre activité philanthropique (fondation et actions de l'entreprise) en €	945 000	941 000			Montant versé au fonds d'entraide et de solidarité en €	20 000	20 000
		Nombre de grands programmes nationaux de la Fondation	3	6			% de salariés permanents bénéficiant de dispositifs de partage de la création de valeur (tous dispositifs confondus)	-	100%
		Nombre de projets locaux de la Fondation	11	11			Great Place To Work : note obtenue à la question «l'entreprise partage les bénéfices de sa croissance»	52%	40%
Amplifier la proximité de la culture pour les publics éloignés	Poursuivre nos actions de mécénat en faveur de la culture et de l'éducation	Nombre d'actions de mécénat culturel de l'entreprise	6	6		Faciliter le dialogue social	Nombre de causeries RH organisées	5	3
		Montant collecté grâce aux micro-dons via l'arrondi en caisse en €	325 125	371 104			Nombre total de participants à ces causeries	540	270
		Nombre d'enfants bénéficiaires des dons de fournitures scolaires	10 500	10 700			Nombre de titulaires du Comité social d'entreprise	21	21
		Tonnes de fournitures scolaires collectées lors de la Banque Scolaire de la solidarité	54	57			Nombre de commissions CHSCT	7	5
		Nombre de produits donnés à l'Agence du Don en Nature	155 867	83 697			Nombre de référents harcèlement élus	2 CSSCT / 2 RH	2 CSSCT / 2 RH
						Améliorer la satisfaction des collaborateurs	% des passeurs de culture déclarant que Cultura est une entreprise où il fait bon travailler	68%	66%
							Taux d'absentéisme	5%	5,83%
							% turnover	18,03%	24,41%
						Encourager l'excellence opérationnelle	Nombre d'Accidents du travail	-	234
							Nombre de magasins ayant déployé un dispositif «d'excellence opérationnelle»	7	90
						Favoriser le développement d'un intérêt et d'une sensibilité pour la culture par le lien social et l'accès à des contenus culturels	Existence de remise commerciale pour le collaborateur et sa famille	OUI	OUI
							Remise sur l'offre apprentissage pour le collaborateur et sa famille	OUI	OUI
							Nombre de collaborateurs ayant participé à des « ateliers du Lab »	85	202
							Nombre de collaborateurs connectés au Worlplace	3 679	4 302
							% de collaborateurs actifs sur le Workplace	87%	89%
							Nombre de groupes dans le Workplace	840	998
							Nombre de groupes de passions produits créés dans le cadre du Workplace	10	47
						Valoriser des artistes internes	Nombre d'artistes internes valorisés et soutenus sur les réseaux sociaux	15	9
Favoriser l'égalité des chances, encourager la diversité et l'inclusion							Nombre d'écrits diffusés sur la plateforme l'Ecritoire	0	12
						Mettre en œuvre de nouvelles mesures en faveur de l'égalité femmes / hommes	Index H/F	94/100	94/100
							% d'emplois en CDI	82%	81%
							% de femmes	63%	62%
							% d'hommes	37%	38%
							% de femmes DM	34%	34%
							% de femmes parmi les chefs de secteur	54%	53%
							% de femmes dans l'équipe inspiration	22%	36%
							% de femmes dans le Leadership Group	33%	35%
						Accueillir les individus dans leur diversité	Nombre de formations dispensées sur le thème de l'égalité professionnelle	-	1
							Nombre de de collaborateurs ayant assisté à des formations sur le thème de l'égalité professionnelle	-	8
							Nombre de collaboratrices inscrites dans les formations pour accompagner nos talents féminins	-	8
							Nombre d'embauches sans CV	39	54
							Nombre de collaborateurs de - de 20 ans	106	183
							% de collaborateurs de - de 20 ans	2,4%	4%
							Nombre d'étudiants en apprentissage	199	255
							Nombre de collaborateurs de + de 50 ans	245	321
							% de collaborateurs de + de 50 ans	5,6%	6,8%
							Nombre de bénéficiaires de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés	142	161

Données calculées sur la base de l'année fiscale (du 1<sup>er</sup> février au 31 janvier).

Données calculées sur la base du bilan social (du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre).

