

# RAPPORT RSE 2022

Rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise.



# AFFLELOU

[www.afflelou.com](http://www.afflelou.com)

# TABLE DES MATIÈRES

P.05 À propos de ce rapport  
P.07 Incarner les engagements du Groupe AFFLELOU

---

## **P.08** Notre mission

P.08 PLUS DE 50 ANS DE SAVOIR-FAIRE  
P.10 NOTRE IDENTITÉ  
P.16 PROPOSER DES PRODUITS ET SERVICES INNOVANTS ET ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE  
P.22 GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

---

## **P.26** #1 Gouvernance & Ethique

P.30 INTÉGRER LA RSE À LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE  
P.38 INTÉGRER L'ÉTHIQUE DANS NOS PRATIQUES ET RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES

---

## **P.44** #2 Salariés

P.45 ATTIRER ET FIDÉLISER LES TALENTS  
P.48 ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DE TOUS LES SALARIÉS DANS L'ENTREPRISE  
P.51 LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET FAVORISER LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION  
P.55 FAVORISER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL DE QUALITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS

---

## **P.62** #3 Franchisés

P.63 SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE DE NOTRE RÉSEAU DE FRANCHISES

---

## **P.72** #4 Clients & société

P.73 AGIR AU QUOTIDIEN POUR AMÉLIORER LA SATISFACTION ET L'EXPÉRIENCE CLIENT  
P.75 SENSIBILISER NOS CLIENTS ET LA SOCIÉTÉ AUX ENJEUX DE SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE

---

## **P.82** #5 Environnement

P.83 LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS PRODUITS ET EMBALLAGES SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE  
P.89 RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE NOS ACTIVITÉS ET NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

---

## **P.94** #6 Fournisseurs & produits

P.95 DÉVELOPPER DES RELATIONS RESPONSABLES AVEC NOS FOURNISSEURS  
P.98 GARANTIR LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DE NOS PRODUITS ET SERVICES

---

## **P.100** Note méthodologique

## **P.102** Annexes



NOTRE MISSION,  
EN TANT QU'OPTICIEN  
ET ACOUSTICIEN,  
A TOUJOURS ÉTÉ  
DE FACILITER L'ACCÈS  
À LA SANTÉ VISUELLE  
ET AUDITIVE

AVANT-PROPOS

## DE NOTRE PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL

Notre mission en tant qu'Opticien et Acousticien, a toujours été de faciliter l'accès à la santé visuelle et auditive. Au-delà de vendre des lunettes ou des aides auditives, notre rôle est aussi de faire de la prévention et de faciliter l'accès à ces produits de première nécessité. Notre démarche RSE est complètement inhérente à cette mission.

Nous souhaitons donner du sens à ce que nous entreprenons, dans cette dynamique de transition durable. Parce que ces enjeux sont plus que jamais au cœur des préoccupations de la société et donc in fine de nos clients, utilisateurs de solutions optiques et auditives.

Notre Fondation ALAIN AFFLELOU en Espagne, créée il y a 15 ans, donne corps à notre démarche d'acteur responsable. Parmi les réalisations phares, « Le Désert des Enfants » permet à des opticiens Afflelou et des optométristes de partir chaque année au Maroc pour réaliser des dépistages visuels et remettre de lunettes de soleil aux enfants et familles dans le besoin.

Notre vision RSE irrigue l'ensemble de nos actions : elle est consubstantielle à la stratégie de notre entreprise qui n'a cessé de se transformer et d'innover depuis 50 ans grâce à la mobilisation de nos collaborateurs, nos franchisés, nos clients et nos fournisseurs.

Preuve de notre engagement, nous avons adhéré au Pacte mondial des Nations Unies, une initiative volontaire encourageant les entreprises du monde entier à adopter des politiques et des pratiques plus durables et socialement responsables.

Aujourd'hui, notre Feuille de route RSE est claire et couvre les enjeux prioritaires du Groupe à travers 6 piliers stratégiques : gouvernance et éthique, salariés, franchisés, clients et société, environnement, fournisseurs et produits. Ces six piliers déclinés en engagements et objectifs à atteindre.

À ce titre, le Groupe AFFLELOU prévoit prochainement de réaliser son bilan carbone, d'identifier les pistes d'actions de réduction de son empreinte carbone sur l'ensemble de sa chaîne de valeur et de mettre en œuvre les initiatives adéquates.

Cette démarche RSE anime notre Groupe dans un objectif de progression permanente en mobilisant nos collaborateurs, nos partenaires, et nos clients.





À PROPOS DE CE RAPPORT



EN 2022, NOUS AVONS DÉCIDÉ  
D'ACCÉLÉRER L'INTÉGRATION  
LA RSE AU SEIN DU GROUPE  
ET DE NOTRE STRATÉGIE  
GLOBALE.



## INCARNER LES ENGAGEMENTS du Groupe AFFLELOU

Depuis plus de 50 ans, nous facilitons l'accès à des produits et services contribuant à améliorer la santé et le confort visuel et auditif des personnes, afin d'améliorer leur quotidien. Nous nous engageons à mener nos activités en prenant soin de nos équipes et de nos partenaires commerciaux (franchisés, fournisseurs et clients finaux), en respectant l'environnement dans lequel nous évoluons, et en nous conformant aux pratiques et comportements éthiques..

Ce second Rapport RSE décrit l'intégration de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) à la stratégie globale du Groupe AFFLELOU, les principaux projets et initiatives en la matière, menés en 2022 par les différentes entités et équipes, ainsi que la performance atteinte.

Il a pour objectif de fournir à l'ensemble de nos parties prenantes des informations sur les actions et les progrès réalisés en matière de RSE. Notre intention est d'être transparents, non seulement sur la manière dont nous poursuivons nos objectifs, mais également sur les défis auxquels nous sommes confrontés pour les réaliser.

En 2022, nous avons décidé d'accélérer l'intégration de la RSE au sein du Groupe et de notre stratégie globale avec l'élaboration de notre feuille de route RSE qui tient compte des attentes des parties prenantes internes et externes, ainsi que du double impact : impact de la société et l'environnement sur nos activités et impact de nos activités sur la société et l'environnement, selon le principe de double matérialité. Nous avons ainsi identifié plusieurs piliers et engagements autour desquels ce Rapport RSE est articulé.

Dans une dynamique d'amélioration continue, ce Rapport RSE sera mis à jour et enrichi régulièrement. Il est également la base de nos engagements et objectifs futurs relatifs aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux prioritaires. Certains indicateurs et objectifs de performance issus de notre feuille de route RSE sont toujours en cours de structuration et leur suivi opérationnel sera mis en place sur les prochains exercices.

Pour plus de détails sur la méthodologie du rapport, veuillez-vous référer à la « Note méthodologique » à la fin du document.



# NOTRE MISSION,

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

Porter des lunettes ou un appareil auditif ne devrait pas être un obstacle. Tout le monde a le droit de bien voir et bien entendre. En tant que distributeur de produits optiques et d'aides auditives et prestataire de services (examens visuels et auditifs), notre objectif est d'offrir systématiquement la meilleure solution au meilleur prix et de répondre aux besoins multiples de nos clients. Nous pensons que, quel que soit votre problème de vue ou d'audition, chacun doit pouvoir profiter de sa vie quotidienne en toute liberté. Ainsi, notre mission est de faciliter l'accès aux produits et services qui améliorent la santé et le confort visuels et auditifs des personnes.

## PLUS DE 50 ANS DE SAVOIR-FAIRE

### M. Alain Afflelou, fondateur de notre Groupe

L'histoire de notre Groupe est profondément liée au parcours professionnel de son fondateur, Monsieur Alain Afflelou. En juin 1962, Alain Afflelou quitte son Algérie natale pour la France à l'âge de 14 ans. Après une première année scolaire à Marseille, il déménage pour Bordeaux où il obtient son baccalauréat en 1967. Puis, en 1971, à l'âge de 23 ans, il obtient un double diplôme d'opticien et d'audioprothésiste.

M. Alain Afflelou ouvre son premier magasin d'optique en 1972 au Bouscat, dans la banlieue bordelaise. Il se rend rapidement compte que les lunettes sont considérées comme un fardeau par les Français. Au début des années 1970, les lunettes sont déjà considérées comme trop chères et sont peu 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, M. Alain Afflelou lance son développement en franchise, avec l'ouverture de trois premiers magasins.

50 ans après la création de l'enseigne, M. Alain Afflelou reste l'un des entrepreneurs préférés des Français. En 2018, le Groupe a été choisi comme « La marque la plus importante dans la vie des Français et la plus fiable dans le secteur de l'optique ». En 2021, M. Alain Afflelou a également été élu par le magazine Forbes comme le troisième chef d'entreprise préféré des Français. Selon le sondage réalisé, M. Alain Afflelou symbolise la réussite et privilégie les besoins de ses clients<sup>1</sup>.

En juin 2022 s'ouvre un nouveau chapitre pour le Groupe AFFLELOU avec la nomination d'Anthony Afflelou au poste de Directeur Général. Son parcours riche en expériences et en apprentissages au sein de diverses entités et directions du Groupe (chef de projet en communication interne, manager développement international, manager transformation digitale, Directeur Marketing, Directeur Général Marketing et Communication), confère à Anthony Afflelou une vision stratégique des marchés de l'optique et de l'audio, essentielle pour appréhender, comprendre et analyser les besoins des clients.

<sup>1</sup> Source : Enquête Forbes, parue dans le magazine Forbes n° 14 - 2021.

# ON EST FOU D'AFFLELOU

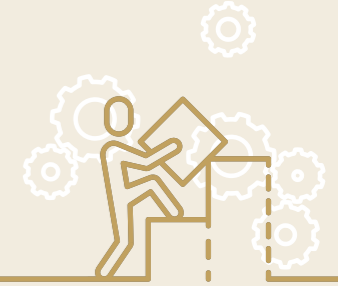


ALAIN AFFLELOU : L'OPTICIEN NOUVELLE GÉNÉRATION

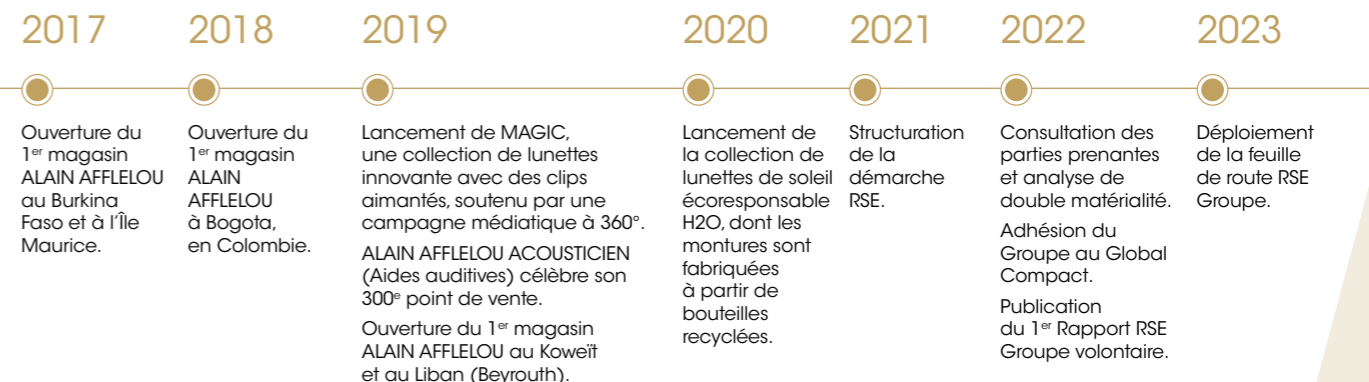
# QUAND ON A LA CLASSE, ON Y TIENT.



ON EST FOU D'AFFLELOU.



## ÉTAPES CLÉS



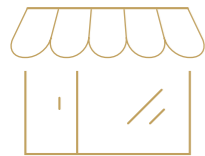
# NOTRE IDENTITÉ

Chez ALAIN AFFLELOU, notre raison d'être est de construire un monde sans barrières où l'on est bien et où l'on se sent bien. C'est avec cette promesse que nous révolutionnons le monde de l'optique depuis 50 ans. Depuis lors, nous défendons deux idées auxquelles nous croyons fermement : le port de lunettes ou d'appareils auditifs ne devrait pas être un problème et chacun mérite d'être libre de profiter de sa vie quotidienne.

Fondé en France en 1972 par Monsieur Alain Afflelou, le Groupe AFFLELOU est aujourd'hui le leader européen de la franchise en tant qu'opticien et acousticien. Opérant dans 20 pays, notre réseau totalise 1 461 magasins à travers le monde. Les équipes du Groupe AFFLELOU se composent de près de 1 200 femmes et hommes qualifiés (siège & magasins succursales), travaillant main dans la main avec environ 800 propriétaires de franchises.



20 PAYS



1 461 MAGASINS  
(succursales & franchisés)  
PRÈS DE 800

PROPRIÉTAIRES DE MAGASINS,  
FRANCHISÉS REPRESENTANT,  
avec notre Groupe

PRÈS DE  
5 000 PERSONNES EMPLOYEES  
SUR L'ENSEMBLE DU RESEAU



ENVIRON  
1 MD€ VENTES TOTALES  
TTC AU SEIN DU RESEAU



PLUS DE  
350 COLLABORATEURS  
PERMANENTS DANS NOS BUREAUX

PLUS DE  
800 COLLABORATEURS  
AU SEIN DE NOS SUCCURSALES

L'innovation a toujours été au cœur de l'identité du Groupe AFFLELOU. Inspirés par notre fondateur, nous sommes passionnés par la remise en question et l'exploration de nouvelles façons de faire pour nous perfectionner à tous les niveaux. L'entrepreneuriat faisant partie de notre ADN, nous mettons également tout en œuvre pour attirer de nouveaux talents qui deviendront nos futurs collaborateurs et/ou franchisés.

Chaque innovation - produit, offre ou concept - est conçue pour répondre aux besoins et aux problématiques rencontrées par nos clients finaux. Nous orientons ardemment nos recherches pour obtenir la combinaison optimale entre nouvelles technologies, qualité et durabilité des matériaux, confort, design et accessibilité des prix. L'observation et la collecte d'informations sur les besoins des personnes ont toujours été au cœur de notre démarche.

## NOTRE VISION ET NOS VALEURS



### NOTRE VISION

« Contribuer à un monde sans barrières pour profiter de chaque moment de la vie »

Nous nous efforçons de construire un monde sans barrières pour que les gens profitent de chaque moment de leur vie et se sentent bien. Un monde dans lequel nos clients sont pleinement intégrés et s'épanouissent des préjugés et des complications. Nous voulons également être une entreprise à l'avant-garde de l'innovation dans les domaines de la vision et de l'audition. 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 de nos clients. Le Groupe AFFLELOU est ancré dans la société et joue un rôle important en termes de bienfaits personnels (santé, bien-être, loisirs, etc.) et collectifs (économie, bien-être au travail).



### NOS VALEURS

Depuis sa création, les valeurs fondamentales du Groupe AFFLELOU sont inchangées :

**Innovation** : progresser et se réinventer pour apporter les meilleures solutions du marché à nos clients.

**Dynamisme** : renforcer notre expertise et être agile dans un monde en pleine mutation.

**Leadership** : conforter notre position, apporter le meilleur de nous-même, en s'appuyant sur des équipes soudées, épanouies et orientées vers le service client.

**Engagement** : s'impliquer au quotidien, être attentifs à nos clients, respecter nos partenaires et veiller au développement de nos collaborateurs.

**Confiance** : être digne de confiance et faire confiance.



### NOS COMPORTEMENTS

À partir de nos valeurs, nous avons identifié des comportements fondamentaux que nous promovons activement en interne et que nous partageons avec nos partenaires commerciaux :

- Nous sommes pleinement engagés dans les priorités de l'entreprise
- Nous faisons preuve d'éthique, d'intégrité et de respect, d'engagement, de perfectionnement au quotidien, autant d'atouts qui renforcent notre image et notre notoriété auprès du public
- Nous créons un environnement basé sur le partenariat et la confiance ; le mode d'organisation en franchise repose sur un partenariat de confiance entre deux entrepreneurs, le franchiseur et le franchisé
- Nous aimons dialoguer, partager et écouter
- Nous recherchons des solutions agiles, originales et de qualité pour répondre aux besoins de nos clients
- Là où d'autres voient des problèmes, nous voyons des opportunités d'innover, en mettant en œuvre de nouvelles technologies et façons de travailler
- Nous nous adaptons rapidement aux changements et aux exigences de notre environnement professionnel
- Nous sommes cohérents : nous annonçons ce que nous faisons ou allons faire et nous le faisons.

#### MISSION

Faciliter l'accès aux produits et services qui améliorent la santé et le confort visuels et auditifs des personnes



#### PILIER

« Tout le monde a le droit de bien voir et bien entendre »

« Il ne s'agit pas d'être le meilleur, mais de faire de son mieux »

« Le savoir-faire est aussi important que le faire savoir »



#### VISION

Construire un monde sans barrières, pour profiter de chaque instant de la vie et se sentir bien, dans lequel nos clients sont pleinement intégrés et s'affranchissent des préjugés et des complexes.



## UN RÉSEAU BIEN ÉTABLI PERMETTANT UNE PRÉSENCE MONDIALE

À partir d'une base historique en France, le groupe AFFLELOU est aujourd'hui devenu un réseau de franchises d'opticiens et d'acousticiens leader en Europe, avec 1 461 magasins de produits optiques et acoustiques dans 20 pays. Au 31 juillet 2022, 66 % des magasins (succursales et franchisés) étaient situés en France et 24 % en Espagne, le deuxième pays dans lequel le Groupe possède le plus grand nombre de magasins. La part de magasins (succursales et franchisés) dans le reste du monde s'élève à 10 %. Les magasins succursales sont situés uniquement en France, en Espagne et au Portugal à fin juillet 2022.

NOMBRE DE MAGASINS <sup>2</sup>	FRANCE <sup>3</sup>	ESPAGNE	AUTRES PAYS EUROPÉENS	AUTRES PAYS NON EUROPÉENS	TOTAL
MAGASINS FRANCHISÉS	867	270	100	41	1 278
MAGASINS SUCCURSALES	93	84	6	-	183
<b>TOTAL</b>	<b>960</b>	<b>354</b>	<b>106</b>	<b>41</b>	<b>1 461</b>

En Europe, le Groupe AFFLELOU opère dans les pays suivants : France, Espagne, Andorre, 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 : Afrique (Algérie, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Île Maurice, Maroc, Sénégal, Togo, Tunisie), Moyen-Orient (Géorgie, Koweït, Liban), Amérique du Sud (Colombie) et Asie (Vietnam).



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

- Le 1<sup>er</sup> réseau de franchises de produits d'optique en France (en nombre de magasins et chiffre d'affaires)
- La 1<sup>ère</sup> enseigne de franchiseur optique et audio en Espagne (en nombre de magasins)
- Le 1<sup>er</sup> opticien en France et en Espagne en termes de notoriété de la marque



**20** PAYS



**1 461** MAGASINS (succursales et franchisés)

dont **87%** de magasins franchisés et **13%** de magasins succursales

<sup>2</sup> Y compris ALAIN AFFLELOU OPTICIEN, ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN et OPTICAL DISCOUNT.

<sup>3</sup> Y compris les magasins dans les départements et territoires français d'outre-mer.

## NOS ACTIVITÉS, PRODUITS ET SERVICES

Prendre soin de la santé des personnes grâce à une double offre d'optique et d'audition

# ALAIN AFFLELOU

Le Groupe AFFLELOU offre ses services à plus de 2 millions de porteurs de lunettes chaque année, à travers son enseigne ALAIN AFFLELOU OPTICIEN. Nous proposons des collections en utilisant notre savoir-faire et notre expertise d'opticien et de fabricant de montures. Notre objectif premier est de créer des produits qui répondent aux besoins de santé des personnes et apportent un maximum de confort aux porteurs de lunettes, grâce à la qualité des matériaux utilisés et à nos processus innovants.

Notre gamme de produits comprend des montures, des verres, des lunettes de soleil, des lentilles de contact et des produits de soins oculaires. Nous fournissons également à nos clients des conseils professionnels pour la santé et le confort visuel, ainsi qu'une large gamme de services connexes (voir la section « Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre » et « Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie » pour plus de détails).



Montures optiques



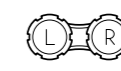
Verres correcteurs



Lunettes de soleil



Lentilles de contact



Produits d'entretien



Services et conseils



Appareils auditifs



# ALAIN AFFLELOU

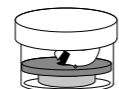
## Acousticien

Depuis 2011, le Groupe AFFLELOU aide également les personnes à prendre soin de leur audition en les équipant d'appareils auditifs, en leur proposant de tester des aides auditives, un suivi après nettoyage du matériel d'appareillage, et en les accompagnant pour les réglages et le renouvellement des aides auditives. Nos clients peuvent prendre rendez-vous avec nos audioprothésistes diplômés d'État dans l'un des centres ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN afin de tester gratuitement leur audition (voir la section « Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre » pour plus de détails).

Notre gamme de produits comprend des appareils auditifs et des produits de soins connexes. Nous fournissons également à nos clients des conseils professionnels pour leur santé et leur confort auditifs, ainsi qu'une large gamme de services (voir la section « Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre » pour plus de détails).



Aides  
auditives



Produits  
d'entretien



Services  
et conseils  
connexes



**NOS ÉQUIPES SONT COMPOSÉES DE PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ, EXPERTS DANS LES SOINS DE LA VUE ET DE L'AUDITION QUI AIDENT LES PERSONNES À TRAITER LEURS TROUBLES VISUELS ET AUDITIFS. NOUS NOUS ENGAGEONS À AMÉLIORER LE CONFORT VISUEL ET AUDITIF DE NOS CLIENTS. POUR CE FAIRE, NOUS LES ACCOMPAGNONS TOUT AU LONG DE LEUR PARCOURS VERS UNE MEILLEURE VISION ET AUDITION.**

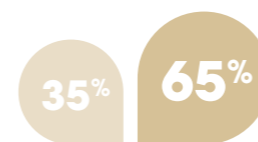
## Notre modèle de franchise & succursales

Afin de fournir des produits, services et conseils professionnels à ses clients, le Groupe AFFLELOU a développé deux structures au sein de son réseau, comprenant à la fois des magasins succursales exploités par les équipes d'AFFLELOU (succursales) 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 un partenariat entre le Groupe (en tant que franchiseur) et les franchisés (commerçants indépendants), alliant le savoir-faire du franchiseur au professionnalisme et au dynamisme local de chaque franchisé, responsable de sa propre activité. En juillet 2022, les magasins franchisés représentent près de 90% du nombre total de magasins, soit approximativement 800 franchisés et près de 5000 personnes employées au sein du réseau.

## Les produits de marque propre ALAIN AFFLELOU & les contrats de licence

Les produits proposés par le Groupe peuvent être divisés en deux principales catégories : les produits exclusifs du Groupe AFFLELOU, généralement commercialisés sous la marque propre ALAIN AFFLELOU (et de façon marginale sous licence) et les produits de marques tierces. Les produits portant la marque ALAIN AFFLELOU sont distribués dans les magasins AFFLELOU (montures, lunettes de soleil, lentilles de contact, appareils auditifs), dans les territoires où le groupe est implanté. Sur l'année fiscale 2022, les produits de marque ALAIN AFFLELOU ont représenté 35% des achats effectués par les magasins du réseau. Sur cette même période, environ 2.8 millions de montures et paires de lunettes de soleil de la marque ALAIN AFFLELOU ont été commercialisées, sur environ 250 références en magasin.



**SUR LA PÉRIODE AOÛT 2021 À JUILLET 2022 : LES PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU REPRÉSENTENT 35% DES ACHATS DES MAGASINS AU SEIN DU GROUPE, ET LES PRODUITS GRIFFÉS (HORS MARQUE ALAIN AFFLELOU) 65%.**





# PROPOSER DES PRODUITS ET SERVICES INNOVANTS ET ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE

Afin de faciliter l'accès aux produits et services qui améliorent la santé et le confort visuels et auditifs des personnes, nos équipes se réinventent chaque jour et cherchent constamment de nouvelles façons d'améliorer davantage votre bien-être et votre confort, tout en rendant accessibles financièrement ses services et produits :



**Un prix abordable et des formules pour faciliter les paiements**



**Un programme de multipropriété avec des offres commerciales spécifiques**



**Sensibilisation et conseils professionnels**

## DES PRODUITS & SERVICES ACCESSIBLES

### Une diversité d'offres

Tout d'abord, le Groupe AFFLELOU facilite l'accès aux produits et services vendus en concevant des offres accessibles financièrement. En 2022, nous avons poursuivi notre offre TchIn TchIn, la plus emblématique, qui continue de s'étendre avec différents produits, et l'offre de financement NEXTYEAR®, avec laquelle le client sort de chez l'opticien ou de chez l'acousticien « sans payer » et paie ses achats en plusieurs fois jusqu'à deux ans sans intérêts ni commission. Nous souhaitons ainsi faciliter l'accès aux lunettes et aux aides auditives au plus grand nombre.

### MODÈLE DE MULTI-POSSESSION

# Tchin TchIn

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 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 permet de répondre à plusieurs usages, elle est désormais disponible pour les lunettes de vue, les lunettes de soleil ainsi que les appareils auditifs. Par exemple, 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. En 2022, plus de 1,4 million de clients optique ont profité de l'offre TCHIN TCHIN.



**PLUS DE 1,4 MILLION DE CLIENTS OPTIQUE ONT PROFITE DE L'OFFRE TCHIN TCHIN EN 2022.**

### PRIX ABORDABLE


# Nextyear®

## D'AFFLELOU

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

Depuis 2009, l'offre NEXTYEAR® permet à tous les consommateurs de payer nos lunettes un an après leur 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 disponible pour les lunettes de vue, les lunettes de soleil, les lentilles de contact, ainsi que pour tous les produits d'entretien. Concernant les appareils auditifs, les clients peuvent payer en 24 paiements sur 2 ans sans frais.

Pionner de ce type d'offres en optique et audio, nous avons observé que le panier moyen d'équipements optiques avec NEXTYEAR® est presque 50 % plus élevé que le panier moyen historique.



**PLUS DE 400 000 CLIENTS OPTIQUE ONT BÉNÉFICIÉ DE L'OFFRE NEXTYEAR® EN FRANCE EN 2022.**

**PLUS DE 18 MILLIONS € DE PRODUITS OPTIQUE VENDUS AVEC L'OFFRE NEXTYEAR® EN FRANCE EN 2022.**

**1/5 DES VENTES DE 2022 AVEC NEXTYEAR® EN ESPAGNE.**

### RENOUVELLEMENT ET REMPLACEMENT

# KID COOL

BY AFFLELOU

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 verres des enfants de moins de 14 ans autant de fois que nécessaire, gratuitement, pour des changements de prescription au cours des 12 mois suivant l'achat.



### ENGAGEMENTS ET GARANTIES POUR LES PRODUITS AUDITIFS

En ce qui concerne le segment des produits auditifs, l'offre ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN comprend un essai gratuit de 30 jours pour que les personnes puissent tester les aides auditives dans leur environnement quotidien avant achat et 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 en cas de besoin.

Nous continuons également à vous offrir nos services gratuitement pendant la période de garantie de vos aides auditives et de manière illimitée. Les aides auditives bénéficient d'une garantie de 3 ans, qui peut être prolongée d'un an pour la gamme d'aides auditives INCOGNITO. Pendant cette période, l'audioprothésiste est disponible sur rendez-vous pour l'utilisation, l'entretien, le réglage et le suivi de vos aides auditives.



## Densification géographique

Le Groupe AFFLELOU accélère son programme de densification de la présence de l'enseigne en France et en Espagne. L'objectif est de rendre accessible géographiquement l'enseigne sur ces territoires, pour permettre aux populations de bénéficier des offres du Groupe et d'améliorer leur santé, confort et qualité de vie.

## Tests et dépistages 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. 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 une majorité des 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 aides 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.

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.



## 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.

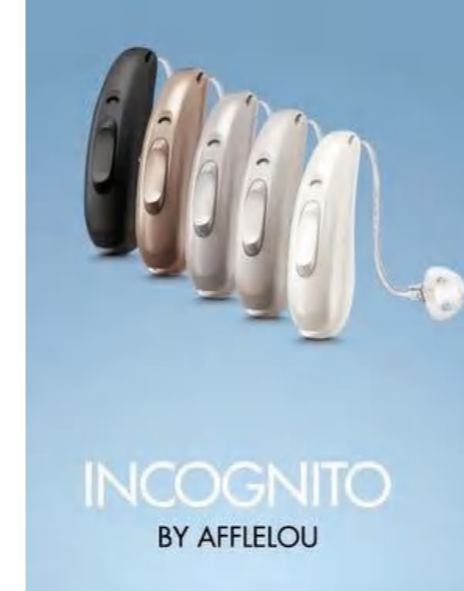
Nos équipes sont composées de professionnels de santé qualifiés, de référents dans les dispositifs optiques et les aides auditives, qui travaillent pour traiter les problèmes de vue et/ou de perte auditive du client. Nous nous engageons à aider les gens à retrouver leur bien-être, en les accompagnant tout au long de leur parcours vers un meilleur confort. Nous écoutons nos clients, nous les conseillons et nous nous rendons disponibles dans tous nos magasins. Dans ce contexte, nos équipes fourniront 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 notre site internet et sur nos réseaux sociaux. 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. presbycusie, hyperacusie et hypoacusie, acouphènes, etc.). Les chroniques audios enregistrées par Monsieur Alain Afflelou ainsi que de nombreuses foires aux questions (FAQ) sont également disponibles sur le site internet 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 (voir la section « Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive » pour plus de détails).

## Accessibilité des magasins aux personnes à mobilité réduite

Le Groupe AFFLELOU veille à rendre accessible l'ensemble de ses magasins aux personnes à mobilité réduite (PMR) dans le respect des normes PMR si le magasin le permet, ou par d'autres moyens, via l'installation de rampes d'accès notamment.



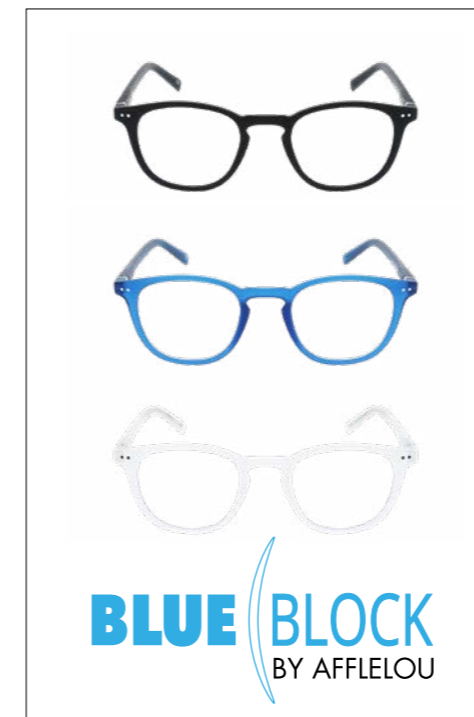
INCOGNITO  
BY AFFLELOU



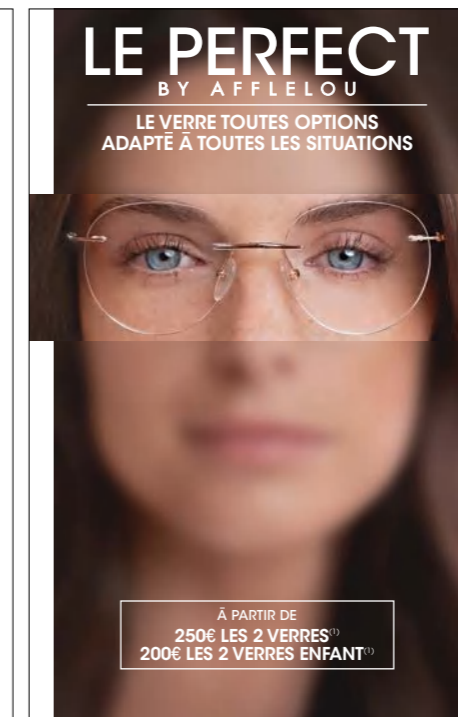
Forty  
BY AFFLELOU



REFORM  
BY AFFLELOU



BLUE BLOCK  
BY AFFLELOU



LE PERFECT  
BY AFFLELOU

LE VERRE TOUTES OPTIONS  
ADAPTÉ À TOUTES LES SITUATIONS

À PARTIR DE  
250€ LES 2 VERRES<sup>(1)</sup>  
200€ LES 2 VERRES ENFANT<sup>(2)</sup>



## L'INNOVATION CHEZ AFFLELOU

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.

Chaque innovation (produit, offre et/ou concept) est conçue pour répondre aux besoins et problématiques auxquels nos clients sont confrontés. Nos efforts de recherche visent à atteindre une combinaison optimale alliant nouvelles technologies, qualité des matériaux, confort, 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.

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.

En 2022, le Groupe AFFLELOU s'est doté d'un service Innovation qui anime des Comités Innovation tous les deux mois. Ces comités regroupent les directeurs du Groupe et ont pour objectif de traiter des tendances d'innovation, ainsi que des éventuels besoins et freins pour développer de nouveaux projets. Des thématiques telles que l'innovation dans la prise de rendez-vous ont ainsi pu être abordées en 2022. Ce service est à l'origine du développement de la téléophtalmologie au sein du Groupe AFFLELOU en 2022 (voir la section « Service de téléophtalmologie » pour plus de détails).



## Partenariats avec les sphères de recherche et académiques

Les liens que nous entretenons avec les centres de formation et les universités nous permettent de participer au développement de projets de recherche dans le domaine de la santé visuelle et auditive, où nous collaborons activement à la collecte de données pour les études et à la diffusion des résultats. Nous participons à la recherche parce qu'elle fait partie de l'engagement d'ALAIN AFFLELOU en faveur de la santé visuelle et auditive et qu'elle est directement liée à notre vision de construire un monde sans barrières où l'on est bien et où l'on se sent bien. Parmi ces collaborations, nous pouvons citer les projets suivants :

### PROJET EUROPÉEN YOUNG EYE

Notre engagement à améliorer la santé des gens nous a amenés à participer pour la première fois à un projet de recherche financé par l'Union européenne. Il s'agit de projet de recherche européen Young Eye, le programme de recherche et d'innovation le plus ambitieux lancé par l'Union européenne dans le cadre d'Horizon Europe et des initiatives Marie Skłodowska Curie, doté d'un budget de 1,3 million d'euros. Ce projet d'envergure internationale a été réalisé avec les contributions conjointes de l'Espagne, du Royaume-Uni et du Portugal. Nous nous engageons dans ce projet au côté de Mark'envoy et du groupe de recherche clinique et expérimentale de l'Université Complutense de Madrid (dirigé par le professeur David Madrid Costa). C'est la première fois qu'une société d'optique participe à un projet de cette nature, dans lequel cinq chercheurs travaillent dans le cadre de leur thèse de doctorat sur de nouvelles solutions pour le traitement de la presbytie avec des lentilles de contact. Ensemble, nous pouvons trouver de nouvelles alternatives thérapeutiques pour la presbytie.

Nous cherchons à former une nouvelle génération de chercheurs plus créatifs et innovants, capables de transformer des idées en produits et services présentant un avantage social et économique pour la société. Ce projet vise également à renforcer l'impact et la visibilité internationale de la recherche européenne, grâce à la diffusion, la communication et la vulgarisation intégrées, et à favoriser des synergies entre les secteurs privé et universitaire.

### BAROMÈTRE DE LA MYOPIE INFANTILE

Nous avons collaboré avec l'Université européenne de Madrid pour le développement de l'étude sur la prévalence de la myopie infantile en Espagne, en fournissant les données enregistrées entre 2016 et 2020 lors de la campagne scolaire pour la santé visuelle promue par la Fondation ALAIN AFFLELOU. Les résultats des examens ont donné lieu en septembre 2021 au rapport sur la prévalence de la myopie chez l'enfant, sur la base duquel a été élaboré un an plus tard le Baromètre de la myopie, publié en septembre 2022.

Le Baromètre de la myopie infantile (2016-2021) a été conçu comme une étude évolutive, qui s'appuie sur des données mises à jour et renouvelées chaque année dans le cadre de la campagne susmentionnée de la Fondation. Il vise à analyser l'évolution de la myopie dans la population infantile espagnole, un problème de plus en plus présent chez les plus jeunes.

L'étude est riche et révélatrice, car entre 5 et 7 ans, les enfants ne disposent pas du recul pour évaluer leurs capacités visuelles, il est ainsi difficile de détecter les déficiences visuelles comme la myopie. Au cours des 6 années d'étude, nous avons recueilli des informations auprès de 15 672 enfants participant à la campagne dans toute l'Espagne. Pour analyser toutes les données, 4 chercheurs du groupe de recherche sur la vision de l'Université européenne de Madrid et 330 opticiens ALAIN AFFLELOU de toute l'Espagne ont été impliqués.

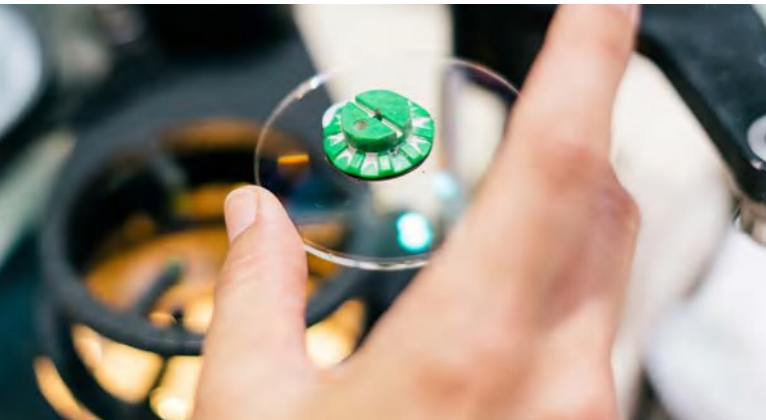
#### Les conclusions que l'on peut tirer de cette étude sont les suivantes :

La prévalence de la myopie en Espagne a augmenté de 17 % entre 2016 et 2021.

En 2020 et 2021, la prévalence de la myopie s'est stabilisée. Il est nécessaire de tenir compte du fait que le confinement sanitaire lié à la crise Covid peut avoir influencé la prise de conscience en matière de santé.

Les problèmes de sommeil sont plus nombreux chez les enfants myopes.

En guise de conclusion générale, nous soulignons que le mode de vie des enfants a une forte influence sur l'apparition et le développement de la myopie. Un mode de vie incluant davantage d'activités de plein air réduit le risque d'apparition et de développement de la myopie.



## Numérisation des processus et 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 internet 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 l'achat de produits en l'état, c'est-à-dire les lunettes de soleil, les lunettes de lecture, les lentilles de contact et d'autres produits qui ne nécessitent pas d'ordonnance médicale, ni de transformation dans le cadre du processus d'achat.

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 nos professionnels des yeux et de l'audition en ligne est également disponible dans tous nos magasins.

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



### SERVICE DE TÉLÉOPHTALMOLOGIE

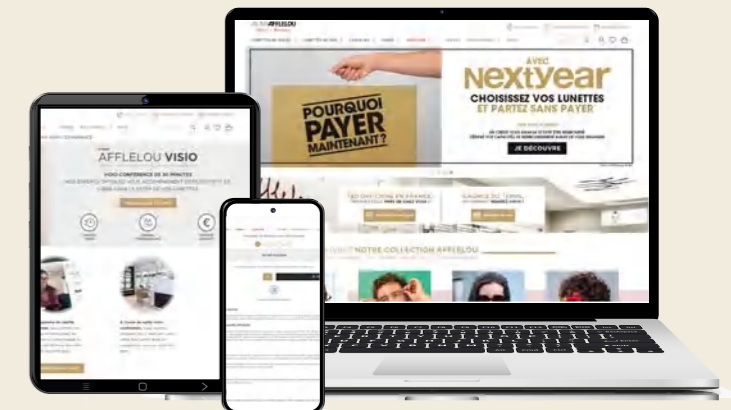
En termes d'innovation, l'année 2022 a principalement été consacrée au lancement du service de téléconsultation dans les magasins du Groupe situés en France afin de faciliter l'accès aux soins ophtalmologiques dans les déserts médicaux. Ainsi, ALAIN AFFLELOU met à disposition un service de téléconsultation sans prise de rendez-vous, au travers duquel le patient peut obtenir sa consultation à distance dans un magasin de l'enseigne, souvent sans délai d'attente et en fonction de la disponibilité des ophtalmologistes.

La prévention est un volet très important chez les opticiens ALAIN AFFLELOU. Ainsi, la salle d'examen est systématiquement équipée de matériel de dépistage qui permet à l'ophtalmologiste de détecter de possibles pathologies (cataracte par exemple) et d'orienter si besoin le patient vers un cabinet pour une consultation en présentiel.

En collaboration avec son fournisseur de matériels et le leader de la télémédecine en France, ALAIN AFFLELOU a élaboré, en plus, un dispositif technologique innovant conforme aux réglementations médicales en vigueur pour assurer la totale indépendance entre les deux corps de métiers.

200 points de vente ALAIN AFFLELOU se situent dans des zones de déserts médicaux. Fort du succès des premiers tests réalisés dans 5 magasins durant l'année 2021, l'enseigne confirme sa volonté de déployer son dispositif de télé-ophtalmologie au niveau national, et vise un parc d'environ 150 magasins engagés dans ce dispositif en fin d'exercice 2023.

Outre la contribution de ce projet à la Mission du Groupe AFFLELOU, celui-ci traduit la capacité d'innovation de notre réseau et de nos équipes.



# GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

## STRUCTURE DE L'ACTIONNARIAT DU GROUPE



Au 31/07/2022, le Comité exécutif du Groupe (COMEX) est composé des 7 membres suivants :



Le Groupe AFFLELOU s'est également doté d'une Equipe de Direction élargie, comprenant les membres suivants (Comité de Direction) :



Enfin, le Groupe AFFLELOU est administré par un conseil d'administration qui administre la Société, détermine les orientations de l'activité de la Société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Associés, aux Dirigeants Principaux et dans la limite de l'objet social de la Société, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent. Le Conseil d'Administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge « opportuns ».

Le Conseil d'Administration du Groupe est composé des membres suivants, dont trois administrateurs indépendants :



Les membres du conseil d'administration sont nommés par les actionnaires du Groupe pour une période de six ans, renouvelable avec l'approbation des actionnaires.

**LE GROUPE AFFLELOU A ÉGALEMENT MIS EN PLACE UN COMITÉ DE RÉMUNÉRATION**



A photograph of four diverse individuals in conversation. On the left, a man with grey hair and a beard wears a white jacket with a yellow hood. Next to him, a Black man with a beard wears a blue denim jacket. On the right, a Black woman with long grey braids wears a blue and black plaid vest over a black top. Behind her, a woman with white hair wears a red top. They are all looking towards the right side of the frame.

**RAPPORT RSE  
2022**

**#1**  
**Gouvernance  
& Ethique**

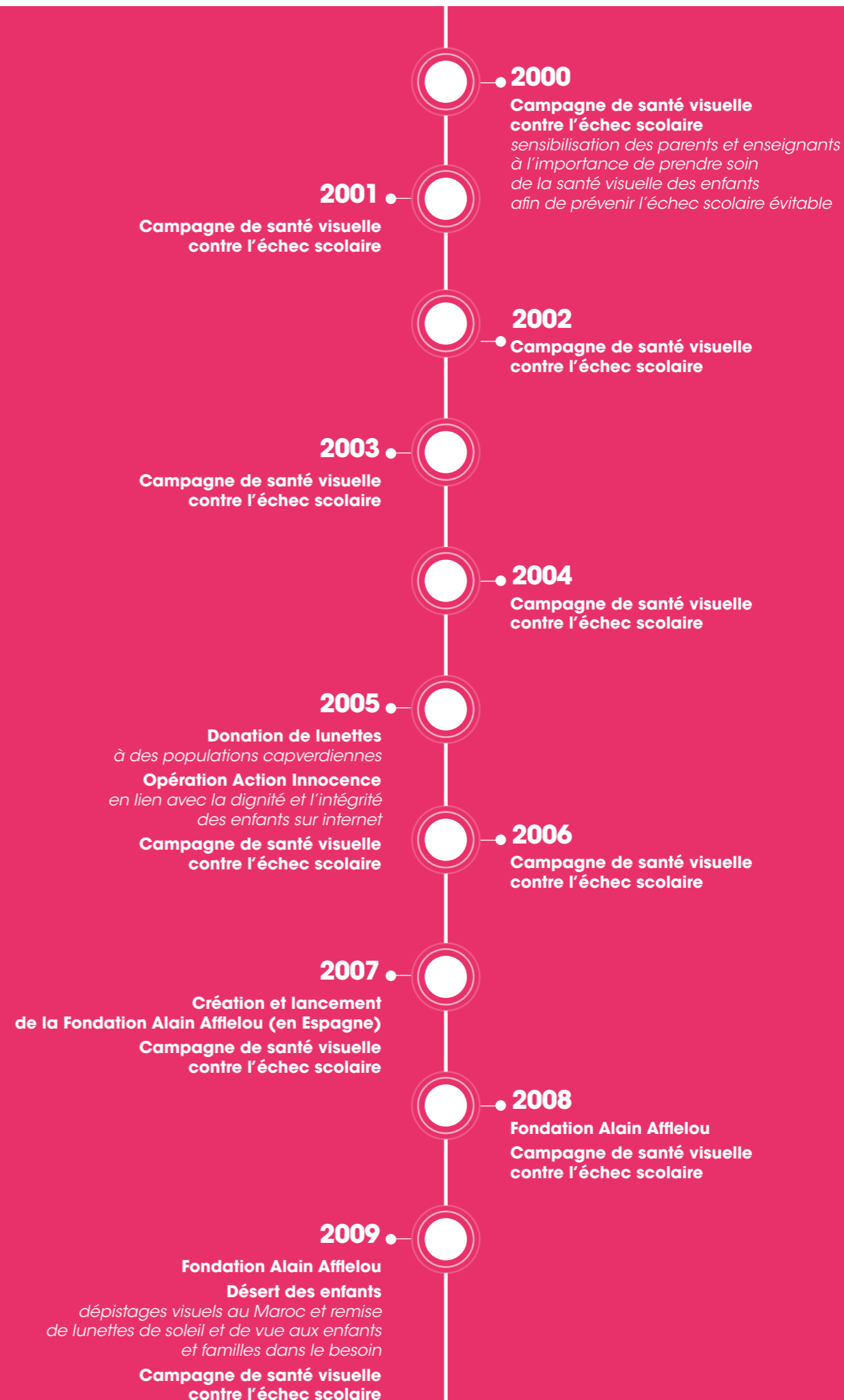
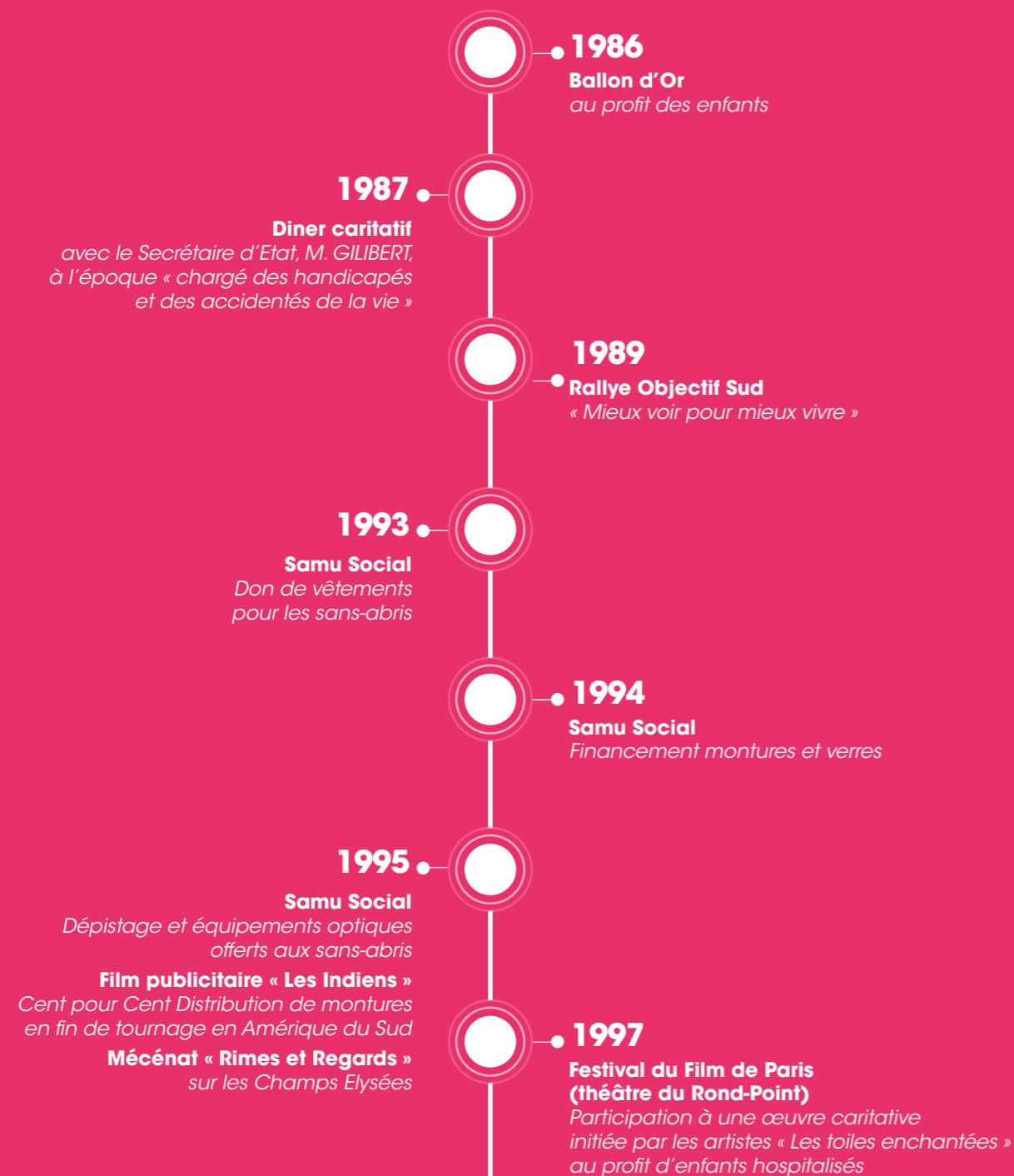


# GOUVERNANCE & ÉTHIQUE

Nous considérons la RSE comme une démarche intégrée à la stratégie globale de l'entreprise et transversale au niveau des différentes activités et entités du Groupe AFFLELOU. Dans ce contexte, les différents enjeux RSE sont gérés quotidiennement par chaque fonction et/ou entité clé du Groupe (Ressources Humaines, Produits, Marketing et Communication, etc.).

Le Groupe AFFLELOU met un point d'honneur à garantir l'éthique de ses pratiques internes et commerciales en toutes circonstances. Pour ce faire, nous nous sommes notamment dotés d'un programme de gestion de la conformité en matière de prévention, gestion et contrôle des risques opérationnels et juridiques.

## Historique de nos initiatives solidaires



2010

**Fondation Alain Afflelou**  
**Désert des enfants**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

**Partenariat**  
*Sophie Vouzelaud pour défendre l'accessibilité*  
*des personnes sourdes et malentendantes.*  
*500 appareils auditifs offerts*  
*par an pour les personnes défavorisées.*

2012

**Fondation Alain Afflelou**  
**Campagne Down "Los peces no se mojan"**  
*lunettes ALAIN AFFLELOU adaptées et offertes*  
*aux enfants trisomique âgés de moins de 15 ans*

**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

**Opération au Malawi**  
*Ouverture d'une unité de soins pour les yeux*  
*et engagement en faveur de l'éducation*  
*des enfants avec Tasha de Vasconcelos*  
*Ambassadrice de l'Union Européenne*  
*pour les causes humanitaires,*  
*et fondatrice de l'association Amor*

2014

**Fondation Alain Afflelou**  
**Désert des enfants**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

**Opération de prévention**  
*Club santé débat avec Michel Cymes*  
*Voyage Afrique du Sud*

**Parrainage d'enfants par les franchisés**  
*donation de fournitures scolaires*  
*et d'équipements optiques*

2016

**Fondation Alain Afflelou**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

**Recyclage de lunettes et don**  
**aux populations défavorisées**  
*en collaboration avec le Lions Club (Espagne)*

2018

**Fondation Alain Afflelou**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**  
**Recyclage de lunettes et don**  
**aux populations défavorisées**  
*en collaboration avec le Lions Club (Espagne)*

**VolviendoAVer en collaboration**  
**avec la Croix Rouge**  
*contrôle de vue et remise de lunettes de vue*  
*pour les personnes défavorisées*

2011

**Fondation Alain Afflelou**  
**Désert des enfants**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

**Soutien à Enzo**  
*pour son opération aux USA*  
*Association « Les Etoiles du Bonheur »*

2013

**Fondation Alain Afflelou**  
**Désert des enfants**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

2015

**Fondation Alain Afflelou**  
**Désert des enfants**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

**Recyclage de lunettes et don**  
**aux populations défavorisées**  
*en collaboration avec le Lions Club (Espagne)*

**Campagne de protection infantile**  
*avec la Fondation Espagnole de Pédiatrie*

2017

**Fondation Alain Afflelou**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

**Recyclage de lunettes et don**  
**aux populations défavorisées**  
*en collaboration avec le Lions Club (Espagne)*

2019

**Fondation Alain Afflelou**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**  
**Recyclage de lunettes et don**  
**aux populations défavorisées**  
*en collaboration avec le Lions Club (Espagne)*

**VolviendoAVer en collaboration**  
**avec la Croix Rouge**  
*contrôle de vue et remise de lunettes de vue*  
*pour les personnes défavorisées*

**Les Bouchons de L'espoir**  
*collecte de bouchons en plastique*  
**Association Langage & Intégration**  
*1000 € reversés et dotation de produits audio*

**Association Odyssea / running**  
*donation sur frais d'inscription*  
*des collaborateurs inscrits (2017 et 2018)*

**Les Chiens Guides de l'Ouest**  
*Financement de deux chiens guides d'aveugles*  
*et achat de deux cannes électroniques*

2021

**Fondation Alain Afflelou**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**  
**Recyclage de lunettes et don**  
**aux populations défavorisées**  
*en collaboration avec le Lions Club*  
*(Espagne) et avec Medico (France)*

**VolviendoAVer en collaboration**  
**avec la Croix Rouge**  
*contrôle de vue et remise de lunettes de vue*  
*pour les personnes défavorisées*

**Les Trois Règles d'Afflelou**  
*sensibilisation aux conséquences*  
*de l'utilisation des écrans*  
*et prévention de la myopie*

**Les Bouchons de L'espoir**  
*Lancement d'une opération annuelle*  
*de collecte en magasins d'emballages lentilles,*  
*de lunettes (Medico Lions Club)*  
*et piles audio (Corepile)*

**La Forty du Cœur (Ehpad)**

2020

**Fondation Alain Afflelou**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**

**Recyclage de lunettes et**  
**don aux populations défavorisées**  
*en collaboration avec le Lions Club (Espagne)*

**VolviendoAVer en collaboration**  
**avec la Croix Rouge**  
*contrôle de vue et remise de lunettes de vue*  
*pour les personnes défavorisées*

**Les Trois Règles d'Afflelou**  
*sensibilisation aux conséquences de l'utilisation*  
*des écrans et prévention de la myopie*

**Les Bouchons de L'espoir**  
**Association Téléthon / running**  
*donation sur frais d'inscription*  
*des collaborateurs inscrits*

**Dépistages visuels à Bangkok**  
*pour 150 personnes défavorisées*  
**Donation équipements optiques**  
**à des Maliens albinos**  
*(en soutien à l'Association AMPA)*

**Covid-19**  
*Don de 500 000 masques FFP2*  
*aux personnels soignants (France)*

**Donation associations**  
**Tout le monde contre le cancer**  
*Vaincre la Mucoviscidose / soutien*  
*à Arthur Desplaces, franchisé Alain Afflelou*

2022

**Fondation Alain Afflelou**  
**Campagne de santé visuelle**  
**contre l'échec scolaire**  
*(23<sup>e</sup> édition : don de lunettes à tous les enfants*  
*âgés de 5 à 7 ans qui en ont besoin)*

**Recyclage de lunettes et don**  
**aux populations défavorisées**  
*en collaboration avec le Lions Club*  
*(Espagne) et avec Medico (France)*

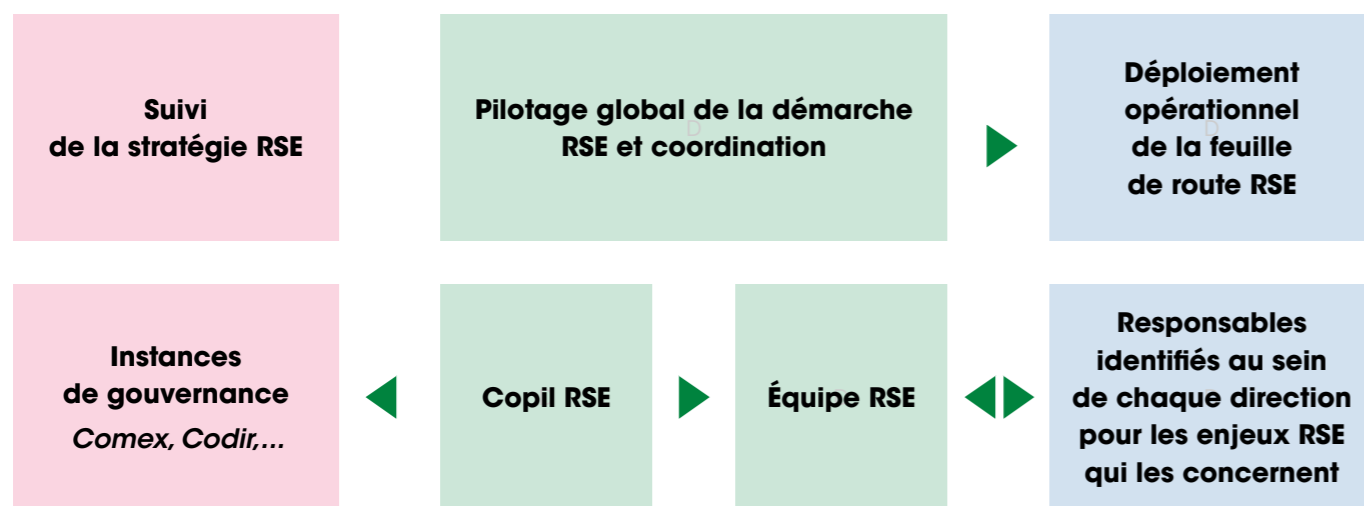
**Désert des enfants**  
**VolviendoAVer en collaboration**  
**avec la Croix Rouge**  
*contrôle de vue et remise de lunettes de vue*  
*pour les personnes défavorisées*

**Téléophtalmologie**  
*service de téléconsultation dans les magasins*  
*afin de faciliter l'accès aux soins ophtalmologi-*  
*ques dans les déserts médicaux - Lancement*  
*sur 5 magasins tests en juin 2022*



# INTÉGRER LA RSE À LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE

LA GOUVERNANCE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ



**LE GROUPE AFFLELOU A POURSUIVI EN 2022 LA STRUCTURATION DE SA DÉMARCHE RSE.**

Le Comité de pilotage RSE, créé en 2021, se compose de quatre membres : la Présidente-directrice générale de la filiale espagnole du Groupe (également membre du Comité Exécutif du Groupe), le Directeur des Opérations Financières du Groupe, la Responsable RSE France & International, et la Responsable RSE Espagne. Des rôles et domaines d'expertise spécifiques ont été définis au sein de ce comité pour assurer la coordination des travaux et le pilotage de la démarche RSE.

Le rôle du Comité de pilotage RSE est de définir la feuille de route RSE du Groupe, de la déployer, d'en assurer le suivi au travers d'indicateurs clés de performance, et d'en rendre des comptes auprès d'instances en interne et de parties prenantes externes.



**LE COPIL RSE  
SE REUNIT CHAQUE MOIS**







**LE 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 nos efforts en matière de développement d'un modèle plus 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**



**Type de partie prenante**



**Analyse de double matérialité**

Afin d'identifier les enjeux prioritaires d'ALAIN AFFLELOU en matière de durabilité et de déterminer précisément la relation de l'entreprise avec la société et l'environnement dans lesquels elle évolue, le Groupe a entrepris une analyse de double matérialité au cours de l'exercice fiscal 2022. Cette étude a permis de définir la feuille de route RSE du Groupe, en tenant compte des attentes internes et externes, des pratiques du secteur et des tendances émergentes du marché, ainsi que de l'impact réciproque de nos activités sur la société et l'environnement, selon le principe de double matérialité.

Suivant les principes établis par les normes GRI et ISO 26000 sur la responsabilité sociétale, les impacts et opportunités du Groupe et, plus spécifiquement, les enjeux prioritaires de l'activité du Groupe AFFLELOU, ont été analysés.

**Le processus de détermination de la double matérialité exige**

- L'identification des enjeux importants ;
- L'évaluation et la hiérarchisation de ces enjeux par le biais de preuves démontrant l'impact sur la société et l'environnement, et l'impact sur la valeur de l'entreprise ;
- L'engagement avec les parties prenantes, y compris leur perception des enjeux identifiés et évalués ;
- La supervision et la validation du processus de matérialité par le Comité exécutif.



**LES ACTIONS SUIVANTES ONT ÉTÉ MENÉES POUR DÉVELOPPER CETTE ANALYSE :**

**ÉTAPE 1**

**Cartographie des parties prenantes :**

réalisation d'une cartographie des parties prenantes du Groupe et hiérarchisation de ces groupes en fonction de leur niveau d'influence ou de dépendance pour l'entreprise.

**ÉTAPE 2**

**Identification des enjeux de durabilité pertinents**

identification des enjeux pertinents à évaluer sur la base de la documentation interne de l'entreprise, des références et des guides sectoriels, des rapports des entreprises homologues, des concurrents et des références en matière de durabilité, ainsi que des tendances sociales et environnementales.

**ÉTAPE 3**

**Consultation des parties prenantes et hiérarchisation des attentes :**

sélection du panel de parties prenantes à consulter, envoi d'une enquête et réalisation d'entretiens sur les enjeux pertinents présélectionnés, en demandant de mesurer le degré d'importance accordé à chacune d'entre elles. Près de 6.000 personnes ont répondu à la consultation dont employés, franchisés, clients, fournisseurs.

**ÉTAPE 4**

**Évaluation des niveaux de risque associés aux enjeux pertinents**

évaluation de l'impact des enjeux sur les activités de l'entreprise, la société et l'environnement, sur la base d'une analyse des risques associés à chaque enjeu, réalisée au cours d'ateliers avec les membres du comité de direction du Groupe et des directions opérationnels clés.

**ÉTAPE 5**

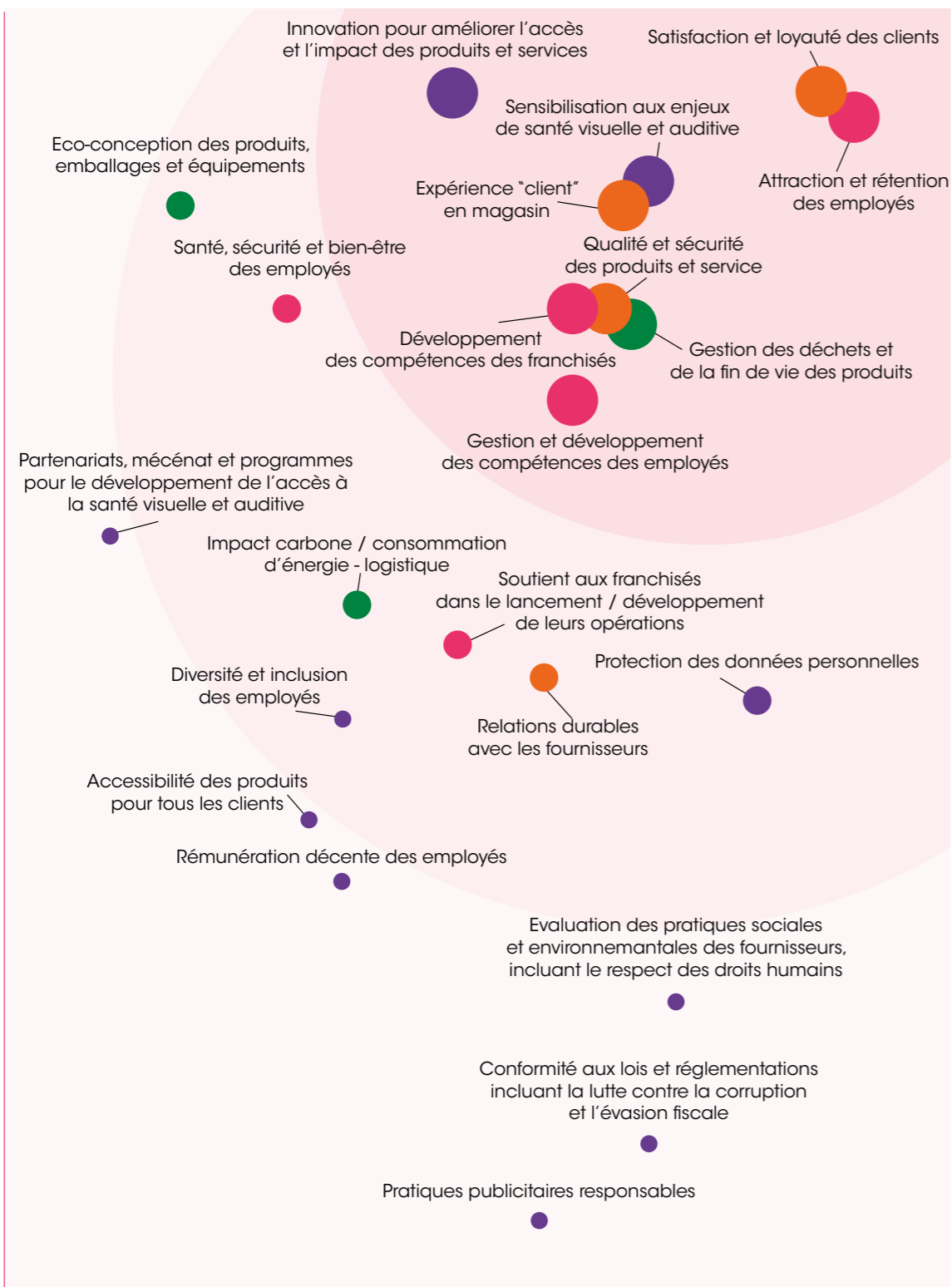
**Réalisation de la matrice de matérialité**

préparation de deux matrices de matérialité pour les activités en France et en Espagne, et d'une matrice globale consolidée pour le Groupe, hiérarchisant les enjeux de durabilité selon le niveau de priorité accordé par les parties prenantes et de l'importance de l'impact associé.



ÉLEVÉ

IMPORTANCE POUR LES PARTIES PRENANTES GROUPE



MODÉRÉ **IMPACT SUR LES ACTIVITÉS, LES PERSONNES ET L'ENVIRONNEMENT** ÉLEVÉ



La matrice de matérialité du Groupe AFFLELOU dégage, selon la double analyse de matérialité, 9 enjeux prioritaires représentant les attentes des parties prenantes et leur analyse d'impact, et 7 enjeux matériels supplémentaires représentant les impacts critiques sur l'entreprise, les personnes et l'environnement.

NOTRE FEUILLE DE ROUTE RSE

Sur la base des résultats de l'analyse de matérialité et de notre modèle d'entreprise, le Groupe AFFLELOU a défini sa feuille de route RSE intégrant des plans d'action spécifiques pour atteindre les objectifs fixés. Celle-ci a été validée par le Comité de Direction du Groupe, qui délèguera sa mise en œuvre et supervision au Comité de pilotage RSE dès l'exercice fiscal 2023.

La feuille de route RSE couvre les enjeux prioritaires du Groupe regroupés au sein de 6 piliers stratégiques dont la colonne vertébrale est la mission du Groupe. Ces piliers, qui peuvent être apparentés aux principaux axes de travail, sont déclinés en 14 engagements et contribuent en parallèle aux Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU qui font partie intégrante de l'Agenda 2030 pour le développement durable :

6 PILIERS RSE STRATÉGIQUES	14 ENGAGEMENTS	CONTRIBUTION AUX ODD
<b>GOUVERNANCE &amp; ÉTHIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise</li> <li>Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes</li> </ul>	
<b>SALARIÉS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attirer et fidéliser les talents</li> <li>Accompagner le développement de tous les salariés dans l'entreprise</li> <li>Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion</li> <li>Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés</li> </ul>	
<b>FRANCHISÉS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchise</li> </ul>	
<b>CLIENTS &amp; SOCIÉTÉ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client</li> <li>Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre</li> <li>Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive</li> </ul>	
<b>ENVIRONNEMENT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie</li> <li>Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur</li> </ul>	
<b>FOURNISSEURS &amp; PRODUITS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développer des relations responsables avec nos fournisseurs</li> <li>Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services</li> </ul>	





## NOTRE MISSION

Faciliter l'accès aux produits et services qui améliorent la santé et le confort visuels et auditifs des personnes



Ainsi, 5 ODD prioritaires auxquels le Groupe contribue davantage à travers ses activités dans l'ensemble de sa chaîne de valeur ont été identifiés :

- ODD 3** | Bonne santé et bien-être
- ODD 8** | Travail décent et croissance économique
- ODD 12** | Consommation et production responsable
- ODD 13** | Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques
- ODD 16** | Paix, justice et institutions efficaces

Cette stratégie démontre notre volonté de continuer à évoluer en tant que marque responsable et d'avoir un impact positif dans tous les pays où nous sommes présents. Nous sommes conscients qu'en tant qu'entreprise, nous devons adapter et transformer notre activité pour atténuer notre impact sur l'environnement et la société, et concentrer nos ressources et nos efforts sur la création de valeur, contribuant ainsi à relever les défis auxquels nous sommes confrontés.

## L'ENGAGEMENT POUR LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

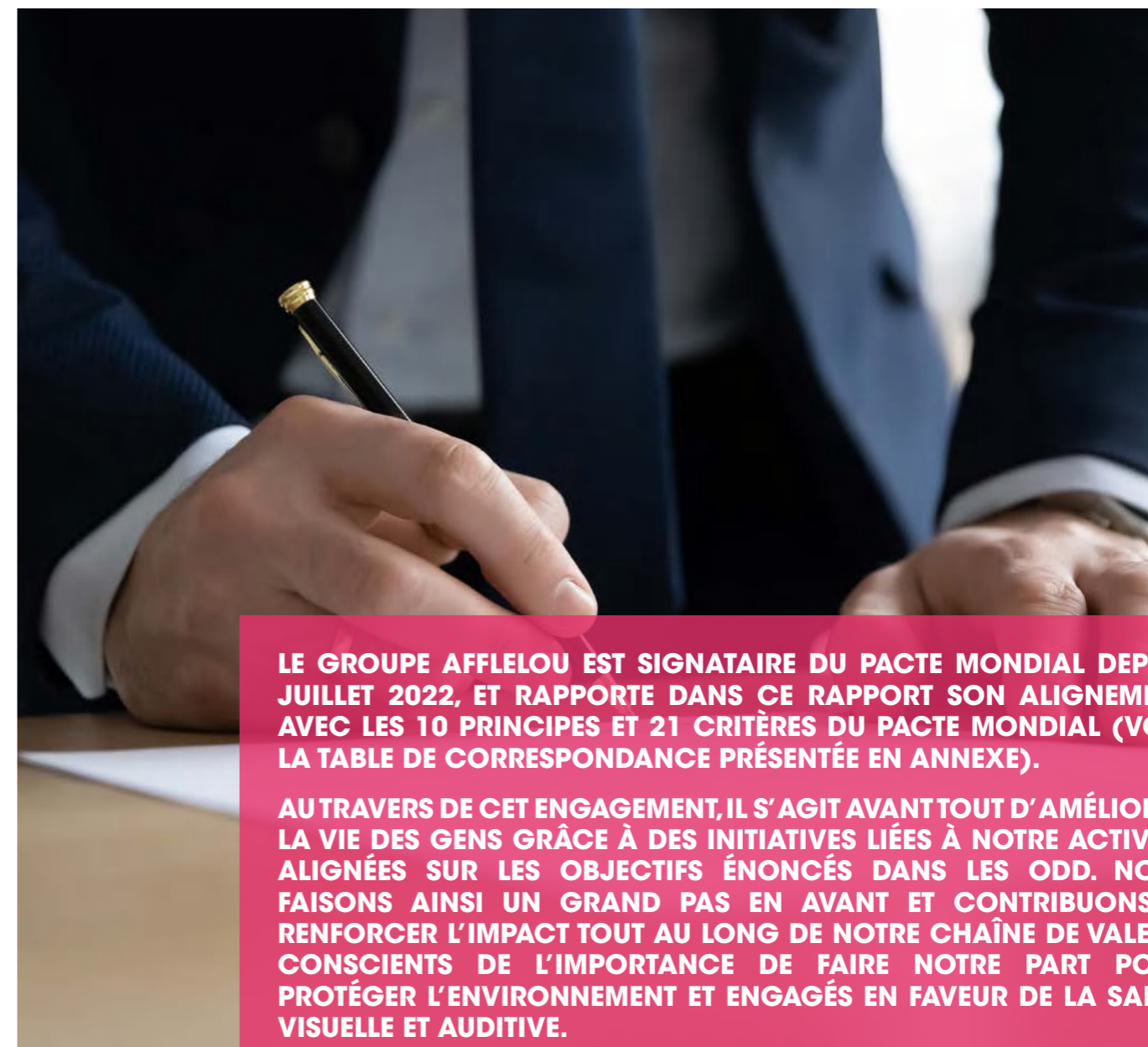
Le Pacte mondial des Nations Unies (Le Global Compact) est une initiative volontaire encourageant les entreprises du monde entier à adopter des politiques et des pratiques plus durables et socialement responsables, ainsi qu'à rendre compte de leur mise en œuvre par le biais d'un rapport de Communication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



Global Compact forme un cadre basé sur dix principes pour les entreprises dans les domaines des droits de l'homme, du travail, de la lutte contre la corruption et de l'environnement.

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.



**LE GROUPE AFFLELOU EST SIGNATAIRE DU PACTE MONDIAL DEPUIS JUILLET 2022, ET RAPPORTE DANS CE RAPPORT SON ALIGNEMENT AVEC LES 10 PRINCIPES ET 21 CRITÈRES DU PACTE MONDIAL (VOIR LA TABLE DE CORRESPONDANCE PRÉSENTÉE EN ANNEXE).**

**AU TRAVERS DE CET ENGAGEMENT, IL S'AGIT AVANT TOUT D'AMÉLIORER LA VIE DES GENS GRÂCE À DES INITIATIVES LIÉES À NOTRE ACTIVITÉ, ALIGNÉES SUR LES OBJECTIFS ÉNONCÉS DANS LES ODD. NOUS FAISONS AINSI UN GRAND PAS EN AVANT ET CONTRIBUONS À RENFORCER L'IMPACT TOUT AU LONG DE NOTRE CHAÎNE DE VALEUR, CONSCIENTS DE L'IMPORTANCE DE FAIRE NOTRE PART POUR PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT ET ENGAGÉS EN FAVEUR DE LA SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE.**



# INTÉGRER L'ÉTHIQUE DANS NOS PRATIQUES ET RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES



## ■ LA GESTION DE LA CONFORMITÉ

Un programme de gestion de la conformité est en place dans le Groupe AFFLELOU. Il comprend un ensemble de procédures et de pratiques permettant :

- D'identifier et de classer les risques opérationnels et juridiques ;
- D'établir des mécanismes internes de prévention, de gestion et de contrôle de ces risques, ainsi que la réponse à y apporter ;
- D'établir des mesures garantissant la conduite éthique et légale du Groupe par ses organes exécutifs et tous ses salariés.

### Système dédié à la conformité pénale et juridique (Espagne)

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.

Pour mettre en pratique le système de conformité, les équipes d'ALAIN AFFLELOU España utilisent plusieurs instruments réglementaires internes qui répondent à la nécessité de disposer de systèmes de gestion adéquats garantissant la transparence et la légalité de nos relations commerciales. Les politiques et outils de gestion suivants sont actuellement approuvés et en vigueur :

- Politique de conformité
- Code de conduite des collaborateurs
- Code de conduite des fournisseurs
- Canal de communication
- Politique anti-corruption
- Politique en matière de cadeaux, de divertissements et d'invitations
- Politique de gestion des conflits d'intérêts
- Système disciplinaire (inclus dans la convention collective)
- Protocole pour la prévention et la lutte contre le harcèlement sur le lieu de travail (inclus dans la convention collective)



## ■ L'ÉTHIQUE COMMERCIALE

Les risques éthiques potentiels en lien avec la loi relative à la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique, « loi Sapin II », ont été de nouveau évalués en 2022 et cartographiés en tenant compte de toutes les activités et transactions opérationnelles existantes pour le périmètre de la France.

Les professions et fonctions, tant au niveau de l'entreprise que du réseau, qui pourraient être plus à risque en matière d'éthique ont été identifiées.

Une charte Sapin II interne a été communiquée à tous les salariés, et des formations et sessions de sensibilisation dédiées au sujet ont été mises en place. Le collaborateur est, dans ce cadre, informé sur les procédures d'alerte à adopter. 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. Un volet sur ce dispositif est présent dans le règlement intérieur remis à chaque nouveau collaborateur. Chaque nouveau responsable d'équipe participe également à une session de sensibilisation supplémentaire plus approfondie. Les Directeurs Juridique et des Ressources Humaines du Groupe Afflelou, sont identifiés comme les principaux interlocuteurs sur ces sujets.



## ■ LE RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD)

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.

Pour le Groupe AFFLELOU, la gestion de la protection des données personnelles est essentiellement assurée par les Délégués à la protection des données (DPD), ainsi que par un cabinet d'avocats spécialisé en la matière, avec notamment la prise en charge de cette thématique à temps plein par un avocat consultant dédié à la protection des données personnelles au sein du Groupe. Des réunions de gestion de la protection des données sont organisées de manière mensuelle et rassemblent ainsi les personnes précitées accompagnées de certaines personnes du département juridique, et de la Direction des Systèmes d'Information (DSI) si nécessaire. Le département juridique s'est également doté d'un logiciel de conformité en matière de données personnelles afin d'assister le département juridique à la gestion de la mise en conformité du Groupe. Ce logiciel permet en outre de centraliser et d'effectuer les registres d'activités de traitement et les analyses d'impact relatives à la protection des données personnelles (DPIA) associés.

Le service juridique est, par ailleurs, impliqué en amont des projets du Groupe impliquant des données personnelles afin d'assurer leur conformité avec le RGPD.

En 2022, le Groupe AFFLELOU a fait le choix de changer d'outil, dit « CMP », de gestion du consentement aux cookies pour les sites du Groupe, permettant ainsi d'assurer une meilleure transparence et information des visiteurs du site sur l'utilisation des cookies.

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 siège et/ou des magasins 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.). Cette charte est revue régulièrement et intègre depuis sa dernière mise à jour le dispositif Sapin II.

Une boîte à outils dédiée est fournie aux départements internes concernés, permettant aux équipes d'identifier leur exposition et les domaines de risque 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. Attaché à la dénonciation de toute pratique qualifiée ou susceptible de tomber sous la qualification de corruption et / ou de trafic d'influence, le Groupe AFFLELOU a également mis en place un code de conduite anti-corruption comportant notamment un dispositif de signalement des manquements au



code, tout en assurant la protection des lanceurs d'alerte. Ce signalement peut être effectué à l'écrit ou à l'oral. Le Groupe s'engage à prendre au sérieux ces dénonciations, à les traiter avec diligence en fonction de la gravité de l'allégation et des spécificités des informations collectées, et à prendre les dispositions qui s'imposeront contre les manquements dénoncés.

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. Ainsi, une formation sur le process du

Privacy by Design (prise en compte de la protection de la vie privée des utilisateurs avant même la conception d'un système impliquant le traitement de données personnelles) et du Privacy by Default (prise en compte de la protection de la vie privée des utilisateurs une fois que le produit ou service a été rendu public) a été dispensée à l'équipe DSI en 2022.

Depuis l'enrichissement du modèle de contrat de franchise en 2021 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.

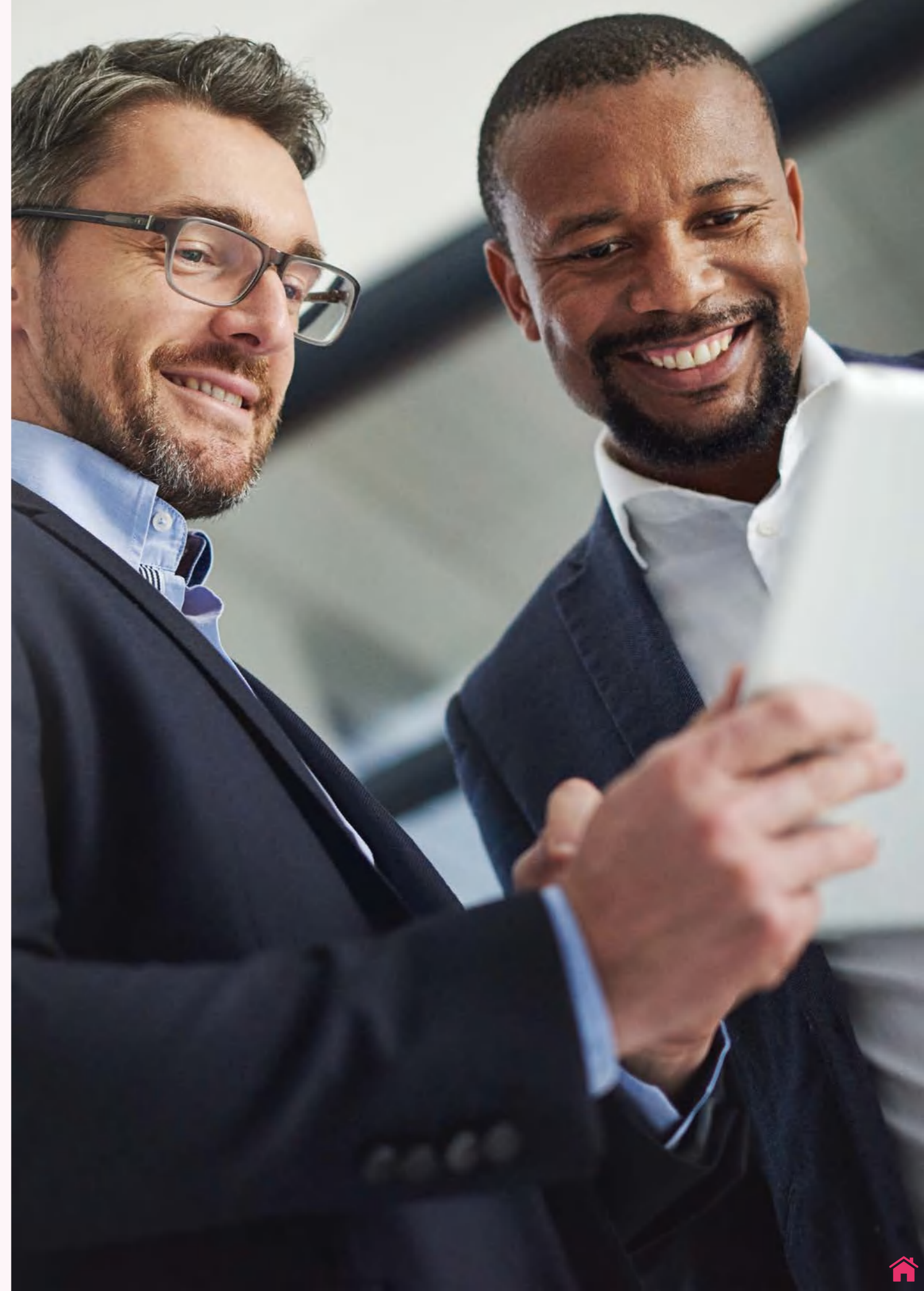
S'agissant des fournisseurs, une clause spécifique relative aux données personnelles est incluse dans les contrats auxquels est également annexée une charte RGPD.



## ■ LA PRISE EN COMPTE DES RISQUES CYBERSÉCURITÉ

Compte tenu de 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 l'hameçonnage sont distribuées aux salariés 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.



RAPPORT RSE  
2022

#2  
Salariés



## SALARIÉS

Les femmes et les hommes qui composent le Groupe AFFLELOU sont notre atout le plus précieux. Notre approche vise à garantir 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.

## ATTIRER ET FIDÉLISER LES 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.

### LES EFFECTIFS DU GROUPE AFFLELOU

Au 31 juillet 2022, nos équipes sont composées de **1 160 collaborateurs** (siège social et succursales).

**54 %** du personnel est basé en France et **41 %** en Espagne.

**100 %** de l'effectif total sont employés sous contrat permanent en France et **93 %** en Espagne.

EFFECTIF TOTAL	FRANCE*	ESPAGNE	PORTUGAL	BELGIQUE & LUXEMBOURG	TOTAL
SIÈGE SOCIAL DU FRANCHISEUR	227	105	6	17	355
SUCCURSALES	405	371	29	-	805
<b>TOTAL</b>	<b>632</b>	<b>476</b>	<b>35</b>	<b>17</b>	<b>1 160</b>



**183**  
MAGASINS  
SUCCURSALES



PLUS DE **800**  
COLLABORATEURS  
DANS LES MAGASINS  
SUCCURSALES

\* Ces données incluent les contrats à durée déterminée et indéterminée au cours de la période.



NOS DIFFÉRENTES PROFESSIONS ET EXPERTISES EN MAGASINS

Monteur-vendeur

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

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.

Opticien diplômé

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 diplômé

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

Directeur du 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.

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.

Les opticiens et audioprothésistes diplômés sont les seuls professionnels de santé habilités à vendre des lunettes correctrices et des aides auditives aux porteurs.

RECRUTER 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 en effet confronté à une concurrence accrue avec des compétences d'opticiens et d'audio-prothésistes très recherchées. Différentes initiatives sont mises en œuvre pour attirer les talents au sein du Groupe, telles que des horaires de travail flexibles, une évolution de carrière plus facile.

Il est donc essentiel pour le Groupe de capitaliser sur la marque de l'employeur, et renforcer ainsi son attractivité auprès des professionnels de santé. 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 internet d'entreprise, ainsi qu'une approche RSE formalisée et largement promue.

Entre le 01/08/2021 et le 31/07/2022, le Groupe AFFLELOU a recruté 433 nouveaux collaborateurs, dont 33 % dans les succursales françaises et 45 % dans les succursales espagnoles.

	Unité	2020*	2022**
RECRUTEMENTS	Nombre	395	433
DÉPARTS	Nombre	362	264
ROTATION DU PERSONNEL***	%	30	30

Afin de renforcer l'intégration des nouveaux collaborateurs au sein du Groupe, chaque nouvel employé participe à une session d'intégration collective. 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 70 contrats en alternance sont signés chaque année en France par l'intermédiaire du réseau de magasins succursales.

\* Données au 31 décembre  
 \*\* Données au 31 juillet  
 \*\*\* Taux de rotation = 100 x (total des recrutements, y compris croissance externe + total des départs) / 2 / total de la main-d'œuvre sur la période considérée.

ATTIRER DE NOUVEAUX TALENTS À LA SOURCE

L'Afflelou Academy Impulse constitue une ligne de notre stratégie de formation qui comprend des initiatives visant à promouvoir et à accompagner les nouveaux talents dans le monde de l'optique, de l'optométrie et de l'audiologie. Nous souhaitons promouvoir l'éducation dans le secteur de la santé visuelle et auditive et attirer les futurs professionnels en étant présents lors de leurs premiers pas dans la profession et aussi après l'obtention de leurs diplômes, en leur offrant des opportunités d'emploi chez ALAIN AFFLELOU adaptées à leurs attentes et à leurs aspirations.

Nous avons noué des partenariats avec plusieurs institutions qui nous permettent de contribuer à la création et à l'amélioration de l'offre de formation liée à la santé visuelle et auditive, et d'offrir les meilleures conditions pour que nos collaborateurs y accèdent. Parmi les initiatives auxquelles nous avons participé au cours du dernier exercice, nous soulignons la suivante :



**PREMIER DIPLÔME EN LIGNE EN OPTIQUE ET OPTOMÉTRIE :** en 2019, nous avons lancé le premier diplôme en ligne en optique et optométrie avec réalité virtuelle immersive en Espagne avec le centre d'enseignement supérieur CUNIMAD. Nous sommes la seule chaîne d'optique à mettre nos centres optiques à la disposition d'une université pour les pratiques de laboratoire du diplôme d'optique et d'optométrie, démontrant ainsi notre engagement envers l'excellence en optique, l'innovation et l'utilisation de la technologie dans les méthodes d'apprentissage. Les étudiants de ce diplôme effectuent leurs stages dans les magasins ALAIN AFFLELOU avec une technologie de pointe et des tuteurs formés pour les accompagner.

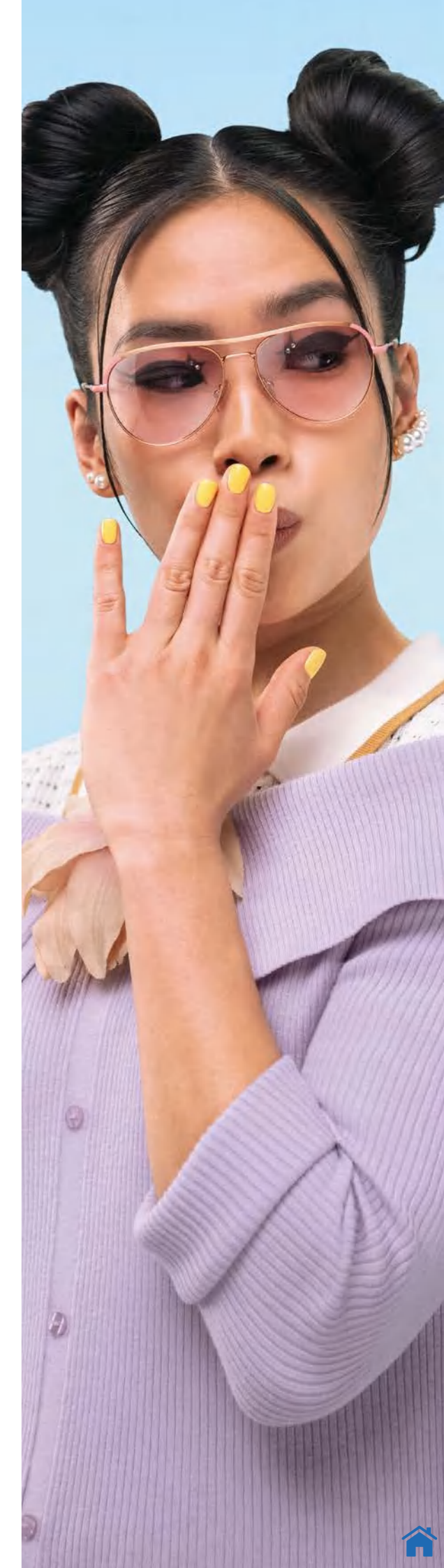
Sur la période 2021-2022, 82 étudiants et 30 tuteurs ont été impliqués pendant 4 000 heures de formation pratique.

En France, quatre écoles de l'Institut Supérieur d'Optique font l'objet de partenariats avec l'Academy Afflelou pour la préparation du bachelor en Management Optique (BMO). Ainsi, nous parrainons des formations en optique et intervenons auprès de ces écoles pour apporter aux étudiants un partage d'expérience, des sujets de mémoire en optique et du soutien au cours des entretiens de recrutement.



**EN 2022**  
**60** ÉTUDIANTS  
 À PARIS, LYON ET NANTES  
 ONT ÉTÉ ACCOMPAGNÉS  
 PAR LE GROUPE

Des subventions et des fonds de bourses d'études sont également négociés en Espagne pour encourager les jeunes à poursuivre des études dans le secteur.





# ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DE TOUS LES SALARIÉS DANS L'ENTREPRISE

## LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES ET LA GESTION DU PARCOURS PROFESSIONNEL

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de maintenir une politique de formation active afin de garantir et 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 au sein du Groupe. 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. A ce titre, entre août 2021 et juillet 2022, 787 collaborateurs ont bénéficié d'un entretien annuel en France et en Espagne, soit 71 % de la main-d'œuvre totale de ces deux pays.

## L'AFFLELOU ACADEMY

En 2013, l'école de formation Afflelou Academy a été lancée dans le but de soutenir les équipes du siège, des succursales, des franchisés et de leurs équipes dans le développement de leurs compétences et aptitudes. L'Afflelou Academy est certifiée QUALIOP1, qui est le plus haut label de certification d'un organisme de formation en France, depuis 2022.

L'Afflelou Academy les soutient dans leur parcours professionnel, afin de répondre au mieux aux exigences de nos métiers, aux besoins spécifiques des salariés du siège et d'optimiser la satisfaction de nos clients et salariés. Les besoins en formations sont remontés au cours des entretiens annuels et la réponse du Groupe AFFLELOU aux attentes des salariés est suivie grâce à des SIRH. Les besoins en formation des franchisés, ainsi que les retours et avis sur les formations, sont évalués au travers des réponses aux sondages communiqués par l'intranet du Groupe.

### Les objectifs de l'Afflelou Academy

#### Cette école vise à :

- Initier les collaborateurs 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 virtuelles et présentielles sont proposées sur divers sujets. Le catalogue de formation comprend des modules sur les activités du groupe AFFLELOU (par ex. santé visuelle, aides auditives, etc.), le soutien aux magasins succursales et franchisés (par ex. techniques de vente, efficacité opérationnelle, gestion, droits du travail, aspects réglementaires, etc.) et d'autres compétences spécifiques ou transversales (par ex. langues, informatique, etc.).



	Unité	2020	2022
NOMBRE DE COLLABORATEURS FORMÉS	Nombre	914	1205 <sup>5</sup>
NOMBRE D'HEURES DE FORMATION	Heures	23 163	43 717
POURCENTAGE DES DÉPENSES DE FORMATION DANS LES COÛTS SALARIAUX TOTAUX DU GROUPE	%	2,11	1,5
NOMBRE MOYEN D'HEURES DE FORMATION PAR SALARIÉ	Heures	-	36

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 initiés aux bases de nos professions par le biais d'un cours de formation préliminaire, 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. Cette initiation est également dispensée à de nouveaux collaborateurs qui rejoignent le siège.

Outre les parcours de formation métiers, le Groupe AFFLELOU propose à ses collaborateurs des formations afin de les accompagner au niveau de la politique commerciale du Groupe.

### Des experts au service du Réseau

Les formateurs experts de l'Afflelou Academy dispensent 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 pour répondre aux enjeux et développer la performance des partenaires franchisés.

En France, plusieurs formateurs internes basés au siège ou issus des équipes des magasins succursales participent également aux formations dispensées par l'Afflelou Academy et/ou aux formations sur le terrain dispensées aux équipes du siège, des magasins succursales et des magasins franchisés. Les franchisés possédant plusieurs magasins peuvent également se voir proposer des formations intra-entreprises adaptées à leurs contextes et métiers.

L'équipe de l'Afflelou Academy en France se renforce et dispose en 2022 pour les franchisés de deux formateurs internes, un formateur concepteur digital, une ingénieure pédagogique, un formateur dédié partiellement à la création de contenu et un gestionnaire de formation afin d'accompagner les partenaires dans l'organisation administrative et logistique des formations. Les formations des équipes du siège et des succursales sont gérées par une responsable des formations.

<sup>5</sup> Ces données comprennent les salariés du Groupe AFFLELOU en France, en Espagne et au Portugal sur la période du 1er août 2021 au 31 juillet 2022, et incluent par conséquent les nouveaux salariés recrutés sur la période, ainsi que ceux qui ont quitté l'entreprise.





Les contenus des formations techniques sont préparés conjointement par des experts techniques (optométristes, psycho-sociologues notamment) et des formateurs professionnels. Ces experts techniques sont parfois sollicités pour l'animation des formations. Les e-learning sont de leur côté développés par un concepteur digital et une ingénieure pédagogique. Ces éléments ont valu au Groupe AFFLELOU d'obtenir la marque de certification Qualiopi qui atteste de la qualité du processus de développement des compétences mis en œuvre par le Groupe et de la lisibilité de l'offre de formation auprès des salariés et franchisés. Les programmes de formation sont désormais révisés tous les 18 mois et un audit régulier est réalisé.

L'équipe des Ressources Humaines accompagne le développement des compétences des salariés et franchisés et structure la gestion du parcours professionnel. Le SIRH permet par ailleurs d'élaborer des parcours professionnels par métier en plus du parcours type d'intégration des nouveaux salariés. Pour les franchisés, l'outil CRM permet d'avoir accès à l'ensemble du catalogue de formations et de s'inscrire directement en ligne.

Le Groupe accompagne également les collaborateurs des magasins succursales et franchisés pour l'obtention de solutions de financement de formations.

**AFFLELOU ACADEMY**

## LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET FAVORISER LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION



### ■ LA LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION

Le Groupe AFFLELOU s'engage au quotidien en faveur de la non-discrimination au sein de ses équipes, et promeut ainsi l'intégration de professionnels indépendamment de leur sexe, orientation sexuelle, nationalité, origine ethnique, religion, croyances, âge, handicap ou tout autre critère personnel ou social.

Le Groupe porte une attention particulière au respect de cette non-discrimination dans toutes les décisions en matière d'emploi, qu'il s'agisse d'un recrutement, d'une promotion ou d'un licenciement et a notamment recruté une responsable recrutement qui est garante de l'application de ces principes.

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, le Groupe a mis en œuvre deux mesures importantes afin de détecter, prévenir et agir contre les discriminations et le harcèlement :

- L'intégration, dans la convention collective, du protocole sur le harcèlement au travail, qui reflète l'engagement de prévention et d'action dans les cas de harcèlement fondé sur le sexe.
- La formation et l'information du personnel sur la nécessité de prévenir les situations de harcèlement sexuel et sexiste au travail, ainsi que le harcèlement numérique.

De plus, l'Afflelou Academy en Espagne a créé une école de la diversité et du bonheur au travail qui propose notamment des cours sur l'égalité et la diversité, ainsi que des lignes directrices visant à créer un environnement de travail sain et équilibré, comme le langage inclusif, l'élimination des préjugés inconscients ou la conciliation. Des actions de sensibilisation à la non-discrimination ont été dispensées en France en 2022 à l'équipe RH du siège. Ces actions étaient relatives aux agissements sexistes (également dispensée aux référents des magasins) et aux biais cognitifs. Par ailleurs, une action de sensibilisation au harcèlement moral et sexuel a conduit à la mise en place de référents locaux pour répondre aux éventuels problèmes de harcèlement rencontrés.



**EN 2020, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA A SIGNÉ LA CHARTE EUROPÉENNE DE LA DIVERSITÉ. LES SOCIÉTÉS VOLONTAIREMENT SIGNATAIRES DE LA CHARTE S'ENGAGENT PUBLIQUEMENT À PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION SUR LE LIEU DE TRAVAIL, AINSI QU'AU RESPECT DES PRINCIPES SUIVANTS :**

Tenir compte de la diversité dans toutes les politiques de ressources humaines, en gérant la diversité de manière transversale, comme base et 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.

.....

Reconnaître 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.

.....

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.

.....

Répandre notre 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.

.....

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

.....

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

**La promotion de la mixité**

Au 31 juillet 2022, le Groupe AFFLELOU comprend 732 femmes, soit 66 % de l'effectif total. Au siège les femmes représentent 55 % de l'effectif total et dans les magasins succursales, les femmes représentent 71% de l'effectif total. La part de femmes au sein du COMEX s'élève à 29% en 2022.

En France, les entreprises comptant au moins 50 employés doivent calculer et publier chaque année leur index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. L'index de la société AFFLELOU est resté stable sur la période 2020-2022 et supérieur ou égal à la moyenne nationale (85/100 pour l'année 2020, 86/100 pour l'année 2021<sup>6</sup>, 88/100 pour l'année 2022<sup>7</sup>).

INDICE D'ÉGALITÉ DES SEXES-FRANCE	2020*	2021*	2022*
L'OPTICIEN AFFLELOU**	87 / 100	98 / 100	78 / 100
FRANCHISEUR ALAIN AFFLELOU**	80 / 100	79 / 100	75 / 100
AFFLELOU**	88 / 100	85 / 100	88 / 100

Parmi les objectifs de progression, le Groupe s'est fixé:

- Réduire les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes, à poste et âge comparables,
- Revaloriser le salaire des collaboratrices concernées à leur retour de congé maternité,
- Tendre vers la parité femmes/hommes parmi les 10 plus hautes rémunérations.

Une commission sur l'égalité femmes-hommes en place en France depuis 2019 veille également au respect de l'égalité de traitement entre hommes et femmes en termes d'accès à l'emploi, à la formation, à la mobilité, à la promotion et au salaire.

En Espagne, un Plan d'égalité visant à promouvoir le principe d'égalité des chances et de non-discrimination entre les hommes et les femmes a été élaboré en 2016. En 2021, nous avons entamé un processus d'élaboration d'un nouveau plan d'égalité, en vérifiant le respect du précédent et en l'adaptant au contexte actuel de la société en général et de nos équipes en particulier.

En 2022, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA a reçu, pour la quatrième année consécutive, la certification TOP DIVERSITY COMPANY décernée par INTRAMA, ce qui nous positionne dans le TOP30 des entreprises espagnoles ayant les meilleures pratiques en matière de diversité et d'inclusion.



En mars 2022, ALAIN AFFLELOU ESPAÑA a adhéré aux principes d'autonomisation des femmes (WEPs) créés et diffusés par l'ONU Femmes (l'entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes) et le Pacte mondial des Nations Unies, qui fournissent une feuille de route aux entreprises pour encourager la promotion et l'autonomisation des femmes.

<sup>6</sup>Source : Les résultats de l'Index de l'égalité professionnelle 2022, Gouvernement français. 07/03/2022

<sup>7</sup> Source : Les résultats de l'index de l'égalité professionnelle 2023, Gouvernement français. 09/03/2023

\* Ces données sont calculées sur l'année civile, du 01/01 au 31/12 de chaque année

\*\* L'Opticien AFFLELOU et Alain AFFLELOU Franchiseur sont les deux principales entités juridiques françaises du Groupe en terme d'effectifs. AFFLELOU désigne le Groupe AFFLELOU, qui regroupe l'ensemble de ses filiales directes et indirectes



## L'EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

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 de personnes en situation de handicap sur le marché de l'emploi.

Le Groupe AFFLELOU ouvre toutes les opportunités d'emploi à ces personnes. À fin juillet 2022, le Groupe emploie ainsi 21 collaborateurs déclarés en situation de handicap en France et en Espagne. Le Groupe s'assure de la compatibilité du poste avec la personne et entreprend des mesures d'adaptabilité du poste en cas de besoin.

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 de ces personnes. Il s'agit d'un moment d'échange et de partage où tout le monde peut en apprendre davantage sur le travail des personnes ayant un handicap (audition, vision...). Pendant une semaine complète, les salariés peuvent participer à des ateliers de sensibilisation, des interventions de personnes parlant de leurs expériences et rencontrer des associations.

Le Groupe AFFLELOU profite de cette journée pour mettre en place une action de sensibilisation au handicap et à la qualité de vie au travail. Cette action s'est traduite en 2022 par une campagne d'affichage, des quiz, ainsi qu'une formation proposée par une association de malvoyants qui réalise des massages assis. À ce titre, le Groupe s'est doté en France de deux collaborateurs en charge du handicap pour le siège et les magasins respectivement.

## FAVORISER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL DE QUALITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS

### L'ÉVALUATION ET LA PRÉVENTION DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

En France, les risques 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'actions sont révisés chaque année pendant l'évaluation afin de renforcer les initiatives déjà en place. Une information du comité social et économique (CSE) est transmise et le Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP) est complété en cas de besoin.

En Espagne, des plans de préventions des risques professionnels sont en place afin de prévenir les accidents du travail au siège et dans les succursales. Des formations relatives au contenu du plan de prévention sont dispensées aux salariés. Il incombe aux délégués à la prévention et, le cas échéant, au comité de santé et de sécurité, de connaître et de promouvoir le respect des dispositions du manuel de procédures et

d'instructions opérationnelles auprès des travailleurs.

En magasin, les risques d'accident les plus importants sont relatifs à 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 de réduire 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 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 mis à disposition en magasin (par ex. lunettes de protection, gants).

	Unité	2020	2022
ACCIDENTS AVEC ARRÊT DE TRAVAIL	Nombre	16	23
ACCIDENTS SANS ARRÊT DE TRAVAIL	Nombre	6	9
NOMBRE TOTAL D'ACCIDENTS	Nombre	22	32
TAUX DE GRAVITÉ (AVEC ARRÊT)*	Nombre	0,06	0,29

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.

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



## LES 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. Les protocoles sanitaires développés par le Groupe et largement diffusés à toutes les équipes, y compris celles des magasins succursales et franchisés, ont été depuis lors conservés. Ceux-ci ont principalement trait aux bonnes pratiques sur site (par ex. port de masques, utilisation de gel hydroalcoolique, etc.) et à la sécurité des salariés et clients (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. Les documents d'évaluation des risques professionnels intègrent désormais les risques liés à la crise sanitaire de la COVID-19. 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.

Une ligne d'assistance dédiée à la préservation de la santé mentale des équipes a été mise en place avec l'organisation française de l'assurance, comprenant notamment un soutien psychologique spécifique gratuit pour tous les salariés.

## LA SANTÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

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 magasins et bureaux afin de garantir un environnement de travail durable et une excellente qualité de vie professionnelle.

### Initiatives en matière de bien-être au travail

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, en 2019. En France, celle-ci a été mise à jour en 2021 et offre désormais la possibilité d'effectuer jusqu'à 2 jours de télétravail par semaine pour les salariés du siège. En Espagne, la politique de télétravail a été renouvelée en 2022 et prévoit également jusqu'à 2 jours de télétravail par semaine. Ces chartes et politiques sont remises aux nouveaux arrivants lors de leur parcours d'intégration.

Les heures de travail flexibles initialement introduites en France pour les salariés du siège ont été étendues dans les succursales en 2022. L'adaptation des heures travaillées est également autorisée pendant les périodes de rentrée scolaire (horaires de travail flexibles) en France et en Espagne, et/ou si les enfants des salariés sont malades. 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.). D'autres initiatives sont entreprises par l'équipe RH locale dans chaque pays où le Groupe opère, afin d'améliorer le bien-être des salariés au travail. Les actions suivantes ont été mises en œuvre en France et en Espagne:

- Un jour de congé en France et une demi-journée en Espagne à l'occasion de l'anniversaire du collaborateur pour les équipes siège ;
- Un jour de congé pour les déménagements des collaborateurs des succursales et du siège social ;
- Deux jours de congé pour enfant malade pour les équipes des succursales et du siège social ;
- La revalorisation des tickets restaurants ;
- Un cadeau de naissance pour les salariés ;
- Les deux demi-journées du 24 et du 31 décembre sont offertes aux salariés du siège.

Par ailleurs, depuis 2019, une Charte sur le droit à la déconnexion numérique est en place au sein du Groupe, applicable à tous les salariés. 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 salariés. 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 salariés en 2019. L'objectif est 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.

### Initiatives en matière de santé

Une couverture d'assurance maladie, comprenant les couvertures complémentaires santé et prévoyance, est fournie pour les équipes du siège social, des succursales, et est 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 de prévoyance.

Les absences des salariés sont suivies et des mesures sont mises en place pour les prévenir.

	Unité	2020	2022
JOURS D'ABSENCE EN RAISON D'UNE MALADIE	Jours	16 653	16 114
JOURS D'ABSENCE EN RAISON D'ACCIDENTS DU TRAVAIL	Jours	824	557
AUTRES JOURS D'ABSENCE	Jours	16 822	7 505
TOTAL DES JOURS D'ABSENCE	Jours	34 299	26 153
TAUX D'ABSENTÉISME	%	1,83	1,38

Par ailleurs, chaque année, le Groupe AFFLELOU forme au sein des magasins des Sauveteurs Secouristes du Travail et définit ainsi un référent par magasin. Pour le personnel travaillant au sein de centres commerciaux, des salariés doivent obligatoirement être formés à la manipulation des extincteurs. Cette formation est par conséquent intégrée dans le parcours de formations des salariés.

De plus, une formation sur les risques psychosociaux a été dispensée en 2022 en France pour le siège et les salariés occupant un poste d'encadrement des magasins afin d'être en mesure de détecter les risques encourus par les collaborateurs et de les orienter vers les bons interlocuteurs en interne. Par ailleurs, la ligne d'assistance dédiée à la santé psychologique des collaborateurs, mise en place en France pendant la crise sanitaire liée au COVID-19, a été maintenue. Les salariés du siège et des succursales peuvent ainsi bénéficier de trois entretiens psychologiques pris en charge par l'entreprise au cours de l'année.



Plusieurs actions de sensibilisation ont été menées en 2022 avec notamment en France l'organisation d'un parcours d'ateliers ludiques autour de l'audition et des dernières technologies en matière d'aides auditives, comprenant la possibilité de tester son audition en fin de parcours. Celui-ci a été proposé aux salariés du siège à l'occasion de la semaine de la santé auditive au travail. En Espagne, l'école de la diversité et du bonheur au travail est un espace destiné à développer le bonheur et le bien-être des collaborateurs (salariés et franchisés) à travers des programmes de formation et des actions spécifiques à chacun. L'idée est de promouvoir la santé physique et émotionnelle et de favoriser le bonheur de chacun, aussi bien au siège que dans les magasins, en fournissant des clés pour intégrer des habitudes alimentaires saines, maintenir un mode de vie actif et gérer les niveaux de stress. A cette fin, différents types d'actions sont mis en œuvre :

- Bases de la pratique d'introspection pour identifier ses domaines de développement.
- Formation au bien-être pour gérer le stress dans les situations personnelles et professionnelles.
- Promotion de l'exercice physique et d'une vie active.
- Renforcement des soins de santé par des examens médicaux complémentaires aux examens habituels.
- Promotion d'une alimentation saine.
- Outils et recommandations pour gérer ses finances personnelles de manière optimale.

En 2021-2022, plusieurs initiatives via l'école de la diversité et du bonheur au travail ont été mises en œuvre :

<p><b>Février</b></p> <p>(Mois du cœur Affelou, suivant le mois du cœur aux Etats-Unis) : une campagne d'examens médicaux a été mise en œuvre et renforcée. Notamment, les paramètres (indice HDL, indice LDL, indice athérogène et triglycéride sérique) établis par la loi ont été étendus pour donner à tous les salariés plus d'informations sur la santé de leur cœur.</p>	<p><b>Mars</b></p> <p><b>JOURNÉE INTERNATIONALE DU BONHEUR</b></p> <p>le 20 mars, une conférence a été proposée aux salariés sur les endorphines et leur sécrétion naturelle. Ainsi, l'activité physique contribue à augmenter les niveaux d'endorphine dans le corps humain.</p>
<p><b>Avril</b></p> <p><b>JOURNÉE MONDIALE DE LA SANTÉ</b></p> <p>cette journée a été célébrée avec les salariés, en leur fournissant des outils pour les aider à développer des habitudes qui favorisent le bien-être physique et émotionnel. Parmi les stratégies utilisées, nous pouvons citer entre autres une conférence sur les «habitudes pour prendre soin de sa santé mentale» et un cours de HIIT par Gympass.</p>	<p><b>Mai</b></p> <p><b>JOURNÉE MONDIALE SANS TABAC</b></p> <p>les salariés ont été informés des origines de la Journée mondiale sans tabac. Les principaux problèmes liés au tabagisme ont également été évoqués. Les salariés d'ALAIN AFFLELOU qui fument ont également reçu des recommandations pour abandonner cette habitude.</p>

En plus de la sensibilisation aux risques liés à la sédentarité abordés au sein du Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels, un volet de formation aux risques routiers a été intégré en 2022 pour les collaborateurs itinérants du siège.

À l'initiative du Groupe, une trentaine de salariés a participé à l'Odyssea 2022, course œuvrant pour la lutte et la prévention du cancer du sein.

## LE DIALOGUE SOCIAL ET LES CONVENTIONS COLLECTIVES

Des représentants des salariés sont élus en France et en Espagne, pour les équipes du siège social et des succursales, conformément aux législations nationales et locales.

En Espagne, le Groupe AFFLELOU dispose d'une convention collective depuis 2021 applicable aux salariés et franchisés et leurs équipes, qui couvre les droits du travail (rémunération, lutte contre les discriminations, équilibre vie privée / vie professionnelle, etc.).

En France, les différentes filiales étant soumises à des régimes fiscaux différents, le Groupe a pris plusieurs décisions unilatérales qui s'appliquent à tous ces régimes et sont notamment relatives au télétravail, ou encore au droit à la déconnexion. Au travers de ces décisions

unilatérales, le Groupe fait en sorte que les pratiques du comité social et économique (CSE) le plus avantageux soient transposées aux entités ne disposant pas de CSE. En France, le Groupe AFFLELOU dispose par ailleurs d'un accord de participation aux bénéfices.

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.).



RAPPORT RSE  
2022

#3  
Franchisés



## FRANCHISÉS

Le Groupe AFFLELOU exploite l'ensemble de son réseau selon deux modes d'organisation, un dispositif succursaliste, représentant 13% du total des magasins et le périmètre, très largement majoritaire, des magasins franchisés, détenus et gérés par des franchisés indépendants. Les équipes magasins qu'ils soient détenus en propre ou appartenant à des franchisés, sont en contact direct avec les clients finaux au quotidien.

Le Groupe AFFLELOU porte une attention particulière à accompagner le développement des magasins en proposant des programmes personnalisés qui les oriente vers un développement responsable de leurs activités.

## SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE DE NOTRE RÉSEAU DE FRANCHISES

### ■ PRÈS DE 50 ANS DE FRANCHISE

Créé en 1978, le modèle de franchise ALAIN AFFLELOU repose sur des accords consignés dans chaque contrat de franchise, entre le Groupe (en tant que franchiseur) et chaque filiale (Espagne, France, etc.), qui signent à leur tour un contrat avec les franchisés (détaillants indépendants), combinant le savoir-faire de l'opticien et de l'audioprothésiste franchiseur avec le professionnalisme et le dynamisme local de chaque franchisé, qui est responsable de sa propre activité. À fin juillet 2022, la répartition géographique des magasins franchisés et succursales est la suivante :

- 66% en France et dans les départements et régions d'outre-mer.
- 24% en Espagne.
- 7% dans le reste de l'Europe.
- 3% dans le reste du monde.





Le modèle commercial de franchise du Groupe est basé sur la communication avec nos franchisés. C'est cette écoute active que nous entretenons avec nos partenaires qui fait de nous le premier franchiseur sur le marché de l'optique et de l'audiologie. Pour les soutenir, nous mettons à leur disposition une équipe pluridisciplinaire et une politique de formation variée et ambitieuse.

En outre, il existe trois piliers essentiels pour nous et notre réseau :



### La communication

que nous considérons comme l'un des moteurs essentiels de nos résultats. Non seulement au niveau du Groupe, mais aussi pour nos partenaires locaux, nous prévoyons une stratégie à 360°, qui nous permet d'être au plus proche de nos franchisés et clients finaux par différents canaux.



### L'innovation

comme caractéristique de toutes les actions que nous menons, qu'il s'agisse d'actions de communication ou de produits.



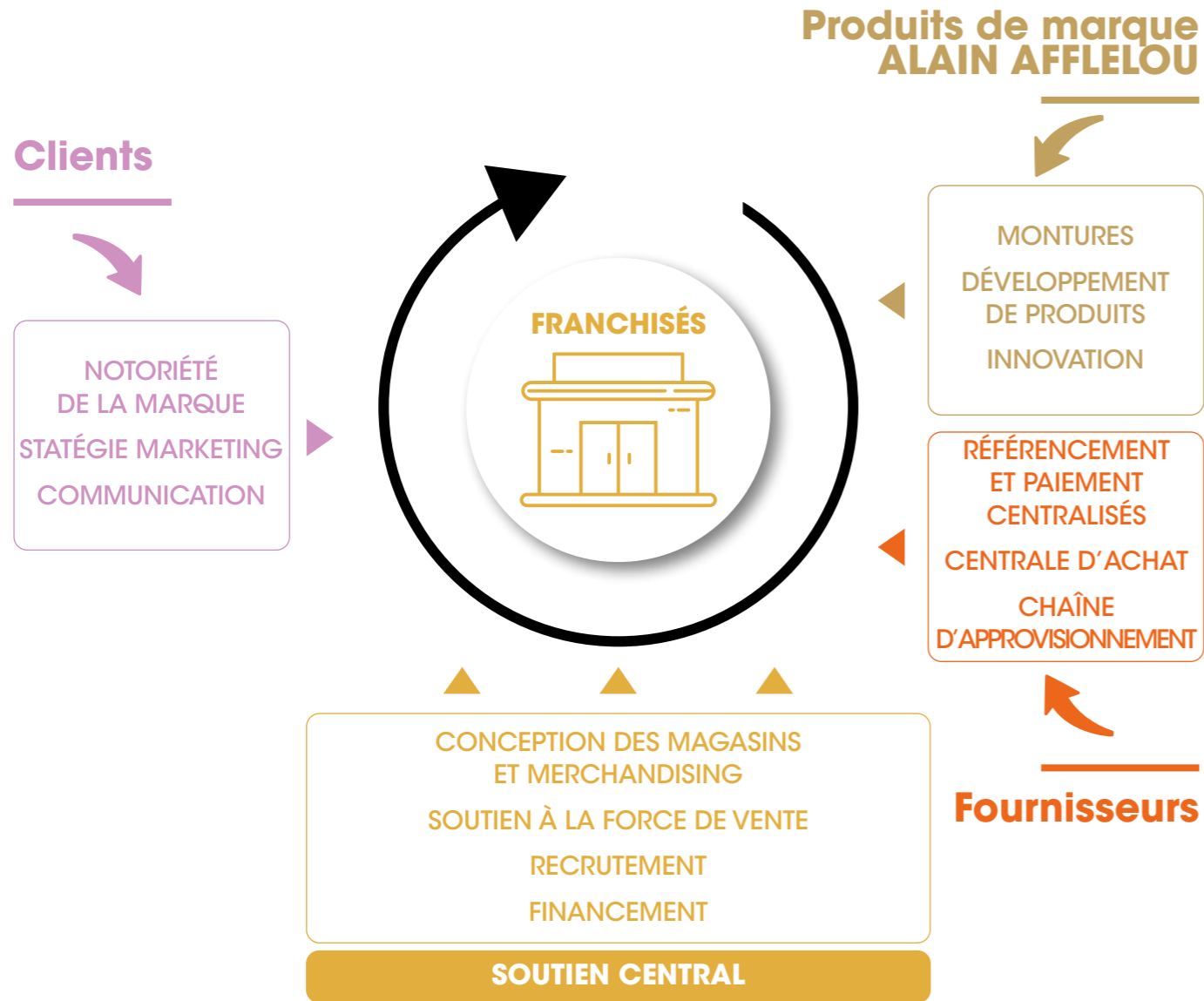
### La technologie

comme outil pour anticiper, comprendre et améliorer le quotidien des franchisés et l'expérience client. En 2018, nous avons initié notre transformation digitale. C'est non seulement un avantage compétitif pour nous, nos équipes, notre réseau, mais aussi pour l'expérience client. En mettant à disposition des clients les meilleurs produits et en démontrant une gestion sécurisée et efficace de leurs besoins, cette transformation vient pérenniser nos différents magasins et consolider la confiance de nos franchisés et clients finaux.

Dans ce domaine, nous appliquons le principe que la technologie vient au service des entreprises et des clients. Un engagement clair, qui sera de plus en plus présent au sein du Groupe et sur lequel nous nous appuyons pour imaginer le futur de l'opticien et de l'audioprothésiste.



UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ DES FRANCHISÉS



L'accompagnement de l'ouverture à la fermeture des magasins

Le Groupe AFFLELOU est présent auprès de ses franchiseés tout au long du cycle de vie de leurs magasins - de leur ouverture (conception du magasin, choix de l'emplacement, cofinancement, etc.), à l'accompagnement quotidien (formation, Ressources Humaines, outils numériques, etc.) et ponctuel (ex : adhésion au réseau, certifications, rénovation, transition...). En France, l'équipe Réseau, composée de 18 personnes et comprenant, entre autres, trois coordinateurs merchandising implantés localement, accompagne les magasins franchiseés dans toutes ces étapes.

L'accompagnement à la gestion des magasins

Par ailleurs, les équipes du siège social du franchiseur offrent un soutien complet aux franchiseés dans les domaines de la gestion sociale et des ressources humaines. Par exemple, une équipe dédiée du siège 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 a été mise en place pour répondre à toutes les questions des franchiseés sur les mécanismes éligibles (par ex., chômage partiel, congés, etc.). Nos équipes juridiques viennent également en appui des franchiseés afin de garantir leur conformité aux pratiques du Groupe et à la réglementation. Des clauses de probité sont associées aux contrats de franchise, ce qui permet d'assurer le respect de la politique commerciale.

Les équipes appartenant à la division franchiseur (siège du Groupe) fournissent un soutien central aux franchiseés dans les domaines suivants, entre autres :

- Conception des magasins et merchandising
- Force de vente et soutien commercial
- Financement et conseil juridique
- Connaissance de la marque, communication et stratégie marketing (niveaux national et local)
- Recrutement et formation continue des équipes
- Soutien aux relations institutionnelles
- Système central de référencement et de paiement pour les achats
- Outils numériques (par exemple : système de rendez-vous en ligne)

Un outil de gestion de la relation client (CRM pour Customer Relationship Management), regroupant les mêmes fonctionnalités que le SIRH mis en place pour les salariés, a de son côté été développé pour les franchiseés.

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



L'accompagnement à la montée en compétence

L'Afflelou Academy permet également aux franchiseés et à leurs équipes de bénéficier des mêmes formations que les équipes des magasins succursales du Groupe. Les délégués sont en contact quotidien avec les franchiseés afin de recueillir leurs commentaires et leurs besoins de formation, qui sont ensuite transmis au département 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 franchiseés.



## LES RELATIONS AVEC LES FRANCHISÉS & LES PROGRAMMES DÉDIÉS

Dans le réseau AFFLELOU, un franchisé possède 2 magasins en moyenne. Dans le segment de l'audition, généralement, les audioprothésistes ont un magasin dédié et opèrent dans 2 espaces audio dans des magasins d'optique. Sous condition d'être opticien ou audioprothésiste, les franchisés peuvent provenir de l'extérieur (opticiens ou audios indépendants, sous une autre enseigne qu'ils abandonnent) ou de l'intérieur du Groupe (salariés du siège social et de la fonction franchiseur, des succursales, employés d'un franchisé déjà dans le Groupe). Les salariés des magasins qui souhaitent devenir franchisés sont soutenus et formés par le Groupe AFFLELOU.

### 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, ainsi qu'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. Dans chaque pays, un directeur du réseau de franchises des magasins et des succursales gère l'approche de gestion nationale. En France, une équipe de 18 personnes, dont 12 délégués supervisés par 3 responsables de zone, un responsable du merchandising, une responsable travaux en amont de l'ouverture et un responsable travaux et maintenance des magasins succursales, est responsable de l'ouverture, de la fermeture, de la rénovation des magasins et du suivi des franchisés.

Ainsi, chaque franchisé a, avec le délégué, un contact dédié, au sein du Groupe. Chaque délégué faisant en moyenne plus de 170 visites de magasins par an, il constitue ainsi le point de contact principal des franchisés avec le Groupe AFFLELOU. Les franchisés ont par ailleurs la possibilité de poser des questions via le SIRH.

### 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, et 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 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 et audioprothésistes ont bénéficié de ce programme : entre 2013 et 2022, 114 projets ont été soutenus en Espagne et 33 en France.

**OUVREZ UN MAGASIN ET DEVEZ PARTENAIRE FRANCHISÉ**

**NOUS INVESTISSONS À VOS CÔTÉS GRÂCE À UN PROGRAMME DE FINANCEMENT UNIQUE**

**ALAIN AFFLELOU**  
*Opticien et Audiologiste*

“ J'ai pu ouvrir mon magasin avec tout l'accompagnement dont j'avais besoin en me consacrant entièrement à mon métier ! ”

Partenaire franchisé ALAIN AFFLELOU à Anthony (92)

VOUS ÊTES OPTICIEN ?  
DÉCOUVREZ TOUTES LES OPPORTUNITÉS D'OUVERTURE  
SUR [mafranchise.afflelou.com](https://mafranchise.afflelou.com)

## La satisfaction de nos franchisés au cœur de notre démarche

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



**1 278**  
MAGASINS FRANCHISÉS



**PRÈS DE 800**  
PROPRIÉTAIRES DE FRANCHISE

### Suivi de la clientèle des franchisés

Le Groupe AFFLELOU soutient également les franchisés en leur apportant des outils de suivi de la clientèle. Ainsi, un outil permettant de suivre notamment la prise de rendez-vous des clients, les campagnes CRM et les notes NPS a été mis en place. Le client peut également prendre contact avec le magasin en cas d'insatisfaction. Les franchisés ont par ce biais la possibilité d'obtenir le taux de réponse des clients aux questionnaires.

Les équipes en charge de la relation client envoient un email aux clients afin que ceux-ci donnent leur avis sur les conseils apportés en magasins et sur la qualité de l'accueil. Ainsi, après l'achat des produits, le Groupe AFFLELOU est en mesure de transmettre à ses magasins succursales et franchisés le NPS associé à l'achat.

Les franchisés, ainsi que les responsables de zone qui les accompagnent, sont par ailleurs sensibilisés à la satisfaction client en magasin, et aux enjeux de notation pour la visibilité de leurs magasins, notamment sur internet.

### Un réseau établi de franchisés

Des journées d'intégration sont organisées en France et en Espagne 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 de mieux appréhender leurs rôles et de nouer un premier contact avec les principaux interlocuteurs.

En Espagne, une semaine d'intégration est dispensée aux nouveaux franchisés et comprend notamment des informations sur les produits, les ventes, les aspects juridiques, la durabilité, etc.

La bonne intégration des franchisés s'est traduite par différentes récompenses en Espagne et en France, où le Groupe AFFLELOU a été nommé 1<sup>ère</sup> enseigne de franchiseur optique et audio en Espagne (en nombre de magasins) et 1<sup>er</sup> opticien en France et 2<sup>e</sup> en Espagne en termes de notoriété de la marque.



RAPPORT RSE  
2022

# #4

## Clients & société



## CLIENTS & SOCIÉTÉ

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

Grâce à nos activités, nous nous efforçons de servir 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 mieux voir et entendre.

Outre les clients finaux du Groupe AFFLELOU, nous œuvrons 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.



## AGIR AU QUOTIDIEN POUR AMÉLIORER LA SATISFACTION ET L'EXPÉRIENCE CLIENT

### ■ L'EXPÉRIENCE & LA 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 avec chacun de nos clients afin de répondre à leurs besoins et attentes. Un service client dédié est en place au niveau des différentes filiales, comprenant en France cinq conseillers, une opticienne professionnelle et une référente audio, chargés de gérer les relations avec les clients finaux en dehors du magasin après la vente (par ex., informations, service après-vente, réclamations, e-commerce, etc.).

Pour faire suite à l'achat de produits au sein des magasins, un email est envoyé aux clients finaux afin d'obtenir leur avis sur les conseils apportés et le magasin et de déterminer le Net Promoter Score (NPS). Le NPS permet de mesurer l'expérience d'achat et la proportion de clients qui recommanderaient la marque AFFLELOU et fait l'objet d'un suivi en France et en Espagne, tant au niveau magasin qu'au niveau des équipes des sièges.

NET PROMOTER SCORE (NPS) Clients finaux - Produits d'optique	Unité	2020	2021	2022
FRANCE	Points	65	75	77
ESPAGNE	Points	77.0	80	84



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

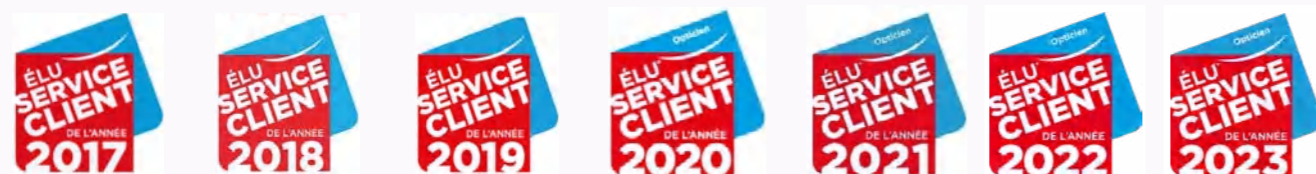
Pour soutenir les magasins (succursales et franchisés) du réseau, le service client assure le suivi et la résolution de l'ensemble des plaintes et réclamations. Si nécessaire, le service agit également comme médiateur pour résoudre les problèmes soulevés par les clients. Un gestionnaire de communauté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

La satisfaction des clients est au cœur de notre activité et essentielle aux enjeux futurs de notre profession. Le Groupe a ainsi déployé en 2022 un outil de suivi de la relation client (CRM pour Customer Relationship Manager) pour les franchisés permettant de gérer les rendez-vous, contacter le Groupe en cas d'insatisfaction, répondre aux campagnes de satisfaction ou encore de calculer les scores NPS. 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 d'implantation géographique.

Le Groupe AFFLELOU propose à son réseau, et plus particulièrement aux employés des magasins, des formations relatives à la satisfaction client. Ces formations ont notamment pour objectif que les franchisés et employés des magasins succursales et franchisés sensibilisent les clients afin que ces derniers notent leur expérience en magasin (magasin, contact, produit, etc.).

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 réponses fournis par le service client. Fin 2022, le Groupe AFFLELOU a reçu pour la 7<sup>e</sup> année consécutive le prix du « Service client de l'année » dans la catégorie « Opticien » avec une note globale de 18,41/20.



## SENSIBILISER NOS CLIENTS ET LA SOCIÉTÉ AUX ENJEUX DE SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE

### LA FONDATION ALAIN AFFLELOU

Notre engagement envers la société s'est clairement traduit en 2007 par la création de la Fondation ALAIN AFFLELOU, dont la mission principale est de promouvoir des projets de sensibilisation, de prévention et de diagnostic des problèmes visuels et auditifs, tant en Espagne qu'à l'étranger. L'objectif principal de la Fondation ALAIN AFFLELOU est d'améliorer la qualité de vie des populations les plus défavorisées, en les aidant à améliorer et prendre soin de leur vue et audition.

La Fondation cherche également à sensibiliser la population à l'importance d'avoir une bonne vue et une bonne audition. À cette fin, il est essentiel d'effectuer des contrôles réguliers afin de détecter les éventuels problèmes et de les corriger à l'aide d'un traitement approprié. Une mauvaise vue limite notre vie et, en particulier, celle des enfants qui sont souvent incapables de répondre aux attentes de l'école en raison de problèmes de vision. C'est pourquoi nous insistons sur l'importance du dépistage des troubles visuels chez les jeunes enfants.

Depuis sa création, les principaux domaines d'action sur lesquels la Fondation s'est concentrée sont les suivants :

- Lutter contre l'échec scolaire et sensibiliser les parents et les enseignants à l'importance d'un examen régulier de la vue, les problèmes visuels ayant une incidence directe sur les résultats scolaires.
- Contribuer à l'amélioration de la qualité de vie des personnes défavorisées qui n'ont pas accès à une correction optique adéquate, en prévenant et en corrigeant leurs problèmes de vue.
- Protéger les yeux des enfants des effets du soleil et sensibiliser à l'importance du port de lunettes de soleil.
- Veiller à la santé oculaire des enfants les plus défavorisés d'Afrique, qui sont exposés aux rayons UV sans protection dès leur plus jeune âge.

**NOUS ABORDONS CES LIGNES D'ACTION EN DÉVELOPPANT DIFFÉRENTS PROJETS QUI PEUVENT ÊTRE REGROUPÉS EN FONCTION DE NOTRE INTERVENTION : INCLUSION, RÉUTILISATION ET ÉDUCATION.**



Fundación  
**ALAIN AFFLELOU**

- **L'inclusion** : Nous voulons prendre soin de la santé visuelle et auditive de la société.
- **La réutilisation** : Nous sommes conscients que nous faisons partie du problème et nous en assumons la responsabilité en cherchant des solutions de valorisation des produits.
- **L'éducation** : Nous sommes motivés par la sensibilisation des adultes et des enfants à la santé visuelle et auditive.

Les initiatives de la Fondation ALAIN AFFLELOU impliquent les équipes du siège, des magasins succursales 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. Par ces différentes actions, nous conduisons et progressons vers l'objectif d'amélioration de la santé et du bien-être de la société, conformément à l'ODD 3 dans le cadre de l'Agenda 2030.



## INCLUSION : nous œuvrons pour améliorer la santé visuelle et auditive au sein de la société

### DÉSERT DES ENFANTS

Depuis 2012, nous sommes associés à l'Association El Desierto de los Niños (le Désert des enfants), une initiative solidaire qui voyage en caravane dans le désert marocain. Chaque année, un groupe de volontaires se déplace pour mener des actions solidaires ou humanitaires. Après deux ans d'inactivité en raison de la pandémie Covid-19, nous avons repris cette action, qui s'est déroulée du 18 au 26 août 2022. Six opticiens-optométristes d'ALAIN AFFLELOU ont participé à la campagne. Ces professionnels effectuent des dépistages de la vue et distribuent des lunettes pour les personnes vivant dans les régions les plus reculées du désert marocain.

Une fois le diagnostic établi, les lunettes sont confectionnées en Espagne, envoyées dans les villes concernées et remises en mains propres, assorties de lunettes de soleil. Comme le rayonnement solaire a énormément d'impact dans ces régions, la forte exposition aux rayons du soleil provoque de nombreux problèmes de vue. Les faibles ressources dont disposent ces populations, la difficulté d'accès aux dépistages et l'impossibilité, dans de nombreuses occasions, d'acquiescer des lunettes, entraînent une dégradation de leur santé visuelle.

Au travers de cette action, nous œuvrons pour éliminer les barrières visuelles dans ces communautés et contribuer à améliorer leur qualité de vie.

#### DEPUIS 2012 :



**+ DE 60 OPTICIENS**  
ONT PARTICIPÉ  
À L'INITIATIVE



**+ DE 4 400 DEPISTAGES**  
DE LA VUE RÉALISÉS



**+ DE 3 700 LUNETTES**  
DE VUE DISTRIBUÉES



**+ DE 4 680 LUNETTES**  
DE SOLEIL DISTRIBUÉES

### #VOLVIENDO A VER

Notre travail à la Fondation ALAIN AFFLELOU est de mettre à disposition tous les moyens techniques et humains dont nous disposons pour permettre aux personnes ayant moins de ressources de vivre en bonne santé visuelle.

En 2022, nous avons célébré la quatrième édition de #VolviendoAVer, en collaboration avec HOYA et la Croix-Rouge espagnole, afin de fournir des soins optiques et des lunettes de vue gratuits aux personnes en risque d'exclusion sociale et aux groupes vulnérables. Notre objectif est d'aider les personnes qui en ont le plus besoin et qui n'ont pas les moyens d'acheter des lunettes, ce qui détériore leur qualité de vie et bien-être.

Le projet est coordonné dans tous les centres optiques ALAIN AFFLELOU d'Espagne. Nous accueillons des personnes souffrant de problèmes visuels que la Croix-Rouge espagnole identifie comme les bénéficiaires les plus vulnérables de ses actions. Une prise en charge personnalisée est mise en œuvre et les personnes se voient offrir des lunettes de vue en cas de besoin. Au cours de la campagne 2021 (juillet 2021 à décembre 2022), un total de 1 552 lunettes de vue ont été distribuées. Sur les 1 500 personnes bénéficiant de la campagne, 67% sont en situation d'extrême vulnérabilité, 13% sont des migrants et des réfugiés et 9,5% sont des femmes et des enfants.



#### EN 2022



**1 500 BÉNÉFICIAIRES**

**9,5% DE FEMMES**  
ET D'ENFANTS

**13 % DE MIGRANTS**  
ET RÉFUGIÉS

**67 % EN SITUATION**  
D'EXTRÊMEVULNERABILITÉ



## RÉUTILISATION : nous cherchons des solutions parce que nous savons que nous faisons partie du problème et souhaitons faire partie de la solution

### UNE SECONDE VIE DONNÉE AUX LUNETTES

Des millions de personnes dans le monde n'ont pas les ressources financières pour bien prendre soin de leur vue. Ainsi, environ 90 % des pathologies visuelles sont concentrées dans les pays à faibles revenus. Les pathologies identifiées pourraient être corrigées ou évitées si des mesures nécessaires étaient prises. Depuis 2015, nous avons uni nos forces à celles de l'ONG Lions Club International, dans la lutte contre la cécité évitable au travers de son projet de reconditionnement de lunettes, afin de fournir ce produit de santé essentiel aux personnes démunies.

Des enquêtes récentes montrent qu'il existe une grande quantité de lunettes que les porteurs n'utilisent plus. Il est donc important de promouvoir la remise à neuf des lunettes pour les donner aux personnes sans ressources. Le Lions Club International a beaucoup d'expérience dans ce domaine et se positionne donc comme notre partenaire idéal.

Dans nos magasins, nous avons installé des urnes de collecte dans lesquelles les clients peuvent déposer les lunettes qu'ils ne portent plus : lunettes de vue, lunettes de lecture pour la vision de près et lunettes de soleil. Les lunettes collectées sont envoyées au Lions Club International en Espagne et au Medico Lions Club en France<sup>8</sup>. De là, les lunettes sont traitées et sont soit recyclées, soit envoyées à des équipes locales qui se chargent de les distribuer à des personnes sans ressources dans le monde entier : Guinée-Bissau, Philippines, Liberia, Mozambique, Paraguay, Rwanda, République du Congo, Venezuela, Sierra Leone, entre autres. L'intégralité des produits collectés sont distribués gratuitement ou recyclés.



Depuis le début de notre partenariat, les 354 magasins espagnols et 780 magasins français ont participé à l'initiative et plus de 460 000 paires de lunettes ont été données par nos clients. En 2022 nous avons envoyé plus de 237.000 paires de lunettes remises à neuf par le Lions Club (220 000 en France et 17.000 en Espagne) à des milliers de personnes dans plus de 35 pays en Afrique, en Asie, en Amérique du Sud et en Europe.

<sup>8</sup> La Fondation AFFLELOU en Espagne a contractualisé avec le Lions Club International. En France, le Groupe AFFLELOU a contractualisé avec le Medico Lions Club.



## ÉDUCATION : nous souhaitons sensibiliser les jeunes et les moins jeunes à la santé visuelle et auditive.

### CAMPAGNE DE SANTÉ VISUELLE DANS LES ÉCOLES



Dans le cadre de la Fondation ALAIN AFFLELOU, la campagne scolaire pour la santé visuelle est notre action sociale la plus importante. Ainsi, chaque année, entre septembre et octobre, les écoliers peuvent se rendre chez nos opticiens pour faire contrôler gratuitement leur vue et les enfants âgés de 5 à 7 ans qui présentent un problème visuel reçoivent gratuitement une paire de lunettes de vue.

La 22<sup>e</sup> édition de cette campagne conserve les mêmes objectifs : sensibiliser le plus grand nombre de familles à l'importance de la santé visuelle des enfants grâce à des dépistages et éduquer et sensibiliser les enfants à des pratiques visuelles saines.

Nous savons que 30 % des échecs scolaires des enfants sont dus à des problèmes de vue. Nous voulons donc contribuer à sensibiliser les parents à l'importance de faire contrôler la vue de leurs enfants au moins une fois par an.

En 2021, au cours des mois de septembre et d'octobre, plus de 12 000 dépistages de la vue ont été effectués et plus de 5 000 lunettes de vue ont été distribuées gratuitement. Nous remercions nos fournisseurs Shamir, HOYA, BBGR et Indo pour leur participation et implication, sans lesquels l'ampleur atteinte au cours de ce campagne n'aurait pas été possible.

### LES 3 RÈGLES D'AFFLELOU

#### Distance, temps et éclairage pour prévenir la myopie

Selon nos experts, les yeux des enfants ne sont pas adaptés à l'exposition aux écrans. Il est donc nécessaire de protéger la vue des enfants et de retarder l'âge d'utilisation des appareils électroniques. La Fondation ALAIN AFFLELOU, à travers les trois règles Afflelou, sensibilise aux conséquences de l'utilisation des écrans. Mises en place pendant le confinement, ces règles permettent

d'inculquer les clés de la prévention de la myopie dès le plus jeune âge :

#### GARDEZ LA BONNE DISTANCE



la distance est un facteur clé. En effet, plus nous utilisons les écrans de près, plus nos yeux travaillent. La distance recommandée dépend de l'appareil utilisé. Il est conseillé de faire régulièrement de courtes pauses et d'en profiter pour regarder un objet éloigné.

#### MAINTENEZ UN BON ÉCLAIRAGE AMBIANT



le contrôle des contrastes sous lumière ambiante réduit le développement de la myopie. Nous devrions utiliser nos appareils numériques dans un environnement bien éclairé, en évitant les reflets. Il est recommandé que les enfants effectuent des activités de plein air au moins deux heures par jour.

#### RÉDUIRE LE TEMPS D'EXPOSITION



le contrôle des contrastes sous lumière ambiante réduit le développement de la myopie. Nous devrions utiliser nos appareils numériques dans un environnement bien éclairé, en évitant les reflets. Il est recommandé que les enfants effectuent des activités de plein air au moins deux heures par jour.

Cette campagne permet de sensibiliser au risque que représente l'utilisation abusive des écrans, qui s'est multipliée ces dernières années. Dans le cadre de cette initiative, nous avons collaboré avec une startup de l'équipe du professeur Norberto López Gil, de l'Université de Murcie. Cette collaboration a été menée lors du lancement de l'application mobile Miopía.app, conçue par des scientifiques et des optométristes afin de protéger la vue des enfants grâce à des conseils qui aident les utilisateurs à développer des habitudes saines.

## Autres actions et initiatives liées au soutien et à l'implication envers les communautés

### L'ENGAGEMENT AUPRÈS DES ORGANISATIONS ET INSTITUTIONS DE NOTRE ENVIRONNEMENT

Les collaborations, les parrainages et les partenariats du Groupe AFFLELOU avec des institutions et des entités de notre écosystème constituent un pilier essentiel pour concrétiser nos engagements en faveur du développement d'un modèle soutenable des communautés dans lesquelles nous opérons et pour poursuivre le développement de notre activité.

Les initiatives que nous accompagnons visent à mettre en évidence l'importance de la santé visuelle et auditive, ainsi qu'à promouvoir l'égalité des chances et l'intégration sociale.

#### PARRAINAGES

Chez ALAIN AFFLELOU, nous partageons des valeurs avec le monde du sport, comme le dynamisme et la volonté de se perfectionner et de se dépasser. C'est pourquoi, ces dernières années, nous avons été sponsors du club d'eSports « Movistar Riders », un club créé pour contribuer au développement des sports électroniques, car il s'agit d'un canal de communication direct avec les segments les plus jeunes de la société.

Par l'intermédiaire de membres parmi les plus populaires de l'équipe professionnelle de jeux vidéo, nous contribuons à sensibiliser les joueurs à l'importance de prendre soin de leur vue lorsqu'ils passent plusieurs heures devant les écrans, comme c'est le cas aujourd'hui pour de nombreux enfants et adolescents. C'est pourquoi la campagne « Les héros portent des lunettes » menée par l'équipe Movistar Riders vise à sensibiliser les jeunes à la santé visuelle.







RAPPORT RSE  
2022

**#5**  
**Environnement**



## ENVIRONNEMENT

Pour limiter son impact environnemental, le Groupe AFFLELOU travaille sur deux thématiques relatives à l'utilisation raisonnée des ressources naturelles et à la mesure et à la réduction de l'empreinte carbone du Groupe.

Pour limiter l'empreinte environnementale de ses produits et emballages, le Groupe AFFLELOU s'engage à intégrer la durabilité sur l'ensemble du cycle de vie des produits : de la fabrication, à la fin de vie des produits. Le Groupe AFFLELOU cherche ainsi à améliorer avec ses partenaires l'éco-conception des produits (en utilisant des matériaux biosourcés ou recyclés, ou encore en anticipant leur fin de vie), ainsi que des emballages et autres équipements.

La gestion des déchets et de la fin de vie des produits est ressortie comme un enjeu matériel ayant un impact fort sur l'environnement du Groupe AFFLELOU. Bien qu'en faible quantité, les activités du Groupe génèrent des déchets dans les sites et bâtiments du Groupe, ainsi que dans les magasins (succursales et franchisés), notamment au travers des invendus.

Outre les impacts des produits et services, ceux relatifs aux activités du Groupe AFFLELOU sont également importants et concernent les opérations du réseau de magasins (succursales et franchisés).

Le Groupe AFFLELOU impacte également les ressources naturelles et notamment la ressource en eau. Cet enjeu a été jugé important par la Direction du Groupe AFFLELOU au regard des attentes internes et externes.

Enfin, le Groupe AFFLELOU s'engage à mesurer et à réduire l'empreinte carbone de ses activités et de sa chaîne de valeur au travers notamment, dans un premier temps, d'une réduction de sa consommation d'énergie. Dans un second temps, le Groupe AFFLELOU prévoit d'évaluer ses impacts indirects par la réalisation d'un bilan carbone. Cet enjeu a également été jugé important par la Direction du Groupe AFFLELOU.

Pour accompagner l'ensemble de ces démarches, l'équipe juridique effectue une veille réglementaire relative aux sujets environnementaux, ensuite transmise aux équipes concernées en interne.

## LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS PRODUITS ET EMBALLAGES SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE

### ■ L'INTÉGRATION DE LA DURABILITÉ SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE DES PRODUITS

Dans notre démarche de transformation durable, l'un des axes principaux sur lequel nous mettons l'accent est l'éco-conception de nos produits. Nous avons entrepris de créer de nouvelles collections plus responsables en utilisant les meilleures matières premières.

Nous avons lancé de nouvelles gammes de produits fabriquées avec des matériaux alternatifs et plus respectueux de l'environnement, grâce auxquels nous réduisons la pollution, l'utilisation des ressources naturelles, stimulons l'économie circulaire et contribuons à la réalisation de nos engagements environnementaux.

Les produits plus éco-responsables que nous avons mis sur le marché répondent à des critères de qualité et de durabilité très exigeants. Ces derniers ont notamment été conçus avec des matières premières sélectionnées pour être plus respectueuses de l'environnement et offrent, en même temps, un confort maximal au client.

## 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 a été la première collection de lunettes de soleil du Groupe avec des montures fabriquées à partir de bouteilles en plastique recyclées, dotées de verres biodégradables et d'étuis également fabriqués 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.



**PLUS DE 40 500 BOUTEILLES RECYCLÉES TRANSFORMÉES EN MONTURES DEPUIS LE DÉBUT DE L'INITIATIVE**

**56 000 BOUTEILLES RECYCLÉES TRANSFORMÉES EN ÉTUIS RIGIDES DEPUIS LE DÉBUT DE L'INITIATIVE**

**PLUS DE 1,2 MILLIONS DE BOUTEILLES RECYCLÉES TRANSFORMÉES EN POCLETTE À LUNETTES DEPUIS LE DÉBUT DE L'INITIATIVE**



**Des matières premières plus durables**

Ainsi, le Groupe AFFLELOU s'efforce d'intégrer des matières premières plus durables dans les collections, en suivant trois axes principaux :

**N° 2  
MATÉRIAUX BIODÉGRADABLES**



Le 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, toutes les lunettes de marque propre sont conditionnés dans des sacs en plastique de protection biodégradables.



**DEPUIS LE DÉBUT DE L'INITIATIVE, PLUS DE 5,5 MILLIONS DE SACS EN PLASTIQUE BIODÉGRADABLES ONT ÉTÉ UTILISÉS (100 % DES PRODUITS DE MARQUE PROPRE)**

**MAGIC**  
ALAIN AFFLELOU

Une offre de montures au concept unique et respectueuse de l'environnement. Les lunettes sont fabriquées en G850, un bioplastique en partie composé de dérivés du ricin<sup>(1)</sup>.

Les avantages du ricin

- Une plante naturellement résistante cultivée de façon responsable
- Une ressource renouvelable qui peut être cultivée en zone semi-aride
- Forte tolérance à la sécheresse, faible besoin en eau
- N'occupe pas de terres agricoles utiles pour la consommation humaine
- Plusieurs récoltes chaque année
- Ne conduit pas à la déforestation

**MAGIC**  
ALAIN AFFLELOU

Processus de fabrication durable du G850

- Plantation du ricin
- Récolte du ricin
- Extraction de l'huile
- Transformation en bioplastique

ECO FRIENDLY

(1) Les données sont basées sur le bilan de carbone du G850, un bioplastique, en comparaison avec le polypropylène (PP) et le PET. Les données sont basées sur le bilan de carbone du G850, un bioplastique, en comparaison avec le polypropylène (PP) et le PET.

**N° 3  
MATÉRIAUX NATURELS**

Le G850 est une matière première végétale obtenue à partir d'huile de ricin. Lancées en novembre 2020, les collections Eco-Friendly Magic junior et adulte intègrent la matière première G850 dans leurs montures et sont dotées de verres biodégradables. Depuis lors, l'utilisation de cette matière première a été étendue à la quasi-totalité des collections Tchîn Tchîn optique et Magic.

Avec une teneur en carbone renouvelable de 45%, La collection Magic se compose ainsi d'un matériau dérivé de matières premières renouvelables, qui ne pousse pas au détriment des cultures vivrières. L'écoconception de cette collection repose sur un taux de carbone renouvelable de 45%, par rapport à une matière plastique d'origine fossile.



**PLUS DE 4 MILLIONS DE MONTURES COMMERCIALISÉES POUR LA COLLECTION ECO FRIENDLY MAGIC DEPUIS LE DÉBUT DE L'INITIATIVE**  
**UNE RÉDUCTION DE 45% DE LA DÉPENDANCE DE LA COLLECTION MAGIC AUX ÉNERGIES FOSSILES PAR RAPPORT À UNE MATIÈRE PLASTIQUE D'ORIGINE FOSSILE**

**CES COLLECTIONS REPRÉSENTENT LA PLUS GRANDE PART DES PRODUITS VENDUS POUR LES PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU.**

Le Groupe AFFLELOU propose en Espagne des lentilles de contact journalières (l'Éphémère Aqua 1 Day et l'Éphémère Comfort 1 Day) de marque propre neutres en plastique, grâce à un partenariat avec Plastic Bank. Nous collectons dans les océans une quantité de plastique équivalente à celle nécessaire pour fabriquer ces lentilles de contact. Les déchets plastiques collectés sont traités et réintroduits dans la chaîne d'approvisionnement en tant que matière première.

**Une amélioration continue de l'empreinte environnementale des produits**

Le Groupe AFFLELOU a récemment porté son engagement en matière de durabilité au travers de l'amélioration de l'impact environnemental des boîtes de lentilles fabriquées en matériaux entièrement recyclables :

En France, les clients sont invités à rapporter leurs anciennes montures de lunettes, boîtes de lentilles et emballages vides (cartons, blisters, opercules, lentilles usagées) et à les déposer dans des urnes de collecte biodégradables et gravées à l'encre végétale. Le Groupe a prévu deux circuits de valorisation : le recyclage pour les emballages de lentilles et la collecte des montures pour leur donner une seconde vie en partenariat avec le Medico Lions Club (voir la section « La Fondation ALAIN AFFLELOU » pour plus de détails).



**Une maîtrise de la fin de vie des produits**

Les produits et stocks d'optique invendus sont envoyés en priorité pour des dons à la Fondation ALAIN AFFLELOU. Les équipements sont ensuite utilisés par le biais d'initiatives soutenant les communautés et/ou les personnes dans le besoin (voir la section « La Fondation ALAIN AFFLELOU » pour plus de détails). Les batteries et systèmes de aides auditives sont également recyclés au cas par cas à travers le réseau. Les éco-organismes Ecopilas en Espagne et COREPILE en France mettent à disposition dans tous les magasins ALAIN AFFLELOU des urnes de collecte gratuite des piles audio usagées.





## ■ LA 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, en dehors des invendus.

### 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 façonnés 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.

Le processus de coupe, génère des petits débris de verre. Ces débris 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, ainsi qu'à limiter la consommation d'eau utilisée pour le refroidissement de la meuleuse (voir la section « Le gestion de l'eau » pour plus de détails).

### Initiatives de réduction des déchets

Au siège français, tous les gobelets en plastique ont été remplacés par des gobelets en carton. Tous les salariés 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. En Espagne, une tasse et une gourde d'eau individuelles ont été distribuées à chaque employé. Les machines à café à capsules ont par ailleurs été remplacées par des machines à grains en Espagne et au siège français.

Par ailleurs, au siège français et en Espagne, les poubelles individuelles ont été remplacées par plusieurs bac de tri des déchets.

### Gestion des 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.

### 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 aux sièges, ainsi que dans tous les magasins succursales 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 sur la période août 2021 – juillet 2022.



**LA MISE EN PLACE DE CES INITIATIVES A PERMIS DE SAUVER 91 ARBRES EN 2022 ET DE REALISER PLUS DE 2,2 MILLIONS D'ÉCONOMIES DE LITRES D'EAU ET PLUS DE 11 MW D'ÉCONOMIES D'ÉLECTRICITÉ**





## LA GESTION DE L'EAU

### Consommation d'eau des meuleuses

La consommation d'eau des magasins est peu importante mais a été jugée comme un enjeu important ayant un impact fort sur l'environnement. Par conséquent, nous nous sommes concentrés sur la réduction de la consommation d'eau des meuleuses utilisées pour façonner les verres à la forme des montures.

En effet, 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 m<sup>3</sup> 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 sont traitées à travers différents filtres, puis réinjectées dans le système afin de fonctionner en cycle fermé.

Ce nouveau système permettra 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. Actuellement, il est déployé dans près de 75 succursales en France.

Outre la réduction de la consommation d'eau, ce système permet également de supprimer le bac de récupération de la matière organique. Ceci génère une amélioration de la qualité de vie au travail puisque le nouveau système permet une limitation des charges lourdes à porter et un gain significatif de temps pour les étapes de vidage et nettoyage des meuleuses.

## L'OUVERTURE, LA RÉNOVATION ET LA MAINTENANCE DES MAGASINS

Concernant les rénovations, deux types de prestation sont généralement proposées aux magasins : les rénovations globales, qui peuvent comprendre des mesures d'efficacité énergétique, et les rénovations légères qui consistent à réduire la quantité de déchets notamment en remplaçant le mobilier, puis en le réutilisant.

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 succursales et les magasins franchisés. Pour l'ensemble de ces travaux, le Groupe AFFLELOU privilégie au maximum des partenaires locaux ou à minima exerçant dans le pays où a lieu la prestation.

Les matériaux de construction et le mobilier représentent environ 1/4 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. Par ailleurs, nous incitons notre réseau de franchises à conserver son mobilier au maximum. Dans le cas où un changement est toutefois nécessaire, nous nous engageons à récupérer ce mobilier pour le valoriser en interne, soit auprès d'un autre magasin, soit au sein du siège du Groupe.

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.

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.



# RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE NOS ACTIVITÉS ET NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

Afin de limiter son empreinte carbone, le Groupe AFFLELOU œuvre à la réduction de sa consommation énergétique, de l'empreinte liée au transport et à la logistique des produits, de celle des voyages professionnels, ainsi qu'à l'optimisation de ses volumes de production et des stocks de produits.

Le Groupe AFFLELOU travaillera au renforcement du reporting environnemental dans les années à venir. Les émissions mesurées constitueront la base des engagements futurs et des initiatives déployées afin de réduire l'empreinte du Groupe. Notamment, le Groupe va réaliser son Bilan Carbone global en 2023, sur l'ensemble des 6 catégories d'émissions (anciennement scopes 1, 2 et 3), comprenant les magasins succursales et franchisés.

## LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE

### Consommation d'électricité dans les succursales

CONSUMMATION D'ÉLECTRICITÉ Magasins détenus	Unité	2020			Août 2021 - Juillet 2022		
		ALAIN AFFLELOU France	ALAIN AFFLELOU España	TOTAL	ALAIN AFFLELOU France <sup>9</sup>	ALAIN AFFLELOU España <sup>(1)</sup>	TOTAL
CONSUMMATION D'ÉLECTRICITÉ	MWh	2 942	1 501	4 443	2 640	1 621	4 261

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 60% des magasins succursales en France et 98% en Espagne sont équipés d'un éclairage LED à fin juillet 2022, en particulier les plus grands magasins. 100 % des magasins succursales devraient être équipés d'ici 5 ans. En Espagne, le Groupe AFFLELOU s'est engagé à remplacer l'éclairage par des équipements LED dans l'ensemble des magasins succursales d'ici 2024.

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 en France 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 l'éclairage si l'électricité fonctionne toujours lorsque le magasin est fermé. En Espagne, la loi prévoit l'extinction de l'éclairages des vitrines des magasins à 22h.

<sup>9</sup>Périmètre LOA pour la période du 1<sup>er</sup> au 31 décembre 2022

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 oublis d'arrêt de l'équipement.

Les systèmes de climatisation des magasins (succursales et franchisés) sont programmés en direct, ce qui offre une plus grande efficacité et réduit la consommation d'électricité. Un travail de réduction de la consommation d'énergie des climatisations a été entrepris en 2022 avec certains fournisseurs du Groupe, notamment en limitant les surfaces à climatiser par la pose de faux plafonds.

En Espagne, le Groupe AFFLELOU a signé un contrat, entré en vigueur le 1<sup>er</sup> août 2022, pour acheter une électricité certifiée d'origine renouvelable pour ses sièges et magasins succursales. De même, en France, le Groupe AFFLELOU dispose de contrats d'électricité certifiée d'origine renouvelable pour son siège et magasins succursales.



### Réduction de l’empreinte carbone de la consommation énergétique

La déclaration des indicateurs liés à l’environnement, y compris les consommations et les émissions d’énergie, est en cours de déploiement au sein du Groupe AFFLELOU et de ses diverses filiales. Ainsi, le Groupe prévoit de mesurer son empreinte carbone en 2023.

ÉMISSIONS DE TYPE 2 Magasins détenus	Unité	2020			Août 2021 - Juillet 2022		
		ALAIN AFFLELOU France	ALAIN AFFLELOU España <sup>(1)</sup>	TOTAL	ALAIN AFFLELOU France <sup>10</sup>	ALAIN AFFLELOU España <sup>11</sup>	TOTAL
ÉMISSIONS DE TYPE 2	tonnes équivalent CO <sub>2</sub>	176,2	357,2	533,4	137,3	446,1	583,4

L’équipe juridique a suivi en 2022 une formation auprès de Citeo sur les nouvelles dispositions découlant du décret tertiaire. En France, le décret tertiaire prévoit que les entités soumises suivent la consommation électrique des bâtiments tertiaires et réalise des économies d’énergie jusqu’en 2050 :

- -40% d’ici 2030
- -50% d’ici 2040
- -60% d’ici 2050

Ainsi, le déménagement du siège social du Groupe dans une tour à haute performance environnementale début 2023, disposant de façades bioclimatiques et cinétiques qui optimisent l’apport de lumière, participe à cette dynamique d’économie d’énergie. La tour bénéficie des standards internationaux de normes environnementales : double certifications Haute Qualité Environnementale (HQE) « Exceptionnel » et BREEAM (pour Building Research Establishment Environmental Assessment Method) « Excellent ».



<sup>10</sup> Périmètre LOA pour la période du 1er janvier au 31 décembre 2022

<sup>11</sup> Périmètre siège et magasins succursales pour la période du 1er août 2021 au 31 juillet 2022

### TRANSPORT ET LOGISTIQUE DES PRODUITS

Pour les produits de marque propre, le transport des produits des sites 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 et carbone.

### LES VOYAGES PROFESSIONNELS ET LES DÉPLACEMENTS DOMICILE-TRAVAIL

En France, un contrat de location de 5 vélos électriques est en place pour les salariés du siège social. Les collaborateurs peuvent les utiliser pour des déplacements professionnels dans la ville, pour les trajets entre le domicile et le lieu de travail ou pendant le week-end.

En Espagne, le Groupe AFFLELOU dispose d’une flotte de véhicules hybrides (18 voitures hybrides sur une flotte de 24 véhicules) mis à disposition des responsables régionaux et délégués des franchisés.

De plus, le Groupe favorise le télétravail avec la mise à disposition d’outils efficaces pour travailler à distance et encourage cette pratique auprès de ses collaborateurs (voir la section « La santé et le bien-être des collaborateurs » pour plus de détails).

Pour limiter les déplacements professionnels, le Groupe dispose d’un maillage très serré du territoire. Des responsables de zone et commerciaux sont répartis par région pour limiter les déplacements professionnels.

Par ailleurs, le Groupe AFFLELOU a initié le projet de se doter d’une plateforme dédiée aux voyages professionnels dans laquelle les collaborateurs pourront être incités à utiliser des moyens de transport moins carbonés. Dans ce cadre, la politique voyage est en cours de mise à jour, de façon à ce que les collaborateurs puissent réserver leur voyage en toute autonomie, selon un cadre prédéfini devant permettre une meilleure empreinte carbone des déplacements.

### LA RÉDUCTION DES VOLUMES DE PRODUCTION ET DES STOCKS DE PRODUITS

L’essayage virtuel en ligne (depuis chez soi ou en magasin) permet aux clients d’essayer des produits qui ne se trouvent peut-être pas encore dans leur magasin le plus proche. 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’inventus potentiels au sein du réseau AFFLELOU.

De plus, le Groupe AFFLELOU met régulièrement en place des initiatives afin de réduire les stocks de produits. Un tel projet a été porté pour les lentilles, pour lesquelles deux stocks étaient initialement disponibles au sein de deux entrepôts distincts. Les stocks ont été réunis pour réduire les frais de port des franchisés et mutualiser les transports nécessaires à leur acheminement dans les magasins. Ceci participe ainsi à la réduction des émissions de gaz à effet de serre du Groupe AFFLELOU relatives à l’acheminement des marchandises.



RAPPORT RSE  
2022

#6

Fournisseurs  
& produits



## FOURNISSEURS & PRODUITS

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.

Dans le cadre de ses relations contractuelles avec ses fournisseurs et fabricants, le Groupe AFFLELOU a développé un modèle de centrale d'achat permettant l'approvisionnement des magasins succursales et franchisés pour les produits vendus en magasin. Pour les achats effectués pour les besoins des équipes de l'entreprise et du réseau (par ex. papier, consommables, etc.), le Groupe AFFLELOU s'appuie sur des fournisseurs historiques.

Le Groupe noue des relations de confiance avec ses différents partenaires et veille au respect de principes éthiques tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. Cette relation contribue également à favoriser la fiabilité des produits vendus par le Groupe AFFLELOU, notamment en termes de sécurité et de qualité qui sont des caractéristiques 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 pratiques, garantissant la conformité de ses produits avec le cadre réglementaire européen et ainsi la qualité des dispositifs médicaux vendus par le Groupe.

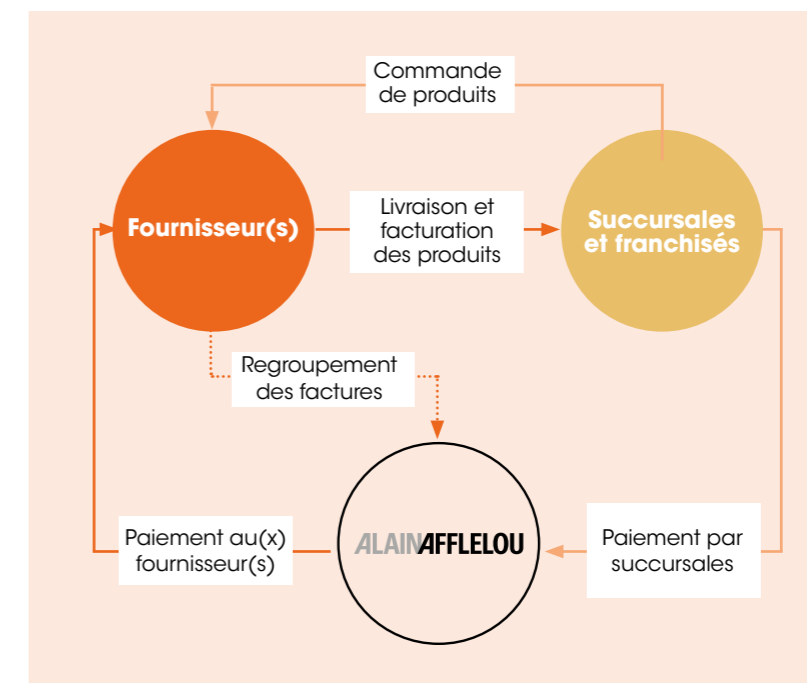
## DÉVELOPPER DES RELATIONS RESPONSABLES AVEC NOS FOURNISSEURS

### ■ L'INTRODUCTION À NOTRE MODÈLE DE CENTRALE DE RÉFÉRENCIEMENT

Afin de faciliter l'approvisionnement et les achats de ses magasins succursales et franchisés, le Groupe AFFLELOU a développé un circuit interne de référencement et de paiement. Les fournisseurs sont référencés au travers d'un contrat spécifique avec le franchiseur qui gère l'outil central de référencement d'AFFLELOU. Un service dédié aux achats et au référencement des fournisseurs du Groupe est chargé du référencement des fournisseurs, de l'établissement des conditions d'approvisionnement et de la négociation des contrats d'approvisionnement.

Les magasins succursales et franchisés ne doivent travailler et commander des produits qu'auprès de fournisseurs et prestataires référencés. Les magasins succursales et franchisés adressent leurs commandes de produits directement au fournisseur, répertorié dans le système central de référencement.

Le fournisseur livre les produits et facture le franchisé. Chaque mois, le fournisseur remet un relevé de l'ensemble des factures au Groupe AFFLELOU, qui effectue le paiement des fournisseurs pour compte des franchisés. A travers cette relation tripartite et ce cadre global, le Groupe AFFLELOU s'assure de la qualité des produits et des conditions d'approvisionnement (ex : service après-vente, conditions financières, etc.) de son réseau en jouant le rôle d'intermédiaire. Le système de référencement central est établi à la fois pour les produits de marque extérieure au Groupe, qui sont majoritaires, et pour les produits de marque ALAIN AFFLELOU.





## NOTRE RÔLE DE GROSSISTE POUR LES PRODUITS MARQUE PROPRE

Les produits de la marque ALAIN AFFLELOU sont fabriqués par des fabricants partenaires de longue date. Le Groupe AFFLELOU achète les produits directement auprès de ces fabricants, pour le compte des magasins en propre et des franchisés, agissant ainsi en tant que grossiste. Les produits sont stockés dans un entrepôt central avant d'être distribués dans les différents magasins du Groupe.

## L'ÉTHIQUE FOURNISSEURS TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de gérer sa chaîne d'approvisionnement sur des dimensions à la fois éthiques et sociales, ainsi que de réduire les impacts environnementaux de ses pratiques d'achat.

Depuis 2021, une Charte éthique des fournisseurs a été mise en place en France, comprenant des principes et des engagements en matière d'éthique et de comportements responsables (ex : lutte contre la corruption, respect des normes éthiques, comportement concurrentiel loyal), respect des droits humains (ex : lutte contre le travail forcé, le travail des enfants, la discrimination, le harcèlement et les abus ; respect de la santé et sécurité), et la mise en place de conditions de travail correctes (ex : temps de travail, salaires et avantages, liberté d'association), ainsi que le respect de l'environnement (ex : réduction, gestion et traitement des déchets). En adhérant à la Charte, le fournisseur s'engage

à respecter les principes éthiques, de déontologie, de conformité et de probité prévus par les lois et règlements applicables par la Charte. Il s'engage également à appliquer ces valeurs et principes au sein de sa propre chaîne d'approvisionnement. Annexée à tout nouveau contrat fournisseur, la Charte a vocation à s'appliquer à toute relation contractuelle entre un fournisseur et le Groupe (et/ou une société affiliée du Groupe).

En Espagne, un code de conduite a également été mis en place pour les fournisseurs espagnols : son déploiement sera poursuivi dans les années à venir. Ce code de conduite a pour objectif de diffuser et promouvoir les principes de conduite et les valeurs du Groupe AFFLELOU dans sa chaîne d'approvisionnement et de faire en sorte que les fournisseurs agissent conformément à ces principes. Le Groupe AFFLELOU attend de ses fournisseurs qu'ils respectent les neuf principes suivants :



Respect de la réglementation et des lois applicables dans les pays dans lesquels ils opèrent



Intégrité et transparence des activités commerciales



Respect des normes de qualité et sécurité des produits



Protection de l'information confidentielle issue de la relation commerciale



Respect des droits du travail conformément aux normes nationales et internationales



Respect des droits de l'Homme internationalement reconnus et vigilance afin de ne pas être complice de violation de ces droits



Respect de l'environnement en minimisant les effets négatifs de leurs activités et en protégeant la biodiversité



Lutte active et cohérente contre la corruption, les pots-de-vin et toute forme d'influence répréhensible



Comportement éthique et honnête dans la prestation de leurs services et dans leurs relations avec les tiers et salariés

Le Groupe AFFLELOU est en train de développer un logiciel d'évaluation des pratiques éthiques des fournisseurs référencés et de communication (produits de marque ALAIN AFFLELOU et achats généraux), notamment dans le contexte du devoir de diligence. Ainsi, près de 250 fournisseurs ont été évalués en 2022 lors d'une phase pilote. L'objectif est d'étendre cette évaluation au reste des fournisseurs en 2023.

De plus, le Groupe s'assure à ce qu'aucun travail dissimulé de main d'œuvre n'ait lieu lors des phases de construction, rénovation et démolition des magasins au travers de visites.

Les achats généraux du siège disposent de règles distinctes de celles appliquées pour les achats des magasins. Ainsi, les achats et prestations de service du siège sont réalisés auprès de prestataires référencés. Plusieurs aspects RSE sont contrôlés lors du référencement, puis les prestataires sont consultés régulièrement pour mettre à jour les justificatifs. Parmi les aspects qui sont vérifiés, le Groupe attache notamment de l'importance à la composition des produits achetés et utilisés dans le cadre de certaines prestations de service, à la Qualité de Vie au Travail, à la formation des prestataires, à leur suivi, ainsi qu'à leurs conditions de travail.



# GARANTIR LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DE NOS PRODUITS ET SERVICES

Tous les nouveaux produits et processus sont approuvés en suivant le processus de marquage de la Communauté Européenne avant leur mise sur le marché. En fonction de la classe de risque du produit, un organisme habilité indépendant intervient dans le processus de marquage CE pour évaluer cette conformité. Les commandes sont également vérifiées par les équipes en magasin pour contrôler la qualité des produits reçus avant de les proposer aux clients.

## LES PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU (AA)

Entre août 2021 et juillet 2022, les produits de marque ALAIN AFFLELOU représentent 35 % des achats effectués par les magasins franchisés et ceux détenus par le Groupe.

### 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 situés notamment en Asie, avec lesquels le Groupe travaille depuis longtemps. Les deux principaux fournisseurs sont situés en Chine (pour les montures et verres) et au Japon (pour les verres), ce qui représente la grande majorité de la production annuelle de la marque AA. En 2022, le parc de fabrication était composé de 30 usines. Le fournisseur situé au Japon sous-traite la fabrication des verres de lunette à un fabricant en Thaïlande.

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. Des clauses relatives au travail des collaborateurs chez le fournisseur sont introduites aux contrats conclus avec le Groupe. Notre principal fabricant chinois possède également son propre 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.

Ce fabricant requiert également de ses usines et partenaires qu'ils soient audités de manière régulière par les organismes suivants :

- L'International Sustainability & Carbon certificate (ISCC) qui exige des matières premières d'origine végétale ou issues du recyclage.
- Le Global Recycled Standard (GRS) qui évalue le contenu recyclé d'un produit, ainsi que le respect de critères environnementaux et sociaux.
- Le Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) qui évalue, au travers du SMETA 4 piliers, les pratiques commerciales responsables, et comprend notamment les normes de travail, la santé et sécurité, l'évaluation environnementale et l'éthique des affaires.
- L'Aluminium Stewardship Initiative (ASI) qui fixe des exigences en matière de production, d'approvisionnement et de gestion responsables de l'aluminium.

Le Groupe travaille également sur la conception des produits avec ses fournisseurs lorsqu'ils possèdent un service de conception interne. La création des prototypes, les tests d'échantillons, ainsi que le contrôle qualité sont toujours effectués par les fabricants.

## LES PRODUITS HORS MARQUE AA

En 2022, les produits optiques et auditifs autres que ceux de la marque représentent 65 % des achats effectués par les magasins franchisés et détenus par le Groupe.

Le nombre de fournisseurs référencés pour les produits optiques et auditifs est plutôt limité (environ 240 fournisseurs référencés à fin 2022, 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 démarche RSE. Dans le cadre de ces démarches, 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.

### L'évaluation régulière des matières premières & produits commercialisés

Par ailleurs, le Groupe AFFLELOU entretient des relations privilégiées avec ses fournisseurs et collabore avec eux sur des projets de réduction de l'impact des procédés de production et des produits. Pour faire émerger ces projets, le Groupe AFFLELOU organise mensuellement une réunion dédiée à l'innovation, ainsi que deux fois par an, des ateliers d'innovation avec les plus gros fournisseurs du Réseau. Au cours de ces séances, le Groupe donne un brief auquel les fournisseurs doivent répondre en proposant des solutions innovantes.

À l'issue de ces séances, peuvent émerger des projets de développement collaboratif entre le Groupe AFFLELOU et ses fournisseurs. Ainsi, le Groupe recherche actuellement avec l'un de ses fournisseurs de nouvelles solutions afin d'incorporer du métal recyclé au sein de ses montures, sans que cela ne vienne détériorer leur qualité et leur confort d'utilisation.



# NOTE MÉTHODOLOGIQUE

## SECOND RAPPORT RSE VOLONTAIRE

Le Rapport sur la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise 2022 (« le Rapport ») est le second rapport volontaire publié par le Groupe AFFLELOU sur sa démarche de durabilité. Il s'inscrit dans une logique de transparence vis-à-vis de ses différentes parties prenantes et d'une volonté de renforcer la lisibilité des ambitions et engagements pris par le Groupe. Le Rapport décrit ainsi les différents projets et initiatives menés en matière de RSE par nos différentes entités et équipes, ainsi que les principaux résultats en termes de performance obtenus par le Groupe.

Suite à la transposition de la Directive Européenne 2014/95/UE relative à la publication d'informations extra-financières par les entreprises, le Groupe AFFLELOU est soumis à l'obligation de publier une déclaration annuelle de performance extra-financière pour sa filiale espagnole. Ainsi, le Groupe publie un Rapport annuel sur sa performance extra-financière en Espagne depuis 2021. En France, le Groupe n'est pour le moment pas soumis à cette obligation de publication.

Pour établir son Rapport, le Groupe AFFLELOU tient compte des standards internationaux les plus reconnus en matière de reporting extra-financier, à savoir ceux de la Global Reporting Initiative (GRI), des 10 principes du Pacte Mondial de l'ONU et des 17 Objectifs pour le Développement Durable (ODDs).

## PÉRIODE DE REPORTING

Les informations qualitatives et quantitatives fournies dans le présent Rapport font référence à l'exercice fiscal 2022 (du 1er août 2021 au 31 juillet 2022) du Groupe AFFLELOU. Des précisions seront fournies au cas par cas si les données présentes dans le Rapport font référence à l'année calendaire 2022, aux exercices précédents et/ou aux initiatives futures qui seront mises en œuvre. Lorsque certaines données sont suivies sur une période de reporting différente de l'exercice fiscal, la période de temps est indiquée en dessous des chiffres concernés.

Des informations sont également incluses sur les initiatives entreprises au cours des années précédentes, mais toujours applicables en 2022, ainsi que sur les événements d'intérêt particulier pour 2023 déjà connus à la date d'achèvement du présent Rapport.

Il est important de noter par ailleurs que certaines données du précédent Rapport RSE 2021 étaient alignées sur l'année calendaire et couvraient par conséquent la période du 01/01/2021 au 31/12/2021.

## PÉRIMÈTRE DE REPORTING

Le Rapport couvre les principales succursales et entités appartenant au Groupe AFFLELOU au 31 juillet 2022, en particulier en France et en Espagne. Les autres pays dans lesquels le Groupe exerce ses activités et qui représentent ensemble moins de 10 % de l'activité globale des réseaux, ne sont pas encore inclus dans le périmètre du présent Rapport, sauf exception.

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. effectifs, 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 détenus et exploités par le Groupe (magasins succursales). Lorsque la contribution des franchisés a été incluse dans les chiffres, cette information fait l'objet d'une note systématique.

## ORGANISATION DU REPORTING & PROCESSUS DE COLLECTE DES INFORMATIONS

Une collecte des données extra-financières est réalisée depuis plusieurs années au sein du Groupe pour les entités et filiales suivantes : ALAIN AFFLELOU FRANCHISEUR (France), magasins succursales ALAIN AFFLELOU France, ALAIN AFFLELOU España, magasins succursales ALAIN AFFLELOU España, ALAIN AFFLELOU Belgique, ALAIN AFFLELOU Portugal, marques ALAIN AFFLELOU Brands (Suisse) et ALAIN AFFLELOU International (Luxembourg).

Le reporting des informations extra-financières est le fruit d'une collaboration étroite entre les différentes directions et entités contributrices au sein du Groupe AFFLELOU, et est piloté par la Direction RSE.

Le Groupe AFFLELOU se dotera d'un outil de reporting extra-financier pour les prochains exercices, afin de faciliter ce suivi et de mesurer plus efficacement sa performance RSE.

Le reporting des initiatives en matière de 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 RSE au sein du Groupe AFFLELOU est en cours.

## SUJETS EXCLUS

Plusieurs enjeux RSE sont considérées comme non matériels et pertinents eu égard aux activités du Groupe AFFLELOU. Par conséquent, ces enjeux 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 RSE 2022 a été élaboré et validé par le Comité de pilotage RSE du Groupe AFFLELOU puis approuvé par le Président Directeur Général. Les informations contenues dans ce Rapport n'ont pas été soumises à un audit externe.



# ANNEXES TECHNIQUES

## SYNTHÈSE DES PRINCIPAUX INDICATEURS EXTRA-FINANCIERS

Le tableau ci-dessous reprend les principaux indicateurs de performance extra-financière pour chacun des piliers et engagements de la feuille de route RSE du Groupe AFFLELOU.

Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel
FACILITER L'ACCÈS AUX PRODUITS ET SERVICES QUI AMÉLIORENT LA SANTÉ ET LE CONFORT VISUEL ET AUDITIF DES PERSONNES		Nombre total de paires de lunettes vendues (solaires inclus)	Millions de paires	2,6	-	-	Août 2021 - Juillet 2022
		Nombre de magasins succursales (= détenus en propre)	Nombre	183	93	84	Au 31/07/2022
		Nombre de magasins franchisés	Nombre	1 278	867	270	Au 31/07/2022
SALARIÉS	Attirer et fidéliser les talents	Nombre de collaborateurs AFFLELOU - Siège	Collaborateurs	355	227	105	Au 31/07/2022
		Nombre de collaborateurs AFFLELOU - Magasins succursales	Collaborateurs	805	405	371	Au 31/07/2022
		Nombre total de collaborateurs AFFLELOU	Collaborateurs	1 160	632	476	Au 31/07/2022
		Nombre total de collaborateurs AFFLELOU (équivalent temps plein)	ETP	1 122,09	639,41	450,03	Au 31/07/2022
		Part des collaborateurs AFFLELOU permanents	%	97%	100%	93%	Au 31/07/2022
		Nombre total de recrutements - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	433	178	255	Août 2021 - Juillet 2022
		Nombre total de départs - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	264	167	97	Août 2021 - Juillet 2022
		Taux de renouvellement (taux de turnover) - Collaborateurs AFFLELOU	%	30%	-	-	Août 2021 - Juillet 2022
	Nombre de collaborateurs promus au sein des filiales et des magasins succursales	Nombre	54	27	27	Août 2021 - Juillet 20'2	
	Accompagner le développement de tous les salariés dans l'entreprise	Part des collaborateurs AFFLELOU ayant effectué un entretien annuel	%	71%	97%	37%	Au 31/07/2022
		Nombre total de collaborateurs AFFLELOU formés	Nombre	1 205	533	642	Août 2021 - Juillet 2022
		Nombre total d'heures de formation reçues par les collaborateurs AFFLELOU	Heures	43 717	6 113	37 604	Août 2021 - Juillet 2022
		Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur formé par an	Heure /collaborateur	36	11	59	Août 2021 - Juillet 2022
		Part des dépenses de formation dans la masse salariale totale	%	1,5%	-	-	Août 2021 - Juillet 2022
	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion	Part des femmes au sein des effectifs AFFLELOU	%	66%	-	-	Au 31/07/2022
Part des femmes au siège - Collaborateurs AFFLELOU		%	55%	-	-	Au 31/07/2022	
Part des femmes au sein des magasins succursales - Collaborateurs AFFLELOU		%	71%	-	-	Au 31/07/2022	
Part de femmes au sein du Comité Exécutif (COMEX)		%	29%	-	-	Au 31/07/2022	
Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes   L'opticien AFFLELOU		x / 100	-	78/100	-	Août 2021 - Juillet 2022	
Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes   ALAIN AFFLELOU FRANCHISES		x / 100	-	75/100	-	Août 2021 - Juillet 2022	
Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes   AFFLELOU		x / 100	-	88/100	-	Août 2021 - Juillet 2022	
Nombre de collaborateurs en situation de handicap		Nombre	21	8	13	Au 31/07/2022	

Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel		
SALARIÉS	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	Nombre total d'accidents avec arrêt de travail - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	23	14	9	Août 2021 - Juillet 2022		
		Nombre total d'accidents sans arrêt de travail - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	9	7	2	Août 2021 - Juillet 2022		
		Taux de gravité (TG) (des accidents avec arrêt de travail) - Collaborateurs AFFLELOU	Nombre	0,29	-	-	Août 2021 - Juillet 2022		
		Nombre de jours d'absence pour maladie - Collaborateurs AFFLELOU	Jours	161 14	9 387	6 727	Août 2021 - Juillet 2022		
		Nombre de jours d'absence dus à des accidents du travail - Collaborateurs AFFLELOU	Jours	557	420	137	Août 2021 - Juillet 2022		
		Nombre d'autres jours d'absence - Collaborateurs AFFLELOU	Jours	7 505	3 960	3 545	Août 2021 - Juillet 2022		
		Nombre total de jours d'absence - Collaborateurs AFFLELOU	Jours	26 153	15 744	10 409	Août 2021 - Juillet 2022		
		Taux d'absentéisme - Collaborateurs AFFLELOU	%	1,38%	-	-	Août 2021 - Juillet 2022		
FRANCHISÉS	Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchises	Nombre de propriétaires de franchises	Nombre	788	624	176	Au 31/07/2022		
		Nombre de projets soutenus dans le cadre du programme d'entrepreneuriat ADELANTE	Nombre	147	33	114	Depuis le début de l'initiative		
CLIENTS & SOCIÉTÉ	Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client	Net Promoter Score (NPS) - Client final - Produits optiques	Points	-	77	84	Au 31/07/2022		
		«VOLVIENDO A VER» - Nombre total de personnes dans des situations vulnérables ayant pu bénéficier des campagnes de l'initiative	Nombre	1 500	-	-	Juillet 2021 - Décembre 2022		
	Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	«EL DESIERTO DE LOS NIÑOS» - Nombre d'opticiens participant à l'initiative	Nombre	60	-	-	Depuis le début du partenariat		
		«EL DESIERTO DE LOS NIÑOS» - Nombre de dépistages de la vue réalisés	Nombre	6 400	-	-	Depuis le début du partenariat		
		«EL DESIERTO DE LOS NIÑOS» - Nombre de paires de lunettes de vue données	Nombre	3 700	-	-	Depuis le début du partenariat		
		«EL DESIERTO DE LOS NIÑOS» - Nombre de paires de lunettes de soleil données	Nombre	4 680	-	-	Depuis le début du partenariat		
		Lions Clubs International - Nombre de magasins AFFLELOU ayant participé au projet de seconde vie des lunettes	Nombre	1 134	780	354	Depuis le début du partenariat		
		Lions Clubs International - Nombre de paires de lunettes collectées dans le cadre du projet de seconde vie des lunettes	Nombre	466 308	320 000	146 308	Depuis le début du partenariat		
		ENVIRONNEMENT	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	Collection H2O - Nombre de montures commercialisées	Nombre	8 115	-	-	Depuis le début de l'initiative
				Collection H2O - Nombre de bouteilles recyclées transformées en montures	Nombre	40 575	-	-	Depuis le début de l'initiative
Nombre d'étuis fabriqués à partir de matériaux recyclés	Nombre			70 000	-	-	Depuis le début de l'initiative		
Nombre de bouteilles recyclées transformées en étuis	Nombre			1 230 445	-	-	Depuis le début de l'initiative		
Nombre de sacs plastiques biodégradables utilisés pour le packaging des produits	Nombre			5 529 730	-	-	Depuis le début de l'initiative		
Part des montures de marque AA utilisant des sacs plastiques biodégradables	%			100	-	-	Au 31/07/2022		
Nombre de montures commercialisées pour la collection écoresponsable MAGIC	Nombre			4 069 689	-	-	Depuis le début de l'initiative		



Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel
ENVIRONNEMENT	Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	Consommation total d'électricité des magasins succursales	MWh	4 261	2 640	1 621	Août 2021 - Juillet 2022
		Emissions de scope 2 des magasins succursales	tCO <sup>2</sup> eq	583	137	446	Août 2021 - Juillet 2022
		Nombre de magasins succursales équipés de lampes LED	Nombre	128	45	83	Août 2021 - Juillet 2022
		Nombre de vélos électriques utilisés par les équipes - Siège	Nombre	5	5	0	Au 31/07/2022
		Nombre de voitures hybrides utilisées par les équipes - Siège	Nombre	18	0	18	Au 31/07/2022
FOURNISSEURS & PRODUITS	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	Nombre total de fournisseurs référencés (optique & audition)	Nombre	240	-	-	Au 31/07/2022
	Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	Part des produits de marque AA dans les achats totaux (magasins succursales & franchisés) (optique & audition)	%	35	-	-	Août 2021 - Juillet 2022
		Part des produits sous licences dans les achats totaux (magasins succursales & franchisés) (optique & audition)	%	65	-	-	Août 2021 - Juillet 2022
		Nombre total d'usines dans le réseau de fabrication des produits de marque AA	Nombre	30	-	-	Au 31/07/2022

## TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES NORMES GRI

La Global Reporting Initiative (GRI) est une organisation à but non lucratif et indépendante dont la mission est de promouvoir l'information extra-financière. L'organisation a notamment développé un référentiel pour le reporting extra-financier comprenant des lignes directrices, afin que les entreprises rendent compte de leurs performances économiques, environnementales et sociales.

Aujourd'hui, le Groupe AFFLELOU s'inspire des normes issues de la GRI pour son reporting RSE. Ce Rapport fait ainsi référence (« in reference ») aux lignes directrices des normes GRI en vigueur. En effet, le présent Rapport utilise certaines normes de la GRI, ou des parties de leur contenu, pour apporter des informations sur des enjeux spécifiques en lien avec la démarche RSE du Groupe.

A terme, le Groupe AFFLELOU a pour objectif de produire un Rapport conformément (« in accordance ») aux normes GRI, afin de fournir un tableau complet de ses impacts les plus importants sur l'économie, l'environnement et les personnes et de la façon dont le Groupe gère ces impacts.

Correspondance GRI	Intitulé du Rapport RSE 2022	Numéro de page	
<b>GRI 100 : NORMES UNIVERSELLES</b>			
102	ELÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION	Notre identité	10
		Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	22
		Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	30
103	APPROCHE MANAGÉRIALE	Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	22
		Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	30
<b>GRI 200 : NORME ECONOMIQUE</b>			
201	PERFORMANCE ÉCONOMIQUE	Notre identité	10
		Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	16
202	PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ	Notre identité	10
		Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	16
		Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchise	63
203	IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS	Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	75
204	PRATIQUES D'ACHATS	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	95
205	LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	38
206	COMPORTEMENT ANTICONCURRENTIEL	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	38
207	FISCALITÉ	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	38
<b>GRI 300 : NORME ENVIRONNEMENTALE</b>			
301	MATIÈRES	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	83
302	ÉNERGIE	Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	89
303	EAU ET EFFLUENTS	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	83
304	BIODIVERSITÉ	NA	-



Correspondance GRI	Intitulé du Rapport RSE 2022	Numéro de page
305	ÉMISSIONS Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	89
306	DÉCHETS Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	83
307	CONFORMITÉ ENVIRONNEMENTALE Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	38
308	EVALUATION ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	95
<b>GRI 400 : NORME SOCIALE</b>		
401	EMPLOI Attirer et fidéliser les talents	45
402	RELATIONS EMPLOYÉS/DIRECTION Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	55
403	SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	55
404	FORMATION ET ÉDUCATION Accompagner le développement de tous les salariés dans l'entreprise	48
405	DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES Lutter contre les discriminations & favoriser la diversité et l'inclusion	51
406	LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION Lutter contre les discriminations & favoriser la diversité et l'inclusion	51
407	LIBERTÉ SYNDICALE ET NÉGOCIATION COLLECTIVE Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	55
408	TRAVAIL DES ENFANTS Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	38 95
409	TRAVAIL FORCÉ OU OBLIGATOIRE Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	38 95
410	PRATIQUES DE SÉCURITÉ Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	55
411	DROIT DES PEUPLES AUTOCHTONES NA	-
412	EVALUATION DES DROITS DE L'HOMME Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	38 95
413	COMMUNAUTÉS LOCALES Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	75
414	EVALUATION SOCIALE DES FOURNISSEURS Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	95
415	POLITIQUES PUBLIQUES NA	-
416	SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	98
417	COMMERCIALISATION ET ÉTIQUETAGE Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	98
418	CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES DES CLIENTS Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	38
419	CONFORMITÉ SOCIO-ÉCONOMIQUE Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	38

## TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES 10 PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

4 thèmes et 10 principes du Pacte mondial des NU	Questions correspondantes dans le Rapport CoP	Intitulé du Rapport RSE 2022	Numéro de page	
<b>DROITS DE L'HOMME</b>	<b>P1</b> Promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme	<b>Matérialité</b> HR1	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	38
	<b>P2</b> Veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'Homme	<b>Engagement</b> HR2 <b>Prévention</b> HR3-HR6 <b>Réparation et reporting</b> HR7-HR8	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	95
<b>NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL</b>	<b>P3</b> Respecter la liberté d'association et reconnaître le droit de négociation collective	<b>Matérialité</b> HR1	Lutter contre les discriminations & favoriser la diversité et l'inclusion	51
	<b>P4</b> Contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire	<b>Engagement</b> L1-L1.2	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	55
	<b>P5</b> Contribuer à l'abolition effective du travail des enfants	<b>Prévention</b> L2-L5	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	95
	<b>P6</b> Contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession	<b>Performance</b> L6-L10 <b>Réparation et reporting</b> L11-L12		
<b>ENVIRONNEMENT</b>	<b>P7</b> Appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement	<b>Matérialité</b> E12	Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	83
	<b>P8</b> Prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement	<b>Engagement</b> E1-E1.1	Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur	89
	<b>P9</b> Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement	<b>Prévention</b> E2-E5 <b>Performance</b> E6, E8-E10, E12-E14, E19-E21 <b>Réparation et reporting</b> E22	Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	95
<b>LUTTE CONTRE LA CORRUPTION</b>	<b>P10</b> Agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin	<b>Performance</b> AC5 <b>Réparation et reporting</b> AC6-AC8	Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services	98
		<b>Engagement</b> AC1-AC2 <b>Prévention</b> AC3-AC4 <b>Performance</b> AC5 <b>Réparation et reporting</b> AC6-AC8	Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes	38
			Développer des relations responsables avec nos fournisseurs	95

Le Groupe AFFLELOU a rapporté les informations citées dans cet indice de contenu GRI pour la période 01/08/2021 – 31/07/2022 en référence aux normes GRI.



# GLOSSAIRE

<b>AA</b>	Alain Afflelou
<b>ASI</b>	Initiative pour la gestion responsable de l'aluminium (Aluminium Stewardship Initiative)
<b>CA</b>	Chiffre d'affaires
<b>CE</b>	Communauté européenne
<b>CMP</b>	Plateforme de gestion du consentement (consent management platform)
<b>COMEX</b>	Comité exécutif
<b>Copil RSE</b>	Comité de pilotage dédié au développement durable
<b>COP</b>	Communication sur le progrès (communication on progress)
<b>CRM</b>	Gestion de la relation client (customer relationship management)
<b>CSE</b>	Comité social et économique
<b>DPD</b>	Délégué à la protection des données
<b>DPEF</b>	Déclaration de performance extra-financière
<b>DPIA</b>	Analyse d'impact relatives à la protection des données personnelles (data protection impact assessment)
<b>DPO</b>	Délégué à la protection des données
<b>DSI</b>	Direction des systèmes d'information
<b>DUERP</b>	Document unique d'évaluation des risques professionnels
<b>EPI</b>	Equipement de protection individuelle
<b>ESG</b>	Environnement, Social, Gouvernance
<b>FAQ</b>	Foire aux questions
<b>GRI</b>	Initiative pour le reporting mondial (Global Reporting Initiative)
<b>GRS</b>	Norme mondiale en matière de recyclage (global recycled standard)
<b>HQE</b>	Haute Qualité Environnementale
<b>ISCC</b>	Certification internationale en matière de développement durable et de carbone (International Sustainability & Carbon certificate)
<b>ISMS</b>	Système de gestion de la sécurité de l'information (information security and management system)
<b>ISO</b>	Organisation internationale de normalisation (international organization for standardization)
<b>LED</b>	Diode électroluminescente (light-emitting diode)
<b>NA</b>	Non applicable
<b>NPS</b>	Taux de recommandation net (net promoter score)
<b>ODD</b>	Objectifs de développement durable
<b>ONU</b>	Organisation des Nations Unies
<b>PDCA</b>	Planifier, Réaliser, Contrôler, Agir (Plan, Do, Check, Act)
<b>PDG</b>	Président-directeur général
<b>PET</b>	Polytéréphtalate d'éthylène (polyethylene terephthalate)
<b>PMR</b>	Personne à mobilité réduite
<b>QMS</b>	Système de gestion de la qualité (quality management system)
<b>RGPD</b>	Règlement sur la Protection des Données
<b>RH</b>	Ressources humaines
<b>rPET</b>	Polytéréphtalate d'éthylène recyclé (recycled polyethylene terephthalate)
<b>RSE</b>	Responsabilité sociétale de l'entreprise
<b>SIRH</b>	Système d'Information Ressources Humaines
<b>SMETA</b>	Audit des membres Sedex sur le commerce éthique (Sedex Members Ethical Trade Audit)



**ALAINAFFLELOU**

*Opticien et Acousticien*



1 BIS, TOUR TRINITY, ESPLANADE/PLACE DE LA DÉFENSE  
92400 COURBEVOIE

**afflelou.com**

