

# AFFLELOU

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

# RAPPORT RSE

Rapport sur la responsabilité sociétale de l'entreprise.



# 2024





## AVANT-PROPOS

Le Groupe AFFLELOU a pour mission de faciliter l'accès à la santé visuelle et auditive pour tous. Que ce soit pour la vue ou l'audition, nous développons des solutions contribuant à un monde plus responsable.

Nous exerçons au quotidien nos activités en respectant des comportements éthiques tant avec nos partenaires franchisés, nos fournisseurs, nos clients finaux, qu'avec nos collaborateurs. Concernant nos équipes, notre priorité est de cultiver les talents et de garantir leur épanouissement au sein de l'entreprise.

Nous avons la conviction que l'innovation est une source d'opportunités et de progrès. Aujourd'hui, ce sont près de 150 magasins ALAIN AFFLELOU en France qui sont équipés du dispositif de téléconsultation ophtalmologique dans les zones sous-denses en ophtalmologistes.

Plus que de proposer des équipements optiques ou auditifs à nos clients, nous favorisons également la prévention par des actions concrètes sur le terrain. Notre Fondation s'engage depuis plusieurs années en faveur d'une meilleure santé visuelle et auditive auprès des personnes vulnérables, et notamment des enfants, en Espagne et au Maroc.

Au-delà de cette dimension sociétale fondamentale, notre feuille de route RSE couvre d'autres enjeux et chantiers prioritaires pour notre Groupe et nous avons accéléré son déploiement opérationnel, notamment avec l'appui de référents RSE au sein de chaque département de l'entreprise.

Afin d'apporter notre contribution à la transition bas-carbone, nous réalisons désormais un bilan carbone Groupe annuel et nous nous engageons à définir des objectifs de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre à court terme qui soient en accord avec la science. Nos actions mobiliseront nos différents partenaires.

A titre d'exemple, et dans un esprit d'innovation, nous développerons davantage avec nos fournisseurs des pistes d'écoconception de nos produits en intégrant dans nos collections davantage de matières à plus faible impact environnemental comme des matériaux recyclés et biosourcés par exemple. Nous privilégierons le réemploi de nos produits ou leur recyclage. Cette année, nous avons collecté plus de 300 000 anciennes paires d'anciennes lunettes auprès de nos clients dans nos magasins en France et en Espagne pour leur donner une seconde vie, et favoriser ainsi l'économie circulaire.

Ensemble, nous traçons un avenir où la santé visuelle et auditive devient accessible à tous. Et par nos actions, nous façonnons un monde où la responsabilité et l'innovation se rencontrent pour créer un impact durable.



Depuis plus de 50 ans, le Groupe AFFLELOU facilite 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. Le Groupe s'engage à mener ses activités en prenant soin de ses équipes et de ses partenaires commerciaux (franchisés, fournisseurs et clients finaux), en respectant l'environnement dans lequel il évolue, et en se conformant aux pratiques et comportements éthiques.

Ce 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 2024 par les différentes entités et équipes, ainsi que la performance atteinte.

Il a pour objectif de fournir à l'ensemble des parties prenantes des informations sur les actions et les progrès réalisés en matière de RSE. L'intention est d'être transparents, non seulement sur la manière dont les équipes poursuivent les objectifs, mais également sur les défis auxquels le Groupe est confronté pour les réaliser.

En 2024, le Groupe a poursuivi le déploiement de sa Feuille de route RSE Groupe, celle-ci se déclinant en 6 piliers et 14 engagements autour desquels le Rapport RSE est articulé.

Dans une dynamique d'amélioration continue, le Rapport RSE sera mis à jour et enrichi annuellement. Il est également la base des engagements du Groupe et objectifs futurs relatifs aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux prioritaires. Certains indicateurs et objectifs de performance issus de la Feuille de Route RSE sont également en cours de définition 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..

# MISSION

Tout le monde a le droit de bien voir et bien entendre, et être équipé de lunettes ou d'un appareil auditif ne devrait pas être un obstacle. En tant que distributeur de produits optiques et d'aides auditives et prestataire de services (examens visuels et auditifs), l'objectif du Groupe AFFLELOU est d'offrir systématiquement la meilleure solution au meilleur prix et de répondre aux besoins multiples des clients. Quel que soit le problème de vue ou d'audition, chacun doit pouvoir profiter de sa vie quotidienne en toute liberté.

**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

## MONSIEUR ALAIN AFFLELOU, FONDATEUR DU GROUPE

L'histoire du Groupe est profondément liée au parcours professionnel de son fondateur, Monsieur Alain Afflelou. En juin 1962, il 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.

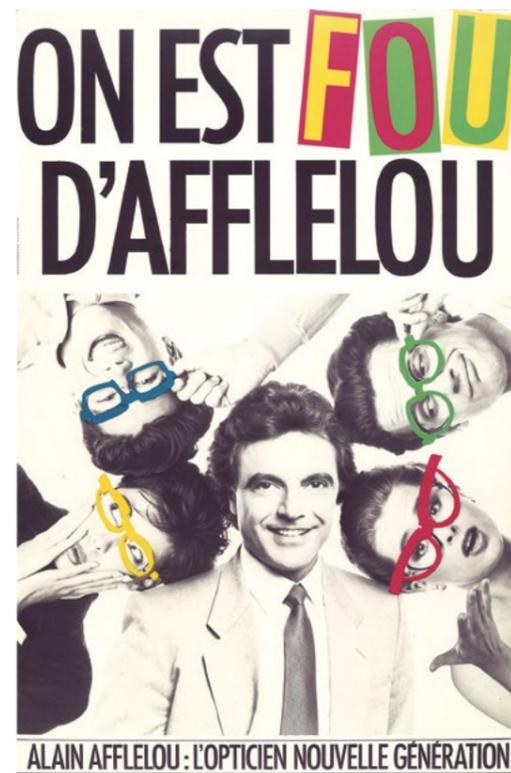
Monsieur Alain Afflelou ouvre son premier magasin d'optique en 1972 au Bouscat, dans la banlieue bordelaise. Il se rend rapidement compte que les lunettes sont considérées comme un fardeau par les Français. Au début des années 1970, les lunettes sont déjà considérées comme trop chères et sont peu remboursées.

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, Monsieur Alain Afflelou lance son développement en franchise, avec l'ouverture de trois premiers magasins.

50 ans après la création de l'enseigne, Monsieur 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, Monsieur Alain Afflelou a également été élu par le magazine Forbes comme le troisième chef d'entreprise préféré des Français. Selon le sondage réalisé, Monsieur Alain Afflelou symbolise la réussite et privilégie les besoins de ses clients<sup>1</sup>.

En 2022, un nouveau chapitre s'est ouvert pour le Groupe AFFLELOU avec la nomination de Monsieur Anthony Afflelou en qualité de Président. 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



## ÉTAPES CLÉS DU GROUPE AFFLELOU

1972	1978	1985	1995	1999	2002	2004	2005
Ouverture du premier magasin d'optique à Bordeaux.	Création de la franchise ALAIN AFFLELOU.	Ouverture du 100 <sup>e</sup> magasin en France.	Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin en Belgique.	Lancement de l'offre commerciale Tchou Tchou (2 <sup>e</sup> paire de lunettes pour 1 franc de plus).	Le réseau atteint son 500 <sup>e</sup> point de vente. Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin ALAIN AFFLELOU au Maroc.	Lancement de l'activité de franchise en Espagne. Enseigne ALAIN AFFLELOU OPTICO.	Ouverture du 100 <sup>e</sup> magasin ALAIN AFFLELOU en Espagne. Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin en Suisse et au Portugal.

2007	2009	2011	2013	2014	2015	2016
Création de la Fondation ALAIN AFFLELOU (en Espagne). Ouverture du 200 <sup>e</sup> magasin à l'étranger. Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin à Abidjan en Côte d'Ivoire.	1 000 <sup>e</sup> magasin dans le monde. Lancement de l'offre NextYear.	Lancement de l'enseigne ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN (Aides auditives).	Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin ALAIN AFFLELOU en Algérie.	Lancement de la marque AFFLELOU Paris pour la collection de lunettes. Collaboration internationale avec Sharon Stone pour des campagnes publicitaires exclusives.	ALAIN AFFLELOU OPTICO célèbre son 300 <sup>e</sup> magasin espagnol. Acquisition du groupe Optical Discount en France.	Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin ALAIN AFFLELOU en Chine (Chongqing) et au Sénégal (Dakar). Acquisition d'un spécialiste du commerce de produits d'optique en ligne : www.malentille.com

2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin ALAIN AFFLELOU au Burkina Faso et à l'île Maurice.	Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin ALAIN AFFLELOU à Bogota, en Colombie.	Lancement de MAGIC, une collection de lunettes innovante avec des clips aimantés, soutenue par une campagne médiatique à 360°. ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN (Aides auditives) célèbre son 300 <sup>e</sup> point de vente. Ouverture du 1 <sup>er</sup> magasin ALAIN AFFLELOU au Koweït et au Liban (Beyrouth).	Lancement de la collection de lunettes de soleil écoresponsable H2O, dont les montures sont fabriquées à partir de bouteilles recyclées.	Structuration de la démarche RSE.	Consultation des parties prenantes et analyse de double matérialité. Adhésion du Groupe au Global Compact. Publication du 1 <sup>er</sup> Rapport RSE Groupe volontaire.

2023	2024
Participation au Programme PLD+B. Réalisation du 1 <sup>er</sup> Bilan Carbone Groupe.	Création du réseau interne de Référents RSE pour le déploiement de la Feuille de Route RSE Groupe.



# IDENTITÉ DU GROUPE AFFLELOU

La raison d'être du Groupe AFFLELOU est de construire un monde sans barrières où chacun se sent bien. C'est avec cette promesse que le Groupe innove dans le monde de l'optique depuis 50 ans et défend fermement deux idées : 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, le réseau totalise 1 456 magasins à travers le monde. Les équipes du Groupe AFFLELOU se composent de plus de 1 390 femmes et hommes qualifiés (sièges et magasins succursales), travaillant main dans la main avec plus de 770 propriétaires de magasins franchisés.

Au 31 juillet 2024



20 PAYS



1 456 MAGASINS  
(succursales & franchisés)

DONT 1 342 MAGASINS D'OPTIQUE  
ET 114 CENTRES SPÉCIFIQUES D'AIDES AUDITIVES



584 POINTS DE VENTE D'AIDES AUDITIVES



PLUS DE 770 PROPRIÉTAIRES DE MAGASINS FRANCHISÉS



389 COLLABORATEURS  
DANS LES BUREAUX

1 006 COLLABORATEURS  
AU SEIN DES MAGASINS SUCCURSALES

PLUS DE 5 600 PERSONNES EMPLOYÉES  
SUR L'ENSEMBLE DU RÉSEAU  
(magasins succursales et franchisés)



PLUS DE 1 MD€ DE VENTES TOTALES  
AU SEIN DU RÉSEAU  
(magasins succursales et franchisés)  
sur l'exercice clôturé au 31 juillet 2024

L'innovation a toujours été au cœur de l'identité du Groupe AFFLELOU. Inspirées par son fondateur, les équipes sont portées par la remise en question et l'exploration de nouvelles façons de faire pour se perfectionner à tous les niveaux. L'entrepreneuriat faisant partie de l'ADN du Groupe, les directions des ressources humaines mettent également tout en œuvre pour attirer de nouveaux talents qui deviendront les futurs collaborateurs et/ou franchisés.

Chaque innovation - produit, offre ou concept - est conçue pour répondre aux besoins et aux problématiques rencontrées par les clients finaux. Le Groupe oriente ardemment ses 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 la démarche du Groupe.

## VISION ET VALEURS

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

Le Groupe AFFLELOU s'efforce 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 les clients sont pleinement intégrés et s'émancipent des préjugés et des complications. Le Groupe souhaite également être une entreprise à l'avant-garde de l'innovation dans les domaines de la vision et de l'audition. Tout ce qui est fait chez le Groupe AFFLELOU vise à soutenir les équipes et à améliorer le bien-être des clients.

Le Groupe souhaite être reconnu comme une marque inspirante et utile, qui fait une réelle différence dans la vie quotidienne des 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).

## VALEURS

La vision et la mission du Groupe AFFLELOU sont fondées sur 4 valeurs essentielles :

- Le respect envers les collaborateurs, les franchisés, les clients et les fournisseurs
- La confiance pour inspirer et favoriser le travail d'équipe
- L'engagement pour appliquer les convictions avec force et courage
- La passion de l'innovation pour trouver des solutions nouvelles qui aident à mieux voir et entendre



## COMPORTEMENTS FONDAMENTAUX

Sur la base de ces valeurs, le Groupe a identifié les comportements associés qu'il promeut activement en interne et qu'il partage avec ses partenaires commerciaux :

- Faire preuve d'éthique, d'intégrité, de respect, d'engagement, de professionnalisme au quotidien, autant d'atouts qui renforcent l'image et la notoriété du Groupe ;
- Créer un environnement basé sur le partenariat et la confiance ;
- Promouvoir le dialogue, le partage et l'écoute ;
- Rechercher des solutions agiles, originales et de qualité pour répondre aux besoins des clients ;
- Rechercher sans cesse l'innovation et les opportunités, en mettant en œuvre de nouvelles technologies et façons de travailler ;
- S'adapter rapidement aux changements et aux exigences professionnelles ;
- Assurer une cohérence dans les discours et les actions.

## MISSION

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



## VISION

Permettre à chacun de vivre sa vie sans contraintes pour profiter de chaque instant

## UN RÉSEAU BIEN ÉTABLI DISPOSANT D'UNE PRÉSENCE INTERNATIONALE

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 1 456 magasins de produits optiques et acoustiques dans 20 pays. Au 31 juillet 2024, 63 % des magasins (succursales et franchisés) étaient situés en France et 26 % en Espagne, le deuxième pays dans lequel le Groupe possède le plus grand nombre de magasins. Les magasins succursales sont situés uniquement en France, en Espagne et au Portugal à fin juillet 2024.

NOMBRE DE MAGASINS (OPTIQUE & AUDIO) <sup>2</sup>	FRANCE <sup>3</sup>	ESPAGNE	AUTRES PAYS	TOTAL
MAGASINS FRANCHISÉS	849	285	153	<b>1 287</b>
MAGASINS SUCCURSALES	70	92	7	<b>169</b>
<b>TOTAL</b>	<b>919</b>	<b>377</b>	<b>160</b>	<b>1 456</b>

En Europe, le Groupe AFFLELOU opère dans les pays suivants : France, Espagne, Andorre, Belgique, Luxembourg, Suisse, Portugal, Géorgie, Arménie. Le Groupe AFFLELOU a également étendu sa présence internationale sur les cinq continents et opère aujourd'hui dans les régions suivantes : Afrique (Algérie, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Gabon, Île Maurice, Maroc, Sénégal, Mayotte, Réunion), Moyen-Orient (Emirats Arabes Unis, Koweït, Liban), Amérique du Sud (Colombie, Guyane française), Océanie (Nouvelle-Calédonie, Polynésie française) et aux Antilles (Martinique, Guadeloupe).



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 le 2<sup>nd</sup> en Espagne en termes de notoriété de la marque



**20** PAYS



**1 456** MAGASINS (succursales et franchisés)

dont **88%** de magasins franchisés et **12%** de magasins succursales

<sup>2</sup> Y compris ALAIN AFFLELOU OPTICIEN et ALAIN AFFLELOU ACOUSTICIEN

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

## ACTIVITÉS, PRODUITS & 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. Des collections sont proposées en utilisant le savoir-faire et l'expertise d'opticien du Groupe. L'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 aux processus innovants.

La gamme de produits comprend des montures, des verres, des lunettes de soleil, des lentilles de contact et des produits de soins oculaires. Le Groupe fournit également des conseils professionnels aux clients pour leur santé et leur 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 des 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



Aides auditives



# ALAIN AFFLELOU

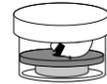
## Acousticien

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. Les clients peuvent prendre rendez-vous avec les 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).

La gamme de produits comprend des appareils auditifs et des produits de soins connexes. Le Groupe fournit également des conseils professionnels aux clients pour leur santé et leur confort auditif, 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).



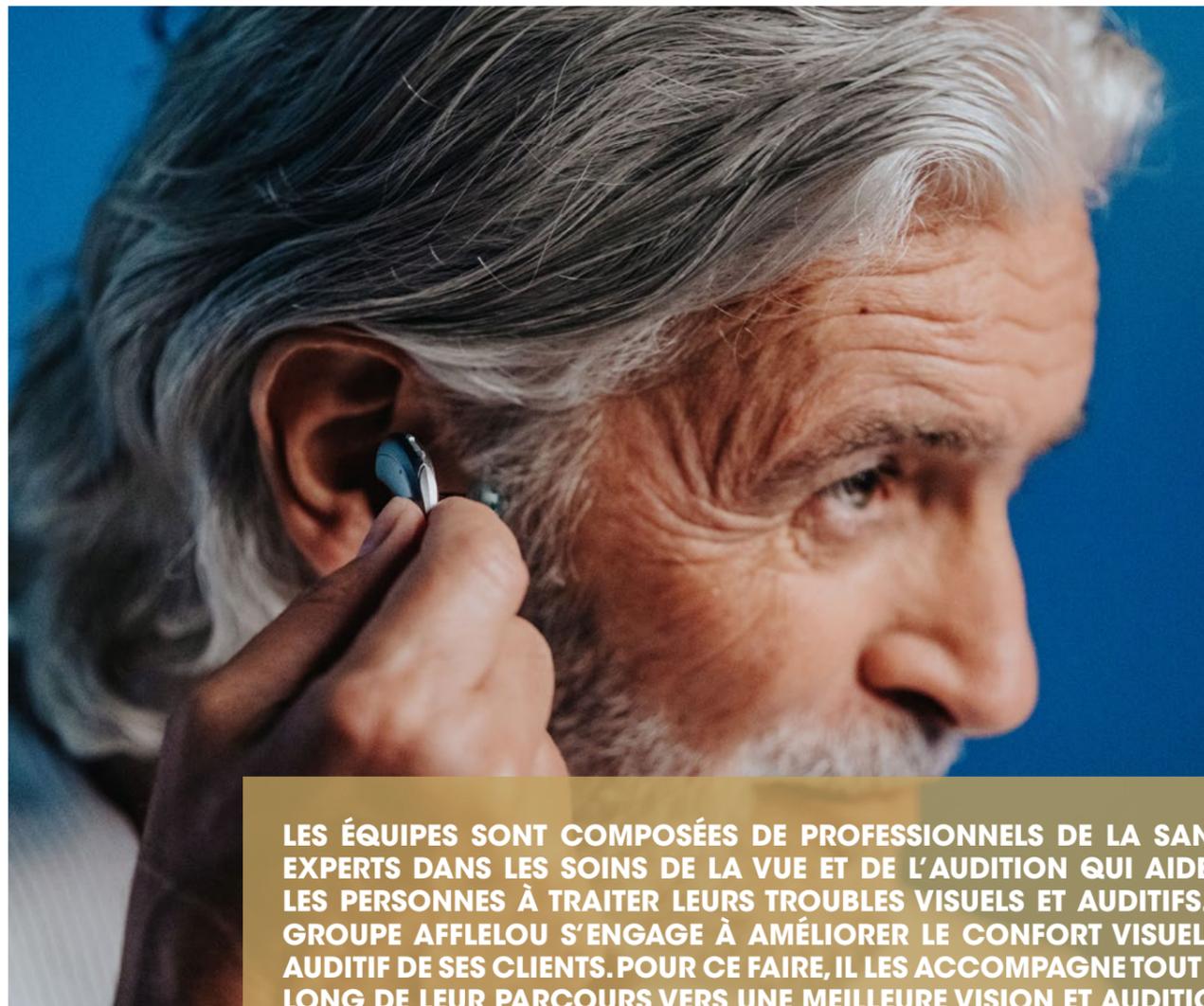
Aides  
auditives



Produits  
d'entretien



Services  
et conseils  
connexes



**LES 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. LE GROUPE AFFLELOU S'ENGAGE À AMÉLIORER LE CONFORT VISUEL ET AUDITIF DE SES CLIENTS. POUR CE FAIRE, IL LES ACCOMPAGNE TOUT AU LONG DE LEUR PARCOURS VERS UNE MEILLEURE VISION ET AUDITION.**

### Modèle de franchises et 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 exploitées par les équipes du Groupe 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 du Groupe 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 2024, les magasins franchisés représentent 88 % du nombre total de magasins, soit plus de 770 propriétaires franchisés et plus de 5 600 personnes employées au sein du réseau (magasins franchisés et succursales).

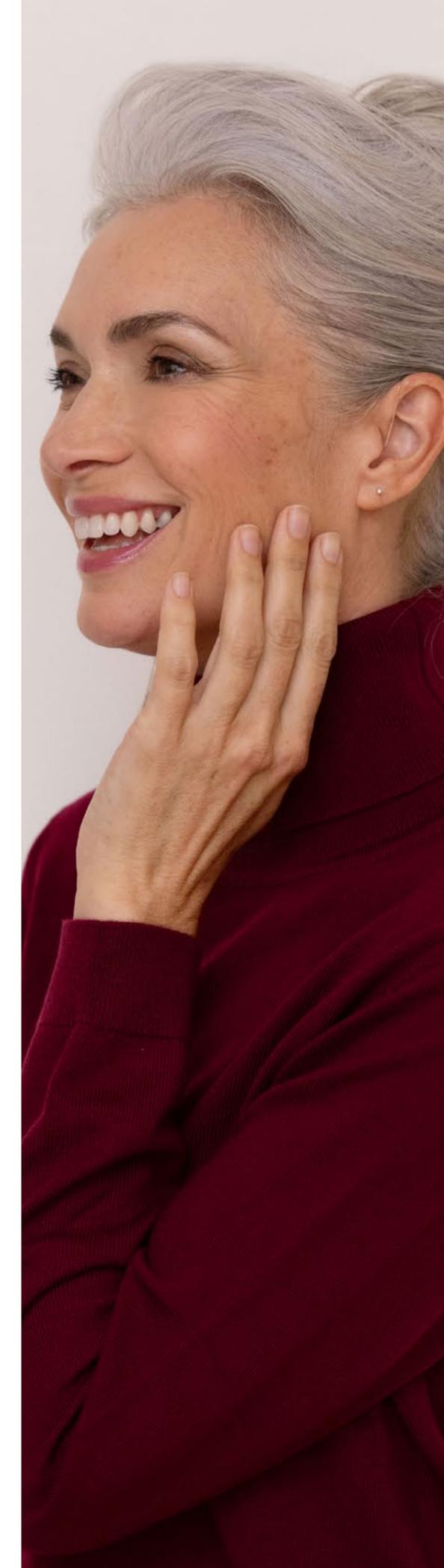
### Produits de marque propre ALAIN AFFLELOU et contrats de licence

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 2024, les produits de marque ALAIN AFFLELOU (optique) ont représenté 37 % des achats effectués par les magasins du réseau. Sur cette même période, environ 2,7 millions de montures et paires de lunettes de soleil de la marque ALAIN AFFLELOU ont été commercialisées.



**LES PRODUITS DE MARQUE ALAIN AFFLELOU REPRÉSENTENT 37 % DES ACHATS DES MAGASINS AU SEIN DU GROUPE, ET CELLES D'AUTRES MARQUES 63 % (POUR LA CATÉGORIE OPTIQUE).**



# MODÈLE D'AFFAIRES DU GROUPE AFFLELOU

## ATOUTS ET RESSOURCES

GOUVERNANCE

**1972** : ouverture du 1<sup>er</sup> magasin par **Monsieur Alain Afflelou**  
**1978** : création du **modèle de franchise** ALAIN AFFLELOU  
 2 actionnaires stables (Société de Monsieur Afflelou, LION CAPITAL)  
**RSE** : 1 Comité de Pilotage, 30 Référents (France et Espagne)

TALENTS

**GROUPE**  
**389** collaborateurs dans les structures centrales  
**1 006** collaborateurs au sein des magasins succursales  
**70 %** de femmes dans l'effectif global  
**FRANCHISÉS**  
**+ 770** propriétaires de magasins franchisés  
**+ 4 600** personnes employées dans les magasins franchisés

RÉSEAU DE MAGASINS

**1 456 magasins** (169 magasins succursales, 1 287 magasins franchisés) dont 1 342 magasins d'optique et 114 centres spécifiques d'aides auditives ; 584 points de vente audio au total  
**20 pays** (63 % des magasins en France, 26 % en Espagne)  
**1<sup>er</sup> réseau de franchises de produits d'optique en France** (nombre de magasins et chiffre d'affaires)  
**1<sup>ère</sup> enseigne de franchiseur optique et audio en Espagne** (nombre de magasins)

POLITIQUE COMMERCIALE & COMMUNICATION

**1<sup>er</sup> opticien en notoriété en France et 2<sup>nd</sup> en Espagne**  
 3 offres emblématiques :

**MAGIC AFFLELOU** **nextyear AFFLELOU** **TchinTchin**

**37 %** des achats totaux réalisés par les magasins pour les produits de marque ALAIN AFFLELOU, **63 %** pour les autres marques (catégorie optique)

SITUATION ÉCONOMIQUE & FINANCIÈRE

**+ 1 Md€** de ventes totales au sein du réseau de magasins  
**250 M€** de capitaux propres

RESSOURCES NATURELLES

Empreinte carbone calculée annuellement (consommation de matières premières, d'énergie, d'eau, etc.)

## MISSION & FEUILLE DE ROUTE RSE GROUPE AFFLELOU

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

6 PILIERS & 14 ENGAGEMENTS | 5 ODD PRIORITAIRES

**GOUVERNANCE & ÉTHIQUE** 

Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise  
 Intégrer l'éthique dans nos pratiques et relations avec les parties prenantes

**SALARIÉS** 

Attirer et fidéliser les talents  
 Accompagner le développement de nos talents  
 Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion  
 Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés

**FRANCHISÉS** 

Soutenir le développement responsable de notre réseau de franchise

**CLIENTS & SOCIÉTÉ** 

Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client  
 Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre  
 Sensibiliser nos clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive

**ENVIRONNEMENT**   


Réduire l'empreinte carbone de nos activités et notre chaîne de valeur  
 Limiter l'impact environnemental de nos produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie

**FOURNISSEURS & PRODUITS**   


Garantir la qualité et la sécurité de nos produits et services  
 Développer des relations responsables avec nos fournisseurs

**ALAIN AFFLELOU**  
 Opticien et Acousticien



## CRÉATION & PARTAGE DE VALEUR POUR LES PARTIES PRENANTES

**100 %** des membres du CODIR sensibilisés à la RSE  
**100 %** des collaborateurs soumis au Code de Conduite Ethique Groupe

**65 %** de l'effectif global ayant reçu au moins une formation dans l'année  
**87,6 %** de l'effectif en CDI (taux moyen)

**1<sup>ère</sup> place du Palmarès des Meilleures Franchises 2024** (catégorie Santé, selon l'enquête de l'Institut de la Qualité IAQ et du magazine LE FIGARO)  
**Prix européen de la franchise** en tant que franchiseur de l'année 2024 (Fédération Européenne de la Franchise)  
**180** magasins franchisés ont bénéficié du programme Adelante (France, Espagne et Belgique) depuis le début du programme

**Net Promoter Scores (NPS)**  
 France - Optique : **81 /100** ; France - Audio : **90 /100**  
 Espagne - Optique : **86 /100** ; Espagne - Audio : **91 /100**  
**+150** magasins proposant la téléophtalmologie aujourd'hui en France  
**Plus de 1,6 millions** de clients optique ont profité de l'offre Tchin Tchin en 2024  
**41 300** dossiers NextYear réalisés en France et **55 770** dossiers en Espagne en 2024

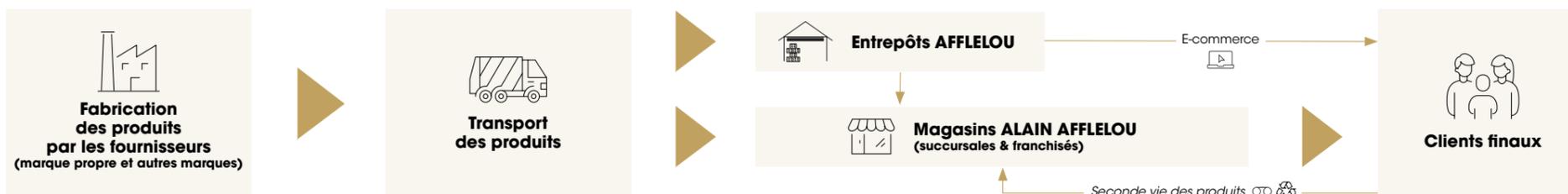
**+ 214 000** examens de la vue et **+ 126 000** lunettes distribuées lors de la campagne scolaire pour la santé visuelle depuis le début du programme  
**+ 7 200** examens de la vue effectués et **+ 9 440** lunettes de vue et de soleil fournies dans le cadre de l'initiative *Desierto de los Niños* depuis 2012  
**+ 1 490** personnes ont bénéficié de l'initiative *Volviendo a ver* en 2024

**100 %** des montures en plastique de la collection MAGIC Tchin Tchin fabriquées en bioplastique G850  
**32 %** des montures MAGIC et **77 %** des clips MAGIC fabriqués en bioplastique (G850) (au sein des achats totaux)  
**+ 328 000** anciennes lunettes revalorisées en 2024

**99 %** des fournisseurs ont signé la charte éthique en France et le code éthique en Espagne

**100 %** des cartons en matière recyclée certifiée FSC chez les fournisseurs pour le transport des produits de marque propre

## CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT & LOGISTIQUE



# GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

## STRUCTURE DE L'ACTIONNARIAT DU GROUPE



### PRINCIPALES INSTANCES DE GOUVERNANCE

Aujourd'hui, le Comité Exécutif du Groupe (COMEX) est composé des 6 membres suivants :

<b>Anthony AFFLELOU</b> Président du Groupe Afflelou	<b>Afif HADDAR</b> Directeur Général des Ventes (Réseau Optique France)	<b>Eva IVARS</b> Présidente Directrice Générale Alain Afflelou España
<b>Laurent DUQUESNE</b> Directeur Général Finance & Back office	<b>Lionel AFFLELOU</b> Directeur Produits	<b>Sandrine SABOURIN</b> Directrice des Ressources Humaines et Communication interne

Le Groupe AFFLELOU est également doté d'une équipe de direction élargie (ou Comité de Direction - CODIR), regroupant l'ensemble des Directeurs de service du Groupe :

<b>Anthony AFFLELOU</b> Président du Groupe Afflelou	<b>Afif HADDAR</b> Directeur Général des Ventes (Réseau Optique France)	<b>Eva IVARS</b> Présidente Directrice Générale Alain Afflelou España	<b>Laurent DUQUESNE</b> Directeur Général Finance & Back office	<b>Lionel AFFLELOU</b> Directeur Produits
<b>Sandrine SABOURIN</b> Directrice des Ressources Humaines et Communication interne	<b>André VERNEYRE</b> Directeur des opérations financières	<b>Bénédicte CHALUMEAU-VIGNON</b> Directrice de la Communication Groupe	<b>Carole HOGOMMAT</b> Directrice réseau Alain Afflelou Acousticien France	<b>Frédéric FRANCESCHI</b> Directeur juridique
<b>Frédéric LEDUC</b> Directeur International	<b>Laurent AFFLELOU</b> Directeur du développement	<b>Ludovic TASSY</b> Directeur des systèmes d'information	<b>Ricardo SANTIAGO</b> Directeur Réseau Espagne	<b>Thierry BERNIÈRE</b> Directeur Réseau Belgique & Luxembourg

La Société AFFLELOU est administrée par un Conseil d'Administration qui détermine les orientations de l'activité du Groupe et veille à sa 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 du Groupe. Le Conseil d'Administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns.

Au 31 juillet 2024, le Conseil d'Administration du Groupe est composé des membres suivants, dont deux administrateurs indépendants :

<b>Marelle PARTNERS</b> représenté par M <sup>me</sup> Rachel MAROUANI Présidente du Conseil d'Administration	<b>M. Alain AFFLELOU</b> Fondateur du Groupe et membre du Conseil d'Administration	<b>M. Lyndon LEA</b> membre du Conseil d'Administration et l'un des fondateurs de Lion Capital dont il est l'associé directeur	<b>Holding AA OC</b> représentée par Olivier Lazar
<b>M. Fabio D'ANGELANTONIO</b> membre du Conseil d'Administration	<b>M. Mandeep PANESAR</b> membre du Conseil d'Administration, comptable agréé et responsable de la fiscalité chez Lion Capital	<b>M. Amaury Leyre</b> membre du Conseil d'Administration et associé chez Lion Capital LLP	<b>M. Graham Tester</b> membre du Conseil d'Administration, comptable agréé et directeur financier de Lion Capital LLP
<b>La société KA'IVA</b> représentée par Monsieur Alain Delvigne		<b>La Société NALA AFFLELOU BITCO LIMITED</b> représentée par Monsieur Paul Totman	

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.

### AUTRES COMITÉS

Le Groupe AFFLELOU a également mis en place les Comités suivants :

<b>Le Comité des Rémunérations</b> a pour mission de donner un avis sur la fixation et l'évolution, dans toutes leurs composantes, des rémunérations des salariés et mandataires sociaux du groupe Afflelou (la Société et ses filiales) dont la rémunération annuelle brute (fixe et variable) est supérieure à 100 000 euros.	<b>Le Comité d'Audit</b> a pour mission notamment de s'assurer de la pertinence et de la permanence des méthodes comptables adoptées pour l'établissement des comptes sociaux et des comptes consolidés, d'examiner et d'apprécier le périmètre de consolidation et d'examiner et de vérifier la pertinence des règles comptables appliquées au groupe constitué de la Société et de ses filiales, d'examiner, avant leur présentation au conseil d'administration de la Société, les comptes sociaux et consolidés, ainsi que les budgets et prévisions ; de contrôler la qualité et le respect des procédures, d'apprécier les informations reçues de la direction, des comités internes à l'entreprise et des audits internes et externes ; de piloter la sélection et le renouvellement des commissaires aux comptes, de formuler un avis sur le montant des honoraires sollicités par ces derniers et de soumettre au Conseil les résultats de ses travaux.	<b>Le Comité stratégique</b> a pour mission de définir les orientations stratégiques du Groupe à 3/5 ans, notamment organisationnelles chiffrées, quantitatives, qualitatives et d'en prioriser les objectifs, ainsi que d'examiner et de valider avant sa présentation au Conseil d'Administration de la Société, le plan stratégique du Groupe. Le Comité émet également des propositions, recommandations ou avis en vue de concourir à la préparation des décisions du conseil d'administration de la Société en matière stratégique.
--	---	--

**RAPPORT RSE  
2024**

**#1  
Gouvernance  
& Éthique**



# GOUVERNANCE & ÉTHIQUE

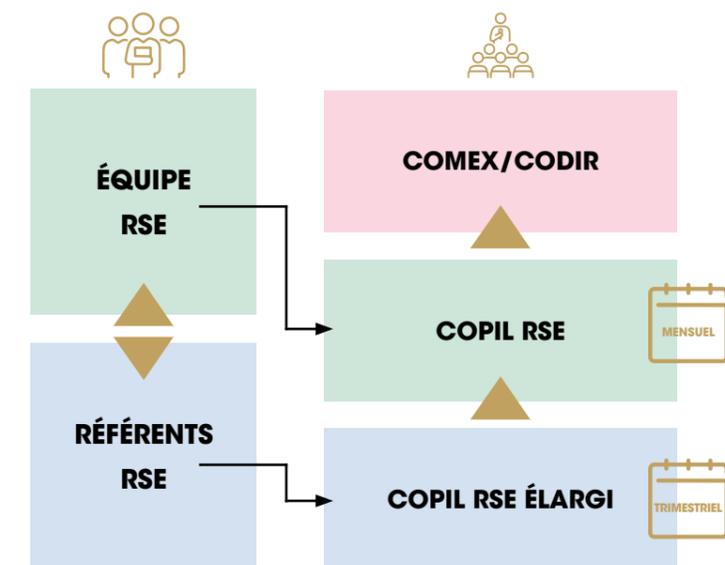
La RSE est une démarche intégrée à la stratégie globale de l'entreprise et transversale au niveau des différentes activités et entités du Groupe AFFLELOU. Dans ce contexte, les différents enjeux RSE sont gérés quotidiennement par chaque fonction et/ou service clé du Groupe (Ressources Humaines, Produits, 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, le Groupe s'est notamment doté d'un programme de gestion de la conformité en matière de prévention, gestion et contrôle des risques opérationnels et juridiques.



# INTÉGRER LA RSE À LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE

GOUVERNANCE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ



**LE COPIL RSE SE REUNIT CHAQUE MOIS & LE COPIL RSE ELARGI SE REUNIT CHAQUE TRIMESTRE**

Le Comité de Pilotage RSE Groupe (COPIL RSE) se compose aujourd'hui 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. Le rôle principal du COPIL RSE est de définir la Feuille de route RSE Groupe, piloter son déploiement et garantir son exécution, ainsi que d'en assurer le suivi au travers d'un reporting RSE consolidé, ainsi que d'en rendre compte auprès d'instances internes (COMEX et CODIR) et de parties prenantes externes. D'autres rôles et domaines d'expertises spécifiques ont été définis au sein de ce Comité afin d'assurer la coordination des travaux et le pilotage de la démarche RSE.

L'équipe RSE pilote le déploiement de la Feuille de route RSE Groupe et l'ensemble des initiatives afférentes, en lien avec les autres départements du Groupe. L'équipe RSE coordonne et consolide également le reporting RSE à l'échelle du Groupe.

Des Référents RSE ont également été identifiés en France et en Espagne, au sein de chaque service clé du Groupe, afin d'assurer le déploiement opérationnel des plans d'actions issus de la Feuille de route RSE Groupe et d'atteindre les objectifs fixés. Premier point de contact privilégié de l'équipe RSE, ils participent activement aux groupes de travail RSE thématiques pour faire avancer les différents chantiers prioritaires et contribuent au reporting extra-financier. Les Référents RSE participent également chaque trimestre au Comité de Pilotage RSE élargi.

**PRÈS DE 30 RÉFÉRENTS RSE EN FRANCE ET EN ESPAGNE**



**SENSIBILISATION INTERNE**

- Une newsletter RSE trimestrielle est publiée en interne en France et en Espagne
- Une présentation RSE est réalisée pour tous les nouveaux collaborateurs en France et en Espagne
- Une rubrique et une newsletter RSE sont disponibles sur l'intranet du réseau de magasins succursales et franchisés

**EN 2024, LA FILIALE ESPAGNOLE DU GROUPE A ÉTÉ RÉCOMPENSÉE DU « PRIX DE L'ESPRIT D'ENTREPRISE » DE LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANCO-ESPAGNOLE DANS LA CATÉGORIE « DURABILITÉ ». EVA IVARS, PDG D'ALAIN AFFLELOU ESPAGNE, A REÇU LE PRIX DUX DE CANAL CEO AWARDS DANS LA CATÉGORIE DES PDG POUR LA DURABILITÉ, QUI RÉCOMPENSE L'ENGAGEMENT DES DIRIGEANTS EN FAVEUR DE LA RSE.**

**DIALOGUE AVEC LES 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 des processus décisionnels et la mise en œuvre de pratiques plus vertueuses. L'identification des parties prenantes impliquées dans les activités et la sphère d'influence du Groupe, la compréhension de leurs intérêts et attentes ainsi que le maintien d'un dialogue actif avec elles sont essentiels pour mener les activités et continuer à renforcer les efforts en matière de développement d'un modèle plus durable.

Dans ce contexte, les principales catégories de parties prenantes internes et externes ont été identifiées, 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**

Direction	Salariés du Groupe AFFLELOU	Syndicats et représentants des salariés	Actionnaires et investisseurs du Groupe AFFLELOU
Réseau de magasins franchisés et propriétaires franchisés	Patients et consommateurs	Fournisseurs et sous-traitants	Communautés locales et élus locaux
<b>Type de partie prenante</b>			
Social	Finance	Chaîne de valeur	Société civile

**Analyse de double matérialité**

Afin d'identifier les enjeux prioritaires du Groupe 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 réalisé en 2022 une analyse de double matérialité. Cette étude a permis de définir la Feuille de route RSE 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 des activités du Groupe 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.



**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.

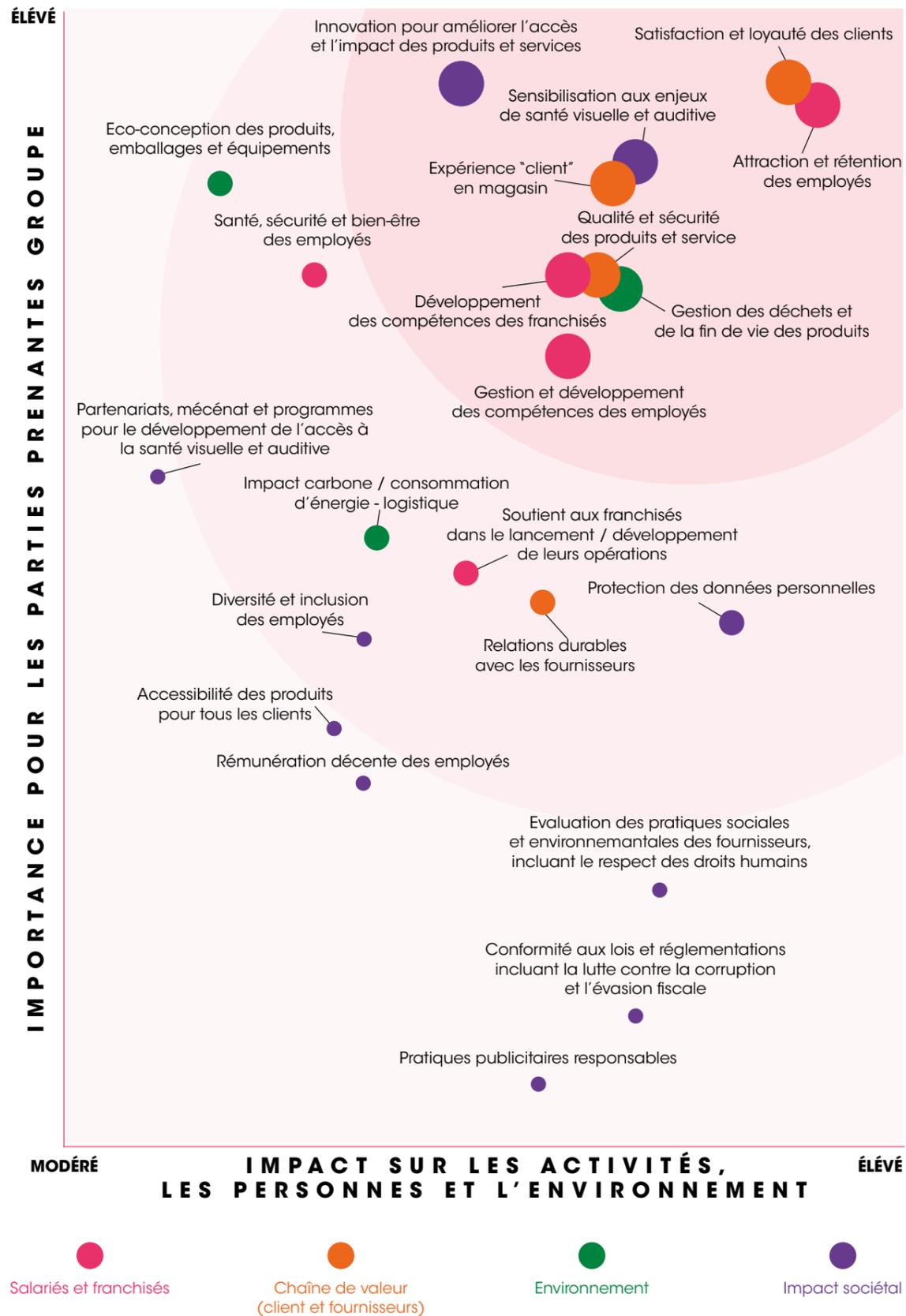
**ÉTAPE 4**

**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.

Matrice de matérialité



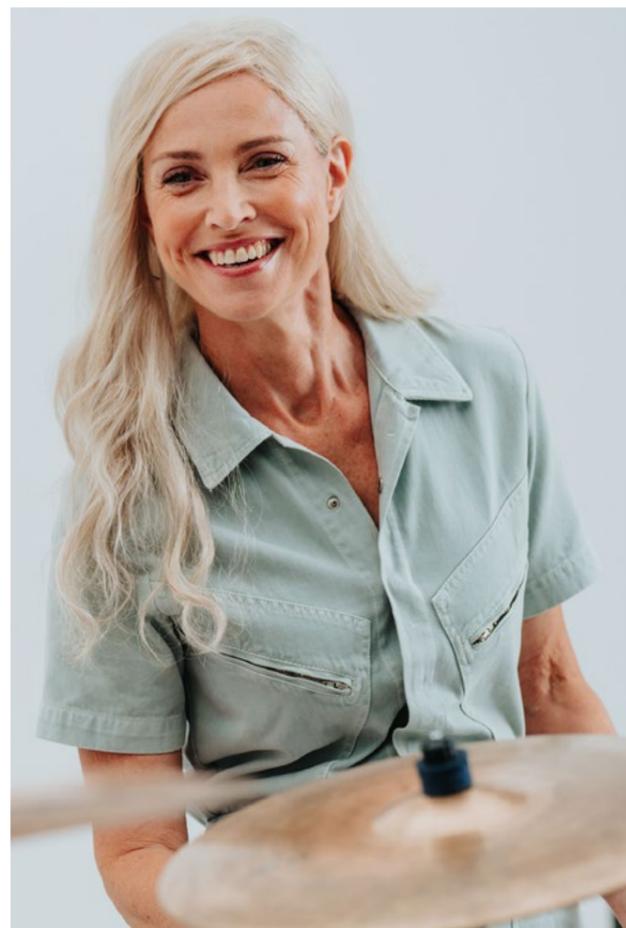
La matrice de matérialité du Groupe AFFLELOU dégage, selon la double analyse de matérialité, 9 enjeux prioritaires représentant les attentes des parties prenantes et leur analyse d'impact, et 7 enjeux matériels supplémentaires représentant les impacts critiques sur l'entreprise, les personnes et l'environnement.

FEUILLE DE ROUTE RSE GROUPE

Sur la base des résultats de l'analyse de matérialité et du modèle d'entreprise, le Groupe AFFLELOU a défini sa Feuille de route RSE, en priorisant et sélectionnant des enjeux, et des plans d'action spécifiques pour atteindre les objectifs fixés. Celle-ci a été construite et validée par le Comité de Direction (CODIR) du Groupe, qui a été sensibilisé aux enjeux RSE lors d'une journée dédiée en 2023, marquée par l'intervention d'un représentant du Global Compact visant notamment à mieux appréhender la contribution du Groupe aux ODD. La mise en œuvre et la supervision de la Feuille de route RSE Groupe revient au Comité de pilotage RSE et aux Référents RSE.

La Feuille de route RSE Groupe 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 (faisant partie intégrante de l'Agenda 2030) :

6 PILIERS STRATÉGIQUES	14 ENGAGEMENTS	CONTRIBUTION PRINCIPALE AUX ODD
<b>GOUVERNANCE &amp; ÉTHIQUE</b>	Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES
	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	
<b>SALARIÉS</b>	Attirer et fidéliser les talents	8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE
	Accompagner le développement des talents	
	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion	
	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	
<b>FRANCHISÉS</b>	Soutenir le développement responsable du réseau de franchise	8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE
<b>CLIENTS &amp; SOCIÉTÉ</b>	Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client	3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE
	Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	
	Sensibiliser les clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	
<b>ENVIRONNEMENT</b>	Réduire l'empreinte carbone des activités et de la chaîne de valeur	13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES
	Limiter l'impact environnemental des produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES
<b>FOURNISSEURS &amp; PRODUITS</b>	Garantir la qualité et la sécurité des produits et services	8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE
	Développer des relations responsables avec les fournisseurs	12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



Ainsi, 5 Objectifs de Développement Durable (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 la volonté du Groupe de continuer à évoluer en tant que marque responsable et d'avoir un impact positif dans tous les pays où il opère. Le Groupe AFFLELOU est conscient qu'en tant qu'entreprise, il doit adapter et transformer son activité pour atténuer son impact sur l'environnement et la société, et concentrer ses ressources et ses efforts sur la création de valeur, contribuant ainsi à relever les défis auxquels il est confronté.



Les engagements de la Feuille de route RSE Groupe sont déclinés en objectifs prioritaires à horizon 2026, dont la progression est mesurée annuellement au niveau des deux filiales principales (France et Espagne) :

GOUVERNANCE & ÉTHIQUE					
ENGAGEMENTS	INDICATEURS DE PERFORMANCE		OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (exercice fiscal FY26)	VALEURS AU 31/07/2024 (exercice fiscal FY24)	VALEURS AU 31/07/2023 (exercice fiscal FY23)
INTÉGRER LA RSE À LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE	Part des membres du CODIR sensibilisés à la RSE	%	100 %	100 %	100 %
	Part des membres du CODIR bénéficiant d'une rémunération variable soumise à des critères/objectifs RSE	%	100 %	Mise en place prévue sur FY25	-
	Part des Référents RSE possédant des objectifs RSE individuels annuels	%	100 %	Mise en place prévue sur FY25	-
INTÉGRER L'ÉTHIQUE DANS LES PRATIQUES ET RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES	Pourcentage des salariés soumis au Code de Conduite Éthique du Groupe AFFLELOU	%	100 %	100 %	100 %
	Pourcentage des salariés sensibilisés aux enjeux éthiques et à la protection des données personnelles	%	100 %	100 %	100 %

**SALARIÉS**

ENGAGEMENTS	INDICATEURS DE PERFORMANCE		OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (exercice fiscal FY26)	VALEURS AU 31/07/2024 (exercice fiscal FY24)	VALEURS AU 31/07/2023 (exercice fiscal FY23)
ATTIRER ET FIDÉLISER LES TALENTS	Taux de turnover du personnel	%	< 15 %	14,7 %	12 %
	Taux moyen de l'effectif en CDI	%	> 85 %	87,6 %	89 %
	Ancienneté moyenne de l'effectif global	années	entre 6 et 8 ans	7,2	7,2
ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS TALENTS	Part de l'effectif global ayant reçu au moins une formation dans l'année	%	> 70 %	65 %	-
LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET FAVORISER LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION	Part des femmes au sein de l'effectif global	%	entre 50 % et 60 %	69 %	69 %
	Part des femmes au sein du CODIR Groupe	%	> 40 %	31 %	25 %
	Âge moyen de l'effectif global	années	entre 36 et 38 ans	37,6	37,2
	Part des collaborateurs +50 ans dans l'effectif global	%	> 15 %	15,3 %	14,8 %
FAVORISER UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL DE QUALITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS	Taux de participation des collaborateurs à l'enquête annuelle d'engagement	%	> 50 %	78 % en Espagne En cours en France	57 % en Espagne -

FRANCHISÉS					
ENGAGEMENTS	INDICATEURS DE PERFORMANCE		OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (exercice fiscal FY26)	VALEURS AU 31/07/2024 (exercice fiscal FY24)	VALEURS AU 31/07/2023 (exercice fiscal FY23)
SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE DU RÉSEAU DE FRANCHISE	Nombre de magasins franchisés bénéficiant du programme d'entrepreneuriat et de financement ADELANTE (France et Espagne)	%	Nombre moyen par an	35	15
	Satisfaction globale des franchisés	%	Indicateur et objectif en cours de définition	En cours	-
CLIENTS & SOCIÉTÉ					
ENGAGEMENTS	INDICATEURS DE PERFORMANCE		OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (exercice fiscal FY26)	VALEURS AU 31/07/2024 (exercice fiscal FY24)	VALEURS AU 31/07/2023 (exercice fiscal FY23)
AGIR AU QUOTIDIEN POUR AMÉLIORER LA SATISFACTION ET L'EXPÉRIENCE CLIENT	Score NPS clients	/ 100	≥ 80/100	France Optique : 81 /100 France Audio : 90 /100 Espagne Optique : 86 /100 Espagne Audio : 91 /100	France Optique : 78/100 France Audio : 83/100 Espagne Optique : 86/100 Espagne Audio : 91/100
	Score moyen des avis Google portant sur les magasins (Optique & Audio)	/ 5	≥ 4,5 / 5	4,7 / 5 pour la France 4,9 / 5 pour l'Espagne	4,6 / 5 pour la France 4,8 / 5 pour l'Espagne
PROPOSER DES PRODUITS ET SERVICES INNOVANTS ET ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE	Nombre de magasins en France proposant le service de téléophtalmologie	Nombre	200	136 magasins en France	100 magasins en France
	Nombre de magasins en France proposant le service de téléophtalmologie localisés dans des déserts médicaux*	Nombre	80	62	-
SENSIBILISER LES CLIENTS ET LA SOCIÉTÉ AUX ENJEUX DE SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE	Au moins une campagne par pays et par an (campagne scolaire pour la santé visuelle)	Nombre	Au moins une par an	10 770 examens de la vue + 5 400 lunettes distribuées	+ 11 000 examens de la vue + 5 000 lunettes distribuées
	Au moins une action solidaire par pays et par an	Nombre	Au moins une par an	370 examens de la vue effectués et 348 lunettes correctrices fournies dans le cadre de l'initiative Desierto de los Niños + 328 000 lunettes revalorisées grâce aux initiatives Medico (303 000 en France) et Lions Club International (+ 25 000 en Espagne) + 1 490 personnes ont bénéficié de l'initiative Volviendo a ver	1 150 examens de la vue effectués et 922 lunettes correctrices fournies dans le cadre de l'initiative Desierto de los Niños +152 000 lunettes revalorisées grâce aux initiatives Medico (125 000 en France) et Lions Club International (27 000 en Espagne) +1 200 personnes ont bénéficié de l'initiative Volviendo a ver

\*Tout département français comptant moins de 7 ophtalmologistes pour 100 000 habitants. \*\* Sur l'exercice fiscal FY23, deux campagnes avaient été exceptionnellement menées dans le cadre de l'initiative Desierto de los Niños, afin de compenser le report des actions dans le contexte de la pandémie COVID19.

**ENVIRONNEMENT**

ENGAGEMENTS	INDICATEURS DE PERFORMANCE	OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (exercice fiscal FY26)	VALEURS AU 31/07/2024 (exercice fiscal FY24)	VALEURS AU 31/07/2023 (exercice fiscal FY23)
<b>RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DES ACTIVITÉS ET DE LA CHAÎNE DE VALEUR</b>	Engagements de réduction des émissions à court terme, en accord avec la méthodologie SBTi	Objectif en cours de définition, prévu pour FY25	En cours	-
<b>LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES PRODUITS ET EMBALLAGES SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE</b>	Valorisation des produits (seconde vie)	Indicateur et objectif en cours de définition	En cours	-
	Pourcentage de produits de marque propre ALAIN AFFLELOU étant "éco-conçus"	Objectif en cours de définition	32 % des montures MAGIC et 77 % des clips MAGIC sont fabriqués en bioplastique (G850) (au sein des achats totaux)	35 % des montures MAGIC et 87 % des clips MAGIC sont fabriqués en bioplastique (G850) (au sein des achats totaux)

**FOURNISSEURS & PRODUITS**

ENGAGEMENTS	INDICATEURS DE PERFORMANCE	OBJECTIFS PRIORITAIRES AU 31/07/2026 (exercice fiscal FY26)	VALEURS AU 31/07/2024 (exercice fiscal FY24)	VALEURS AU 31/07/2023 (exercice fiscal FY23)
<b>GARANTIR LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DES PRODUITS ET SERVICES</b>	Indicateur et objectif en cours de définition	Indicateur et objectif en cours de définition	En cours	-
<b>DÉVELOPPER DES RELATIONS RESPONSABLES AVEC LES FOURNISSEURS</b>	Pourcentage de fournisseurs ayant signé la charte Achats Responsables du Groupe AFFLELOU	> 90%	99 % des fournisseurs ont signé la charte éthique en France 99 % des fournisseurs ont signé le code éthique en Espagne	99 % des fournisseurs ont signé la charte éthique en France 99 % des fournisseurs ont signé le code éthique en Espagne

**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.



Le Pacte Mondial des Nations Unies (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 DES NATIONS UNIES DEPUIS JUILLET 2022, ET PUBLIE ANNUELLEMENT SA COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS RELATIVE À SON ALIGNEMENT AVEC LES 10 PRINCIPES 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 AUX ACTIVITÉS DU GROUPE, ALIGNÉES SUR LES OBJECTIFS ÉNONCÉS DANS LES ODD. LE GROUPE AFFLELOU SOUHAITE AINSI RENFORCER L'IMPACT DE SES ACTIONS TOUT AU LONG DE SA CHAÎNE DE VALEUR, CONSCIENTS DE L'IMPORTANCE DE FAIRE SA PART POUR PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT ET S'ENGAGER EN FAVEUR DE LA SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE.**

**POUR VISUALISER LA DERNIÈRE COMMUNICATION DES PROGRÈS (COP) DU GROUPE AFFLELOU**

**CLIQUEZ ICI**



PROGRAMME PARIS LA DÉFENSE CAN B (PLD+B)



En juillet 2023, Paris La Défense devient le premier territoire français à rejoindre *Cities Can B*, un mouvement mondial réunissant acteurs publics et privés ayant pour objectif de penser et mettre en œuvre une transition écologique et sociale à l'échelle d'un territoire. En s'appuyant sur la dynamique B Corp, le réseau international *Cities Can B* mobilise et fédère ainsi tous les acteurs des territoires (publics, privés, associatifs, citoyens, etc.) dans une démarche de progrès contribuant aux 17 objectifs de développement durable de l'ONU.

Le programme *Paris La Défense Can B* a pour objectif de créer une communauté territoriale d'acteurs engagés dans la transition du quartier. Il vise à diffuser la culture de la responsabilité sociale et environnementale, à encourager l'émergence de nouvelles formes de collaboration, de partenariats et d'innovations pour coconstruire un territoire plus résilient et plus durable.

Dans le cadre de sa démarche RSE et compte tenu de son implantation dans le quartier de La Défense, le Groupe AFFLELOU a naturellement rejoint la première promotion du programme *Paris La Défense Can B*, auprès d'autres entreprises, et a participé à plusieurs ateliers thématiques pendant six mois, avec pour principaux objectifs : le partage d'expérience et de bonnes pratiques de durabilité, l'évaluation et l'évolution de sa démarche RSE, et la contribution à un impact territorial positif.

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

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risques de corruption et conflits d'intérêts</li> <li>• Risques sur la sécurité des données personnelles</li> <li>• Risques cybersécurité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confiance renforcée auprès des partenaires commerciaux</li> <li>• Sensibilisation des équipes sur le dispositif d'alerte et la prévention des situations à risque</li> </ul>



GESTION DE LA CONFORMITÉ



POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Le Groupe AFFLELOU s'engage à conduire ses activités de façon saine et intègre, articulées autour d'une tolérance zéro vis-à-vis des actes de corruption et de trafic d'influence dans l'ensemble du Groupe. Le Groupe considère que la conformité est une exigence incontournable et s'engage activement dans une lutte contre la corruption et la fraude dans tous les pays où il intervient et dans toutes ses relations avec ses partenaires commerciaux. Le Groupe AFFLELOU est attaché au respect des normes éthiques les plus strictes et à l'observation d'un comportement concurrentiel juste. Il n'en attend pas moins de ses collaborateurs et ses partenaires commerciaux. Son activité est régie par un ensemble de principes, de valeurs synthétisées dans son Code de Conduite à destination de ses collaborateurs et dans sa Charte Ethique vis à vis de ses partenaires.

Afin de s'assurer que les actions de ses collaborateurs soient conformes à la législation en vigueur et aux normes les plus élevées de professionnalisme, d'intégrité et de responsabilité, le Code de Conduite énonce les engagements régissant le comportement du Groupe AFFLELOU et de ses attentes vis à vis de ses collaborateurs dans le cadre de leur activité professionnelle et dans leurs relations entre eux et avec les tiers. Le Code de Conduite est intégré au Règlement Intérieur du Groupe et sa violation peut faire l'objet d'une procédure disciplinaire. Le Code de Conduite est diffusé à chacun des collaborateurs et fait l'objet de webinar de sensibilisation.

Une présentation systématique de la réglementation anti-corruption et trafic d'influence et de ses applications opérationnelles est effectuée lors des séminaires d'intégration pour tous les nouveaux collaborateurs recrutés au sein des équipes du Groupe.

En 2024, une boîte à outils "Réflexes juridiques" a été diffusée à l'ensemble des collaborateurs du Groupe pour les accompagner dans leur activité professionnelle et y consacre une fiche d'application sur les réflexes et comportements à adopter en lien avec le dispositif de conformité du Groupe. Ce support est également remis par les Ressources Humaines à chaque nouvel arrivant.

Soucieux de l'importance de la prévention et de la sensibilisation sur les risques éthiques, une nouvelle campagne de formation e-learning pour l'ensemble des collaborateurs du Groupe a été déployée au cours du dernier trimestre 2024.

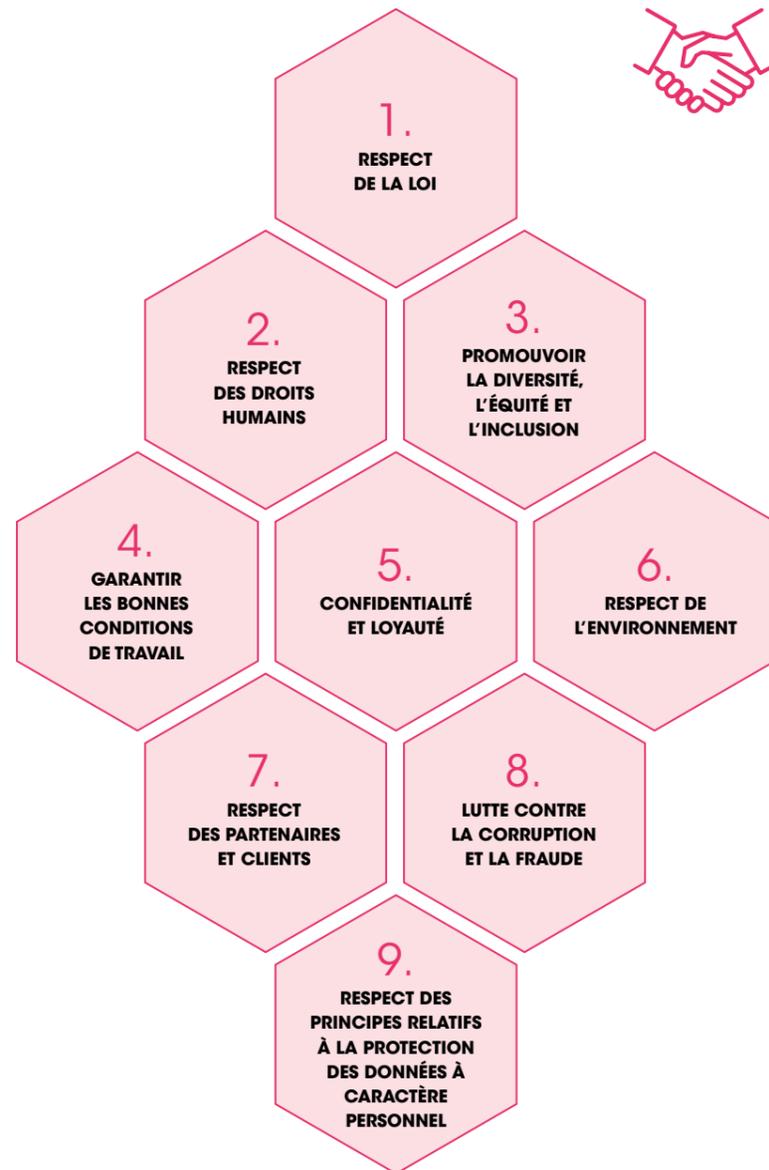
Chaque fonction identifiée comme exposée à des risques de corruption et trafic d'influence participe également à une session de sensibilisation supplémentaire plus approfondie en présenteielle.

En 2024, la direction du Groupe AFFLELOU a également souhaité formaliser son engagement en faveur d'une tolérance zéro en matière de corruption, en intégrant en annexe de son Code de Conduite une Politique de prévention et gestion des conflits d'intérêts ainsi qu'une Politique cadeaux et invitations expliquant aux salariés pourquoi les cadeaux et invitations sont des situations à risques ainsi que les comportements à adapter.

Une Charte Ethique fournisseurs définissant les standards applicables en toute circonstance au sein de la chaîne d'approvisionnement ou de services du Groupe AFFLELOU est remise en vue de son adoption et sa signature par l'ensemble des partenaires afin qu'ils garantissent que les relations commerciales entretenues entre eux et le Groupe soient exemptes de toute pratique illicite.

Dans un objectif de détection, le Groupe AFFLELOU demande également à ses partenaires de remplir un questionnaire de diligence afin d'évaluer leur intégrité. Cette évaluation est conduite sur la base des informations collectées concernant le partenaire, de la diligence du partenaire à fournir ces informations mais également des caractéristiques de la relation du Groupe avec le partenaire.

En 2024, le Groupe AFFLELOU a également formalisé et regroupé ses procédures comptables dans un document unique Piste Audit Fiable.



L'intégrité se vivant au quotidien, le Groupe AFFLELOU a modernisé son dispositif d'alerte en 2024 en recourant à une plateforme externe facilement accessible par les collaborateurs mais également par ses partenaires (franchisés, fournisseurs) permettant de faire remonter, en toute sécurité et confidentialité, les comportements ou les situations qui présenteraient un risque pour le Groupe Afflelou. Les collaborateurs peuvent retrouver la charte de lanceur d'alerte, révisée en 2024, en annexe du Code de conduite.

En France, le Groupe AFFLELOU dispose d'un programme de conformité contre les risques de corruption et de trafic d'influence. Ce programme repose sur une cartographie des risques mise à jour en 2023 et tenant compte des activités et transactions opérationnelles existantes.

Le dispositif de conformité est composé de :

- Mesures de prévention : comprenant un Code de Conduite destiné aux collaborateurs, un dispositif de formation ainsi qu'un processus d'évaluation de l'intégrité des tiers
- Mesures de détection : avec un dispositif d'alerte interne sur une plateforme externe sécurisée et confidentielle, ainsi que des procédures de contrôles comptables et de contrôle interne
- Mesures de remédiation : regroupant des mesures correctives, déterminées dans le cadre de l'évaluation interne, et des mesures disciplinaires

En Espagne, un programme de gestion de la conformité est en place, comprenant 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.

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 ce système de conformité, les équipes espagnoles utilisent plusieurs instruments réglementaires internes qui répondent à la nécessité de disposer de systèmes de gestion adéquats, garantissant la transparence et la légalité des relations commerciales. Les politiques et outils de gestion suivants sont actuellement approuvés et en vigueur :

<b>Politique de conformité pénale</b>	<b>Code de conduite collaborateurs</b>	<b>Code de conduite fournisseurs</b>	<b>Canal interne de communication</b>	<b>Politique en matière de systèmes d'information internes</b>
<b>Politique de lutte contre la corruption</b>	<b>Politique en matière de cadeaux et d'invitations</b>	<b>Politique de gestion des conflits d'intérêts</b>	<b>Système disciplinaire (inclus dans la convention collective)</b>	<b>Protocole sur la lutte contre le harcèlement sexuel et sexiste</b>

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



### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

En raison de ses activités, le Groupe AFFLELOU est amené à traiter des données personnelles relatives à ses salariés et collaborateurs, ainsi qu'aux clients finaux des magasins du réseau.

Dans ce contexte, le respect de la réglementation relative aux données personnelles est un sujet prioritaire du Groupe qui met en œuvre une démarche de suivi et d'amélioration continue de sa conformité à cette réglementation. C'est aussi le moyen de construire et renforcer la confiance des personnes dont les données sont traitées et notamment celles des clients des magasins du réseau. En effet, et 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.

En outre, la gestion de la protection des données personnelles est assurée par ces Délégués à la Protection des Données (DPD), ainsi que par des cabinets d'avocats spécialisés en la matière dans les différents pays où le Groupe exerce ses activités.

En France, cette thématique est notamment prise en charge par l'équipe DPO composée du DPO France, d'un collaborateur juriste et d'un avocat consultant dédié à la protection des données personnelles. Le département juridique s'est également doté d'un logiciel de gouvernance « *Privacy & Data* » afin d'assister le département juridique à la gestion de la mise en conformité du Groupe. 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. Aussi, l'équipe DPO est saisie en amont de tous les projets impliquant des traitements de données à caractère personnel afin de s'assurer de la prise en compte des obligations de « *Privacy By Design* » et du « *Privacy by Default* ». Par ailleurs, le DPO d'Alain Afflelou Franchiseur dispose d'un accès direct à la Direction Générale. En particulier, il est membre du CODIR du Groupe AFFLELOU en sa qualité de Directeur Juridique. En outre, l'équipe DPO reporte fréquemment des éventuelles remontées de risques et mises en place de nouveaux processus concernant l'application du RGPD à la direction d'Alain Afflelou Franchiseur.

Concernant les salariés et collaborateurs, y compris les franchisés, une importante campagne d'information sur la protection des données personnelles 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 à destination des salariés, responsable de zone, franchisés et plusieurs modules supplémentaires ont été davantage ciblés sur les équipes et les secteurs identifiés comme davantage concernés. Une formation en ligne sur l'*Afflelou Academy* est obligatoire pour les salariés. Une documentation sur les « réflexes juridiques » est par ailleurs mise à disposition des collaborateurs, permettant aux équipes d'identifier leur exposition et les domaines de risque associés concernant la collecte et le traitement des données personnelles. Cette documentation comprend ainsi les bonnes pratiques liées aux exigences du RGPD, à la confidentialité et à la protection des données et à la sécurité informatique. Des formations ciblées par service vont également être dispensées au cours de l'année 2025.

Des engagements de confidentialité sont prévus au sein des contrats de travail des salariés amenés à traiter des données à caractère personnel. Une Charte informatique dédiée à l'utilisation des outils informatiques est également portée à la connaissance des salariés et plus globalement à tous les utilisateurs du système d'information qui sont tenus de la respecter.

En ce qui concerne les sites e-commerce du Groupe, des audits réguliers sont réalisés pour veiller à la transparence des différentes informations délivrées sur ces sites. Le Groupe AFFLELOU s'est également doté d'un nouveau fournisseur de *Consent Management Platform* (CMP) depuis 2023 pour gérer le consentement et l'information des utilisateurs en matière de cookies et de tout autre technologie de suivi sur les sites, afin de répondre aux exigences du RGPD et des recommandations des autorités de protection. En magasin, un formulaire de consentement est présenté à chaque client, afin de l'informer des traitements de données, et de recueillir son consentement le cas échéant, à la prospection commerciale.

Enfin, un questionnaire sécurité et une charte RGPD sont transmis et complétés par les prestataires auxquels le Groupe fait appel, qui sont amenés à traiter des données à caractère personnel, en qualité de sous-traitant ou de responsable conjoint avec une entité du Groupe, afin de s'assurer de leur conformité au RGPD.

En Espagne, un Comité de Sécurité de protection des données a été créé en 2017, avec pour objectif principal de garantir le traitement de la sécurité des informations et le respect des normes applicables à toutes les opérations. Ce comité est composé de représentants des domaines stratégiques de l'entreprise, y compris les domaines juridiques, commerciaux, financiers, informatiques, numériques et innovants, marketing et clients, personnalités, viabilité, fondation et intelligence d'affaires. La vaste représentation de ce comité assure une communication intégrale sur la protection des données, en incluant toutes les interactions possibles avec des informations sensibles.

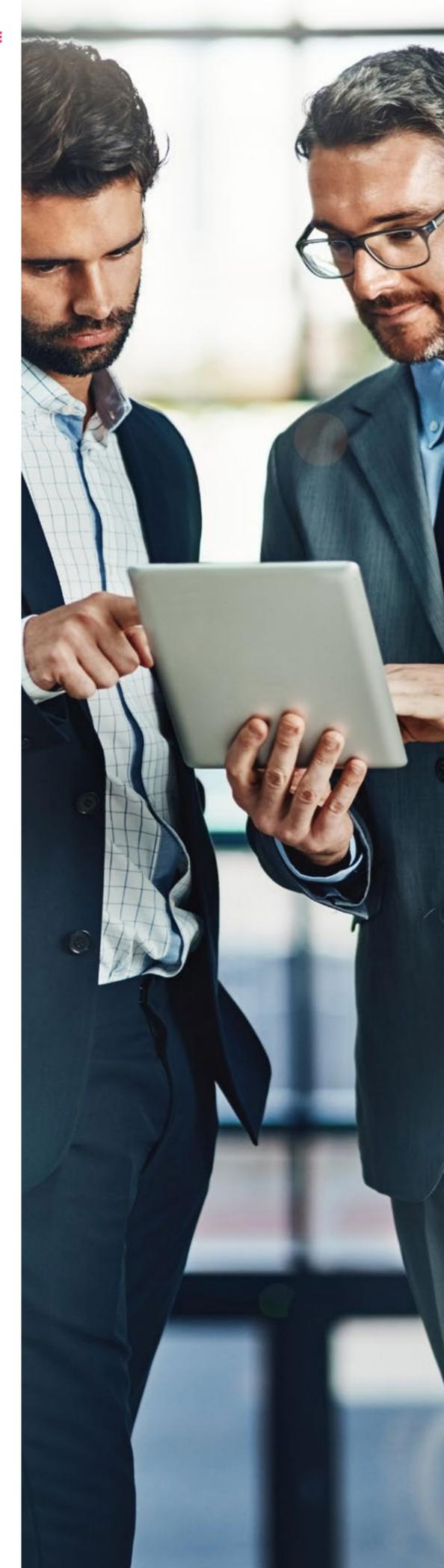
## ■ RISQUES CYBERSÉCURITÉ



### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 (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  
2024

**#2**  
Salariés



# SALARIÉS

Rejoindre le Groupe AFFLELOU, c'est faire le choix de collaborer avec des équipes à taille humaine où il est permis d'innover avec sérieux et passion que l'on soit au siège, dans les magasins ou au service des partenaires franchisés.

Le Groupe s'engage à aider ses talents à s'épanouir et donner le meilleur d'eux-mêmes. Il 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 ses ambitions et objectifs collectifs. Il est convaincu que la réussite collective et l'environnement de travail sont indivisibles. C'est la raison pour laquelle il s'efforce d'aider ses équipes (siège, magasins succursales et réseau de franchisés) à atteindre leur plein potentiel et à offrir leurs meilleures performances.

Sur l'année 2024, les équipes du Groupe AFFLELOU sont composées de 1 395 collaborateurs (sièges sociaux et magasins succursales). 55 % de l'effectif total est basé en France et 41% en Espagne.

EFFECTIF MOYEN (de l'exercice FY24)	FRANCE	ESPAGNE	PORTUGAL	SUISSE, BELGIQUE & LUXEMBOURG	TOTAL
SIÈGE SOCIAL	246	120	7	16	<b>389</b>
SUCCURSALES	526	452	28	-	<b>1 006</b>
<b>TOTAL</b>	<b>772</b>	<b>572</b>	<b>35</b>	<b>16</b>	<b>1 395</b>



## LES DIFFÉRENTES PROFESSIONS ET EXPERTISES EN MAGASIN

### 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.

# ATTIRER ET FIDÉLISER LES TALENTS

Les professionnels qualifiés qui composent les équipes du Groupe AFFLELOU sont essentiels à son expertise et savoir-faire. C'est pourquoi il est crucial de recruter des talents et de les soutenir dans leur développement professionnel. Le Groupe s'engage à offrir des parcours professionnels équitables et gratifiants aux collaborateurs, dans tous les territoires où le Groupe opère.

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tensions sur le recrutement des professionnels de santé (opticiens et audioprothésistes)</li> <li>• Moindre attractivité du métier de vente en magasins</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création de viviers de recrutement avec la mise en place d'une Master Class</li> <li>• Marque employeur renforcée avec un site carrière dynamique</li> <li>• Transmission des savoir-faire du Groupe</li> </ul>

## RECRUTER DE NOUVEAUX TALENTS

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Le secteur de l'optique et de l'audio doit faire face à une rareté des profils d'opticiens et d'audioprothésistes. Les différentes enseignes sont donc en concurrence pour recruter leurs nouveaux talents. Il est donc essentiel pour le Groupe AFFLELOU de capitaliser sur sa marque employeur, afin de renforcer son attractivité auprès des professionnels de santé. Certains aspects de la marque employeur ont ainsi été consolidés au cours des dernières années, comme la présence sur les réseaux sociaux et les sites d'offres d'emploi dédiés, les interventions dans les écoles et universités, la création d'une page carrière dédiée sur le site internet d'entreprise, ainsi qu'une approche RSE formalisée et largement promue par le Groupe.

En France, le Groupe a enrichi son site internet d'un espace exclusivement dédié au recrutement (le site carrière) et d'un logiciel de gestion des candidatures en 2024. Ce logiciel ATS (*Applicant Tracking System*) permet notamment de centraliser l'ensemble des postes ouverts au recrutement, d'harmoniser les annonces ainsi que de gérer les réponses aux candidats. Ce logiciel est utilisé par les équipes RH pour les effectifs aux sièges et dans les magasins succursales. Il est également mis à disposition des franchisés afin de les accompagner dans la recherche de leurs nouveaux talents.

Afin de renforcer l'intégration des nouveaux collaborateurs au sein du Groupe, chaque nouvel arrivant participe à une session d'intégration collective de plusieurs jours. Les nouveaux collaborateurs des magasins succursales suivent un parcours d'intégration dédié via l'*Afflelou Academy*, comprenant notamment une acculturation au Groupe, une formation sur les techniques de vente ainsi qu'une formation en optique. Pour les nouveaux collaborateurs du siège, une session d'intégration de 2 jours est menée, comprenant une présentation de l'ensemble des services et de l'histoire du Groupe, une initiation aux bases de l'optique (menée via l'*Afflelou Academy*), ainsi qu'un parcours « Vis ma vie en magasin » pendant lequel le nouveau salarié passe une journée entière dans l'un des magasins succursales du réseau. Des modules de formation obligatoires via l'*Afflelou Academy* viennent compléter ces sessions d'intégration (ex. réglementation RGPD, etc.).

## PERFORMANCE

Entre le 1<sup>er</sup> août 2023 et le 31 juillet 2024, le Groupe AFFLELOU a recruté **619 nouveaux collaborateurs** en France et en Espagne.

	Unité	FY23	FY24		Groupe AFFLELOU
		Groupe AFFLELOU	France	Espagne	
RECRUTEMENTS	Nombre	562	310	291	619
DÉPARTS	Nombre	573	289	242	545
TAUX DE TURNOVER	%	12 %	13,5 %	16,4 %	14,8 %

Taux de turnover = Nombre total de départs volontaires / Effectif moyen x 100. Le taux de turnover est calculé en prenant en compte les contrats CDI et CDD ainsi que les alternants (stagiaires, artistes-interprètes, mandataires sociaux et modèle publicitaire exclus).

## RENFORCER NOS PARTENARIATS AVEC LES INSTITUTIONS ACADÉMIQUES

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Le Groupe AFFLELOU souhaite promouvoir l'éducation dans le secteur de la santé visuelle et auditive, et accompagner les nouveaux talents dans le monde de l'optique, de l'optométrie et de l'audiologie. Il s'engage auprès des futurs professionnels en étant présent lors de leurs premiers pas dans la profession et aussi après l'obtention de leurs diplômes, en leur offrant des opportunités d'emploi au sein du Groupe adaptées à leurs attentes et à leurs aspirations.

Le Groupe a ainsi noué des partenariats avec plusieurs institutions, qui permettent de contribuer à la création et à l'amélioration de l'offre de formation liée à la santé visuelle et auditive, ainsi que d'offrir les meilleures conditions pour que les collaborateurs y accèdent.

Le Groupe AFFLELOU promeut également les contrats en alternance au sein de ses équipes.





## #2 SALARIÉS

Institut Supérieur d'Optique (ISO) en France



Afin d'identifier les talents dès l'école, le Groupe AFFLELOU a également le projet de lancer sa première MasterClass, en partenariat avec l'ISO de Paris en France.

Ce parcours d'alternance dédié pour préparer le diplôme de l'optique permettra aux futurs alternants la découverte des métiers du Groupe AFFLELOU, une immersion dans la culture et les valeurs de l'entreprise, ainsi qu'un accompagnement personnalisé avec les experts ambassadeurs internes.

Prochainement déployée via l'*Afflelou Academy*, la Masterclass constituera ainsi un vivier additionnel de recrutement de talents dans le secteur optique pour le Groupe AFFLELOU dans les années à venir.

Centre d'enseignement supérieur CUNIMAD en Espagne



En 2019, le Groupe AFFLELOU a lancé le premier diplôme en ligne en optique et optométrie avec réalité virtuelle immersive en Espagne avec le centre d'enseignement supérieur CUNIMAD.

Le Groupe met ses centres optiques à la disposition d'une université pour les pratiques de laboratoire du diplôme d'optique et d'optométrie, démontrant ainsi l'engagement du Groupe 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 du Groupe avec une technologie de pointe et des tuteurs formés pour les accompagner.

### PERFORMANCE

EN 2024

**78** CONTRATS  
EN ALTERNANCE

ONT ÉTÉ SIGNÉS EN FRANCE PAR L'INTERMÉDIAIRE  
DU RÉSEAU DE MAGASINS SUCCURSALES



**25** ÉTUDIANTS  
SERONT CONCERNÉS  
PAR LA PREMIÈRE PROMOTION  
DE LA MASTERCLASS EN PARTENARIAT  
AVEC L'ISO DE PARIS EN FRANCE.



## ■ FIDÉLISER LES ÉQUIPES

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Le Groupe AFFLELOU déploie une politique dynamique de rémunération. Ainsi, les sociétés françaises ont un accord de participation qui permet aux salariés de percevoir, lorsque les résultats de l'entreprise sont atteints, une partie des bénéfices de l'entreprise auprès des collaborateurs. Par ailleurs, les salariés des magasins succursales perçoivent des primes mensuelles calculées sur la performance collective et individuelle de leur magasin de rattachement.

Les salariés des sociétés françaises bénéficient également de titres restaurant dont la prise en charge employeur est égale à 60 % de la valeur du titre, et pour les salariés du siège, ils bénéficient également d'une prise en charge des frais d'admission au restaurant interentreprise.

La fidélité des salariés est également valorisée à partir de 15 ans d'ancienneté et chaque année les salariés sont reconnus et remerciés lors de la soirée annuelle.

Le CSE français mène également des actions en faveur des salariés, par le biais notamment d'offres tarifaires auprès de plusieurs enseignes commerciales et le versement de chèques cadeaux et culture.

# ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES TALENTS

Le Groupe AFFLELOU s'efforce de maintenir une politique de formation active afin de garantir et développer des compétences conformes à ses exigences professionnelles, en particulier en termes de qualité et de sécurité, d'innovation et de satisfaction des clients. Il soutient les équipes dans leur parcours professionnel, afin de répondre au mieux aux exigences de ses métiers ainsi qu'aux besoins spécifiques de ses collaborateurs et partenaires franchisés au sein du réseau.

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perte de compétences internes, pouvant engendrer un retard sur les pratiques métier</li> <li>• Risque lié aux formations réglementaires obligatoires dont le Groupe doit s'acquitter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconnaissance et fidélisation des collaborateurs grâce à une gestion de carrière dynamique</li> <li>• Développement de compétences afin d'améliorer la performance des collaborateurs</li> <li>• Renforcement du sentiment d'appartenance (valeurs et culture d'entreprise)</li> <li>• Opportunités pour les salariés des magasins d'occuper des postes au sein du siège</li> </ul>

## ■ DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES ET GESTION DU PARCOURS PROFESSIONNEL

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

L'équipe des Ressources Humaines accompagne le développement des compétences des collaborateurs (sièges et magasins succursales) et structure la gestion du parcours professionnel tout au long de l'année. Le SIRH aide à une gestion plus rapide et efficace des parcours professionnels par métier en plus du parcours d'intégration des nouveaux arrivants. Pour les franchisés, un outil spécifique permet d'avoir accès à l'ensemble du catalogue de formations et de s'inscrire directement en ligne.

Le Groupe peut également accompagner les collaborateurs du siège, ainsi que des magasins succursales et franchisés pour l'obtention de solutions de financement de formations.

Une gestion prospective de l'emploi et des compétences (GPÉC) 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.

En 2024, une *people review* pour les collaborateurs de certaines entités a été initiée et sera progressivement étendue sur l'année 2025.

### PERFORMANCE

A ce titre, entre août 2023 et juillet 2024, **690 collaborateurs** ont bénéficié d'un entretien annuel en France et en Espagne, soit **51%** de l'effectif total de ces deux pays.

## ■ AFFLELOU ACADEMY

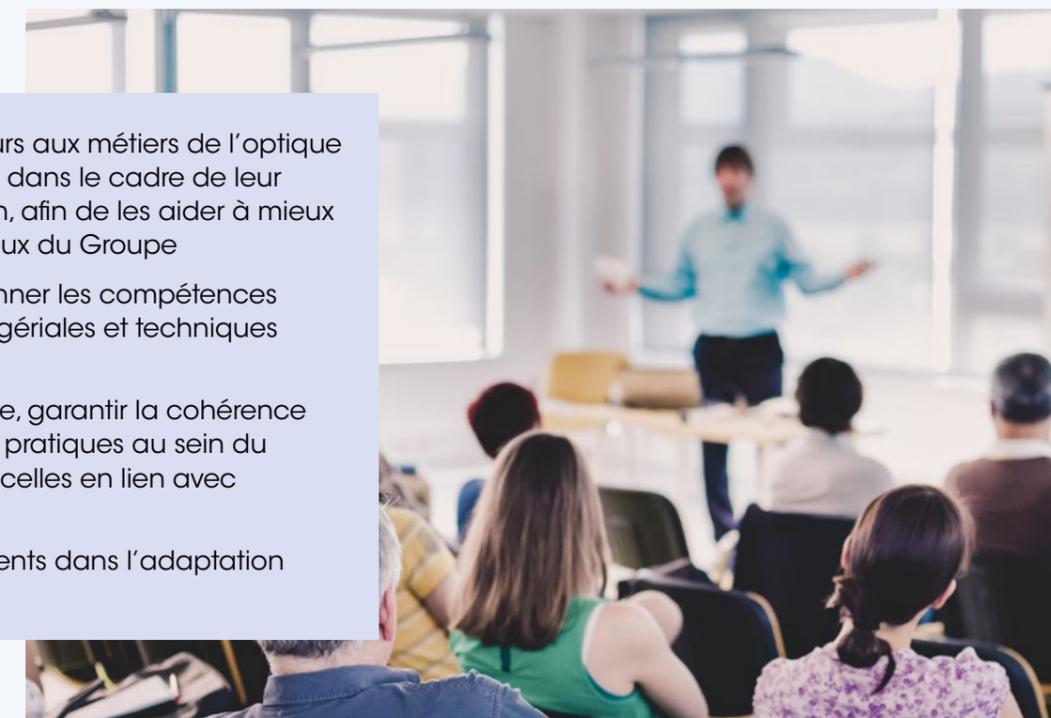
### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

En 2013, l'école interne de formation *Afflelou Academy* a été fondée dans le but de soutenir les équipes du siège, des magasins succursales, des franchisés et de leurs équipes dans le développement de leurs compétences et aptitudes.

## AFFLELOU ACADEMY

Déployée en France et en Espagne,  
l'*Afflelou Academy* répond à plusieurs objectifs :

- 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 du Groupe
- Accroître et perfectionner les compétences commerciales, managériales et techniques des équipes
- Transférer le savoir-faire, garantir la cohérence et l'homogénéité des pratiques au sein du Groupe (notamment celles en lien avec le service client)
- Accompagner les talents dans l'adaptation aux nouveaux enjeux



L'identification des besoins en formation pour les collaborateurs des sièges est principalement réalisée au cours des entretiens professionnels. Pour les magasins succursales et franchisés, un questionnaire d'analyse des besoins est transmis en amont pour évaluer les besoins. La réponse aux besoins et attentes de formation des collaborateurs est suivie grâce au SIRH.

Les besoins collectifs de formation sont identifiés chaque année sur la base des priorités fixées afin de soutenir la stratégie de l'entreprise. Les actions de formations collectives et individuelles constituent ensuite le plan de formation annuel du Groupe.

La qualité des formations proposées par l'*Academy* est évaluée systématiquement via un questionnaire dédié de satisfaction en fin de session. Une mesure objective des compétences acquises est également menée via un second questionnaire. Les résultats sur la qualité des formations sont communiqués en interne deux fois par an.



L'*Afflelou Academy* est certifiée QUALIOPi depuis 2022 et offre un catalogue de formation important.

### Experts au service du réseau

L'*Afflelou Academy* regroupe un réseau de formateurs experts dispensant les formations sur site et/ou aux sièges du Groupe, dans toute la France et en Espagne. Ces formateurs sont majoritairement des collaborateurs AFFLELOU et peuvent être complétés par des formateurs externes au Groupe.

En France, plusieurs formateurs internes basés soit au siège soit issus des équipes des magasins succursales délivrent les formations organisées par l'*Academy* en faveur des équipes siège, des magasins succursales et des magasins franchisés au siège ou en région. Les franchisés possédant plusieurs magasins peuvent également se voir proposer des formations intra-entreprises adaptées à leur contexte et métier.

En France, l'équipe de l'*Afflelou Academy* au siège comprend deux formateurs internes, un concepteur pédagogique, un gestionnaire de formation ainsi que le responsable de l'*Academy*, afin d'accompagner les partenaires dans l'organisation administrative et logistique des formations. Les formations des équipes du siège et des magasins succursales sont spécifiquement gérées par une responsable formation.

### Catalogue de formation

Des formations en ligne ainsi que des classes virtuelles et présentielles sont proposées aux équipes via l'*Afflelou Academy*. Le catalogue de formation comprend des modules permettant de soutenir la politique commerciale du Groupe, des modules dédiés à l'expertise métier ainsi que des modules consacrés au parcours client et aux techniques de vente. Des modules spécifiques sont également disponibles pour fournir un soutien continu aux magasins succursales et franchisés (ex. efficacité opérationnelle, gestion globale, droit du travail, aspects réglementaires, etc.).

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 initiées aux bases des professions du Groupe par le biais d'une 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.

Les contenus des formations techniques sont préparés conjointement par des experts techniques (ex. optométristes, psycho-sociologues) et des formateurs professionnels. Ces experts techniques sont également parfois sollicités pour l'animation des formations. Les formations en e-learning sont de leur côté développés par un concepteur digital et une ingénieure pédagogique.

Les programmes de formation sont désormais revus (si besoin révisés) deux fois par an et un audit régulier est réalisé dans le cadre de la certification QUALIOP1.

### PERFORMANCE

NOMBRE D'HEURES DE FORMATION	Unité	FY23	FY24
COLLABORATEURS AFFLELOU (SIÈGE & SUCCURSALES)	Heures	35 620	28 143
COLLABORATEURS DES MAGASINS FRANCHISÉS	Heures	33 049	27 075

Sur l'exercice FY24, **1 131 collaborateurs** AFFLELOU (siège et succursales) et **1 512 collaborateurs** des magasins franchisés ont reçu au moins une formation dans l'année.

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



FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déséquilibre de la répartition femmes/hommes dans les effectifs</li> <li>• Représentation insuffisante des minorités dans les effectifs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcement de la diversité et de l'inclusion de nos équipes, en cohérence avec celle nos clients</li> <li>• Visibilité renforcée des valeurs de l'entreprise et de la marque employeur</li> </ul>

## LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 genre, orientation sexuelle, nationalité, origine ethnique, religion, opinion publique, 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.

Par ailleurs, en France, des référents locaux ont été nommés depuis 2022 afin de répondre aux éventuels problèmes de harcèlement rencontrés, dans le cadre d'actions de sensibilisation au harcèlement moral et sexuel.

### PERFORMANCE

*Afflelou Academy* en Espagne : au cours de l'exercice fiscal FY24, **461 heures de formation** ont été dispensées à **286 salariés** (165 salariés d'ALAIN AFFLELOU et 121 franchisés et salariés de franchisés).

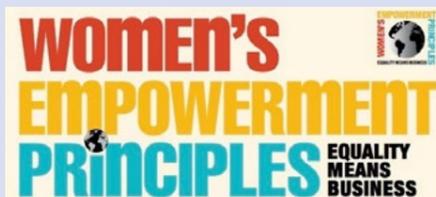
## PROMOTION DE LA MIXITÉ

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

En 2024, un espace privé en ligne a été implémenté pour l'ensemble des collaborateurs du siège et des magasins succursales en France. Cette plateforme regroupe un ensemble de services en lien avec le contrat d'assurance santé du Groupe et des webinaires mensuels sont également accessibles. Un webinaire consacré à la diversité et l'inclusion au travail a ainsi été proposé via la plateforme.

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 est en place depuis 2016. Par ailleurs, la filiale espagnole du Groupe (Alain Afflelou España) a été reconnue, pour la cinquième année consécutive, comme l'une des 40 entreprises les plus performantes en matière de diversité et d'inclusion d'Espagne, dans le cadre des *Intrama Awards* (« *Top Diversity Company* »).

Depuis 2020, la filiale espagnole du Groupe (Alain Afflelou España) est signataire de la *Charte Européenne de la Diversité*.



En 2022, la filiale a également adhéré aux principes d'autonomisation des femmes (*Women's Empowerment Principles* ; WEPS) créés et diffusés par l'ONU 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.

En Espagne, l'*Afflelou Academy* propose des sessions sur l'égalité et la diversité au travail, 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.

La mixité entre les différentes générations est également importante pour le Groupe AFFLELOU car elle permet une transmission du savoir tout en apportant une vision nouvelle aux processus.

### PERFORMANCE

Au 31 juillet 2024, le Groupe AFFLELOU comprend **966 femmes**, soit **69%** de l'effectif total (sièges et magasins succursales). Les femmes représentent **59%** de l'effectif aux sièges et **73%** de l'effectif dans les magasins succursales.

**43 % de femmes au COMEX au 31 juillet 2024**

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.

INDEX DE L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES-HOMMES - FRANCE	2024*
L'OPTICIEN AFFLELOU**	99 / 100
FRANCHISEUR ALAIN AFFLELOU**	80 / 100
AFFLELOU**	76 / 100

La moyenne d'âge des salariés du Groupe est de 37,57 ans.

\*Ces données sont calculées sur l'année civile, du 1er janvier au 31 décembre

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

En 2024, la filiale espagnole du Groupe a été récompensée par :

- Le certificat *Top Diversity Company*, qui considère la filiale comme l'une des entreprises les plus inclusives d'Espagne.
- Le certificat *Best Women Talent Company*, qui considère la filiale comme l'une des 30 entreprises les plus engagées dans la promotion des talents féminins au sein des organisations en Espagne.
- La 11<sup>ème</sup> place sur 50 (Catégorie "Argent") au sein du classement des entreprises espagnoles engagées pour l'égalité établi par *Woman Forward*.

## EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 ainsi toutes ses opportunités d'emploi aux personnes en situation de handicap. La compatibilité du poste avec la personne est vérifiée et des mesures d'adaptabilité du poste sont entreprises en cas de besoin.

En France, le Groupe participe chaque année à la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH) depuis 2019 et saisit cette opportunité pour :

- examiner les différentes mesures internes mises en place afin de faciliter l'intégration professionnelle des personnes handicapées.
- déployer une campagne d'information et de sensibilisation au handicap. 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. Pendant une semaine complète, les collaborateurs peuvent ainsi participer à des ateliers de sensibilisation, des témoignages et retours d'expériences ainsi que des rencontres avec des associations. En 2024, la campagne de sensibilisation a été assortie d'un livret informatif regroupant toutes les informations essentielles concernant le handicap, une cellule téléphonique ainsi qu'un atelier spécifique de sensibilisation à travers la réalité virtuelle comprenant différents modules pour se mettre dans la peau de collaborateurs en situation de handicap.

A ce titre, le Groupe s'est doté en France de deux collaborateurs en charge du handicap pour le siège et les magasins succursales respectivement.

### PERFORMANCE

Au 31 juillet 2024, le Groupe emploie **67 collaborateurs** déclarés en situation de handicap en France et en Espagne.

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

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perte d'attractivité de la marque employeur</li> <li>• Distance entre le lieu de travail et le domicile, accessibilité des transports</li> <li>• Absentéisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poursuite des actions favorisant le bien-être au travail</li> <li>• Pérennisation du télétravail</li> <li>• Réflexion sur la mise en place d'un forfait mobilité douce</li> </ul>

## ÉVALUATION ET PRÉVENTION DES ACCIDENTS DU TRAVAIL

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 (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 (ex. lunettes de protection, gants).

Par ailleurs, chaque année, le Groupe AFFLELOU forme au sein des magasins des Sauveteurs Secouristes du Travail (SST) 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.

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.

## PERFORMANCE

Unité	FY23	FY24
NOMBRE TOTAL D'ACCIDENTS DU TRAVAIL	28	5

## INITIATIVES SPÉCIFIQUES EN MATIÈRE DE SANTÉ

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

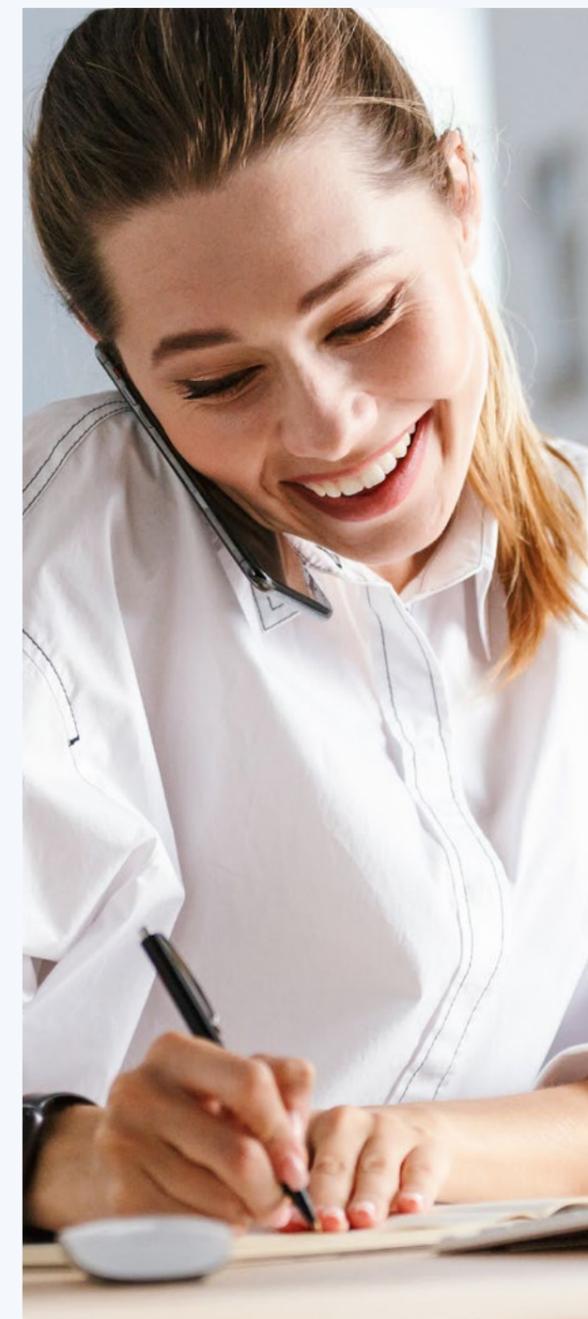
Une couverture d'assurance maladie, comprenant les couvertures complémentaires santé et prévoyance, est fournie pour les équipes du siège social et des succursales, et est entièrement prise en charge par le Groupe AFFLELOU. Une ligne d'assistance téléphonique dédiée est également disponible pour tous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

En 2024, un espace privé en ligne (WELI) a été implémenté pour l'ensemble des collaborateurs du siège et des magasins succursales en France. Cette plateforme regroupe un ensemble de services en lien avec le contrat d'assurance santé du Groupe : deuxième avis médical en cas d'intervention médicale importante, désignation en ligne de bénéficiaire en cas de décès, service d'assistance aux aidants dans le cadre de la perte d'autonomie d'un proche, assistance psychologique, accompagnement obsèques et administratif en cas de décès d'un proche. Grâce à un partenariat avec la plateforme, des webinaires mensuels sont également accessibles sur les thématiques autour du bien-être (ex. sommeil, gestion du stress, télétravail, équilibre de vie, sédentarité, etc.).

Concernant les risques psychosociaux, une ligne d'assistance dédiée à la santé psychologique des collaborateurs a été déployée en France. 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.

En plus de la sensibilisation aux risques liés à la sédentarité abordés au sein du Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP), un volet de formation aux risques routiers est intégré pour les collaborateurs itinérants du siège.

En mars 2024, une journée de dépistage auditif a été organisée pour les collaborateurs du siège en France, à l'occasion de la Journée Nationale de l'Audition (JNA). Une audioprothésiste du Groupe a réalisé des dépistages auditifs et apporté des conseils de prévention aux collaborateurs.



PERFORMANCE

	Unité	FY24		
		France	Espagne	Groupe AFFLELOU
JOURS D'ABSENCE POUR MALADIE	Jours	10 762	8 218	19 892
JOURS D'ABSENCE POUR ACCIDENTS DU TRAVAIL	Jours	56	165	221
TOTAL DES JOURS D'ABSENCE	Jours	10 818	8 383	20 113
Taux d'absentéisme	%	<b>3,9 %</b>	<b>4,2 %</b>	<b>4,0 %</b>

Taux d'absentéisme = (Nombre de jours d'absence / Nombre de jours travaillés théoriques sur l'effectif ETP) x 100.

22 dépistages ont été réalisés sur la journée de dépistage auditif a été organisée pour les collaborateurs du siège en France (13 collaborateurs ALAIN AFFLELOU, 9 collaborateurs issus d'autres entreprises de la Tour) et 43 en Espagne. En 2024, la filiale espagnole du Groupe a été récompensée du certificat *Top Wellbeing Company*, qui considère la filiale comme l'une des 40 entreprises les plus performantes d'Espagne en matière de santé et bien-être au travail.



BIEN-ÊTRE DE NOS COLLABORATEURS

POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Parce que les équipes sont l'atout le plus précieux du Groupe, leur santé et leur bien-être au travail au quotidien sont essentiels. Diverses initiatives sont prises par le biais des magasins et bureaux afin de garantir un environnement de travail durable et une excellente qualité de vie professionnelle.

En tenant compte des progrès technologiques en matière de communication et des nouvelles dimensions de l'organisation du travail, le Groupe AFFLELOU a établi une Charte sur le travail à distance en France et en Espagne, pour le siège social. Depuis 2019, les collaborateurs des sièges français et espagnols ont la possibilité d'effectuer jusqu'à 2 jours de télétravail par semaine. Ces chartes et politiques sont remises aux nouveaux arrivants lors de leur parcours d'intégration.

L'adaptation des heures travaillées est réalisée 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 (ex. Champs-Élysées, Les Halles, etc.).

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.

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 par exemple 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 ;
- Deux jours de congé pour enfant malade à destination des équipes en succursales et au siège ;
- Des événements mensuels au profit des collaborateurs du siège (ex. galette des rois, chandeleur, fête du chocolat, etc.)
- La revalorisation des tickets restaurants ;
- Un cadeau de naissance pour les salariés ;
- L'organisation annuelle d'un après-midi « Noël des enfants » ;
- Les deux demi-journées du 24 et du 31 décembre sont offertes aux équipes siège.



Pour les collaborateurs du siège en France, deux événements annuels sont planifiés afin de rassembler les équipes. Un premier événement d'information générale, permettant de partager les résultats de l'année, les projets en cours et les enjeux pour l'année à venir est organisé chaque été (*Summer Party*). En septembre, la soirée de gala annuelle est prévue au profit des collaborateurs du Groupe, au cours duquel certains collaborateurs sont mis à l'honneur, notamment ceux ayant le plus d'ancienneté.

Au sein du siège en France (*Tour Trinity* à La Défense), les collaborateurs bénéficient d'un environnement de travail enrichi, fonctionnant en *flex office* et leur permettant d'accéder à de nouveaux services comme une salle de sport ou des séances de massage. Des protections périodiques bio sont également mises à disposition pour toutes les collaboratrices du siège en France.

Dans le cadre de la semaine nationale de la Qualité de vie au Travail (QVT), plusieurs activités ont été proposées aux collaborateurs du siège en France comme des webinaires via la plateforme en ligne WELLI, animations sportives et moments de détente.

À l'occasion de la Semaine de la Santé Auditive au travail en France et en Espagne, les collaborateurs du siège ont eu la possibilité de faire tester leur audition gratuitement. Les équipes ont également pu bénéficier d'une réduction supplémentaire pour l'achat de protections auditions et de casques anti-bruit.

## ■ DIALOGUE SOCIAL ET CONVENTIONS COLLECTIVES

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 créant l'UES Afflelou. En France, le Groupe AFFLELOU dispose par ailleurs d'un accord de participation aux bénéficiaires.

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 (ex. sujets sociaux, nouvelles opportunités d'emploi, intégration et promotions, anniversaires, etc.).



A group of five people (three women and two men) are standing side-by-side against a solid yellow background. They are all smiling and dressed in professional, modern clothing. From left to right: a woman in a grey blazer, a man in a light blue blazer, a woman in a light purple blazer, a man in a light beige blazer, and a woman in a bright green blazer. A semi-transparent white box is overlaid on the left side of the image, containing text.

RAPPORT RSE  
2024

#3  
Franchisés



# FRANCHISÉS

Le Groupe AFFLELOU exploite l'ensemble de son réseau selon deux modes d'organisation : un dispositif succursaliste (représentant environ 12 % du total des magasins) et le périmètre des magasins franchisés (88 % des magasins), détenus et gérés par des partenaires franchisés indépendants. Les équipes en 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 franchisés en proposant des programmes personnalisés, qui les orientent notamment vers un développement responsable de leurs activités.

## SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE DU RÉSEAU DE FRANCHISE

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baisse d'attractivité de l'enseigne et réduction du nombre de candidats franchisés</li> <li>• Hétérogénéité des pratiques au sein des magasins franchisés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rayonnement croissant de l'enseigne ALAIN AFFLELOU</li> <li>• Engagement des franchisés auprès du franchiseur et des clients en magasin</li> <li>• Sensibilisation et implication des franchisés dans la démarche RSE du Groupe AFFLELOU</li> </ul>

### ■ PRÈS DE 50 ANS DE FRANCHISE

#### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Créé en 1978, le modèle de franchise ALAIN AFFLELOU repose sur des accords consignés dans chaque contrat de franchise conclu entre le Groupe (en tant que franchiseur) et les franchisés (en tant que détaillants indépendants). Le système de franchise permet de combiner 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.



Le fonctionnement du réseau de franchise repose sur trois piliers essentiels :



### La communication

considérée comme l'un des moteurs essentiels des résultats du Groupe. Une stratégie à 360° est déployée en interne ainsi que pour les partenaires locaux, permettant d'être au plus proche des franchisés et clients finaux par différents canaux. C'est cette écoute active entreprise avec ses partenaires qui fait du Groupe AFFLELOU le premier franchiseur sur le marché de l'optique et de l'audiologie. Pour les soutenir, une équipe pluridisciplinaire et une politique de formation variée et ambitieuse sont notamment mises à leur disposition.



### L'innovation

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

Le Groupe AFFLELOU est en recherche constante de nouvelles solutions pour rendre le réseau de magasins différenciant et compétitif, favoriser l'accès aux produits et améliorer la qualité de vie de ses clients finaux. En 2024, cela s'est notamment traduit par la poursuite du développement des offres Tchin Tchin, NEXTYEAR ou MAGIC, ainsi que par le déploiement de la téléophtalmologie.



### La technologie

comme outil pour anticiper, comprendre et améliorer le quotidien des franchisés ainsi que l'expérience client. En mettant les meilleurs produits à disposition des clients et en démontrant une gestion sécurisée et efficace de leurs besoins, la stratégie digitale du Groupe vient pérenniser les différents magasins et consolider la confiance des franchisés et clients finaux.

Dans ce domaine, le Groupe croit résolument que la technologie vient au service des entreprises et des clients. Cet engagement sera de plus en plus présent au sein des activités et contribue significativement à imaginer le futur de l'opticien et de l'audioprothésiste.



Magasin Alain AFFLELOU du Forum des Halles, PARIS.

## PERFORMANCE

À fin juillet 2024, la répartition géographique des magasins franchisés est la suivante :

- **66%** en France et dans les départements et régions d'outre-mer
- **22%** en Espagne.
- **12%** dans le reste du monde.



**1 287**  
MAGASINS  
FRANCHISÉS



PLUS DE  
**770**  
PROPRIÉTAIRES  
DE FRANCHISES



PLUS DE  
**4 600**  
SALARIÉS  
DANS LES MAGASINS  
FRANCHISÉS

## RECRUTEMENT DES FRANCHISÉS &amp; OUVERTURE DES MAGASINS EN FRANCHISE

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

## POLITIQUES &amp; ACTIONS PHARES

## Campagne de recrutement

Depuis 2023, le Groupe AFFLELOU déploie une campagne de recrutement innovante pour inviter les professionnels à rejoindre son réseau de franchise de produits d'optique et d'aides auditives en France.

Au cœur de cette campagne inédite, plusieurs franchisés du réseau ont pris la parole. Véritables ambassadeurs, ils témoignent des atouts de la franchise ALAIN AFFLELOU à travers leur propre expérience, rappelant ainsi que la proximité, la notoriété, les innovations et la réussite économique sont au cœur du modèle du Groupe.

L'objectif de cette campagne est de recruter de nouveaux franchisés afin de renforcer le maillage territorial de l'enseigne ALAIN AFFLELOU, et de rappeler que les futurs franchisés bénéficient d'un soutien permanent. Une équipe pluridisciplinaire accompagne chaque futur franchisé dès le début de son projet et pendant toute la durée de l'aventure. Il bénéficie de la notoriété de l'enseigne dans le secteur, d'un programme exclusif d'accompagnement opérationnel et financier, de la performance du modèle de franchise, de l'innovation continue ainsi que de la dimension familiale mais aussi internationale du Groupe.

## Parcours d'intégration

Des journées d'intégration sont spécialement organisées en France et en Espagne pour chaque nouveau franchisé entrant dans le réseau du Groupe 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 nouer un premier contact avec les principaux interlocuteurs.

## Programme d'entrepreneuriat Adelante

Il arrive que d'excellents professionnels qui aiment la marque Alain Afflelou et qui en connaissent parfaitement les produits, ne peuvent parfois pas, pour des raisons économiques, établir leur propre structure. Le Groupe AFFLELOU décide ainsi 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). 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. Une formation dédiée aux aspects financiers de la franchise est notamment effectuée via un partenariat avec le groupe Fiducial. Le programme Adelante est également utilisé pour les cessions des succursales et la transmission entre franchisés. 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.



**PERFORMANCE**

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

Le Groupe AFFLELOU a également reçu le prix européen de la franchise en tant que franchiseur de l'année par La Fédération Européenne de la Franchise en 2024.



**39** MAGASINS FRANCHISÉS

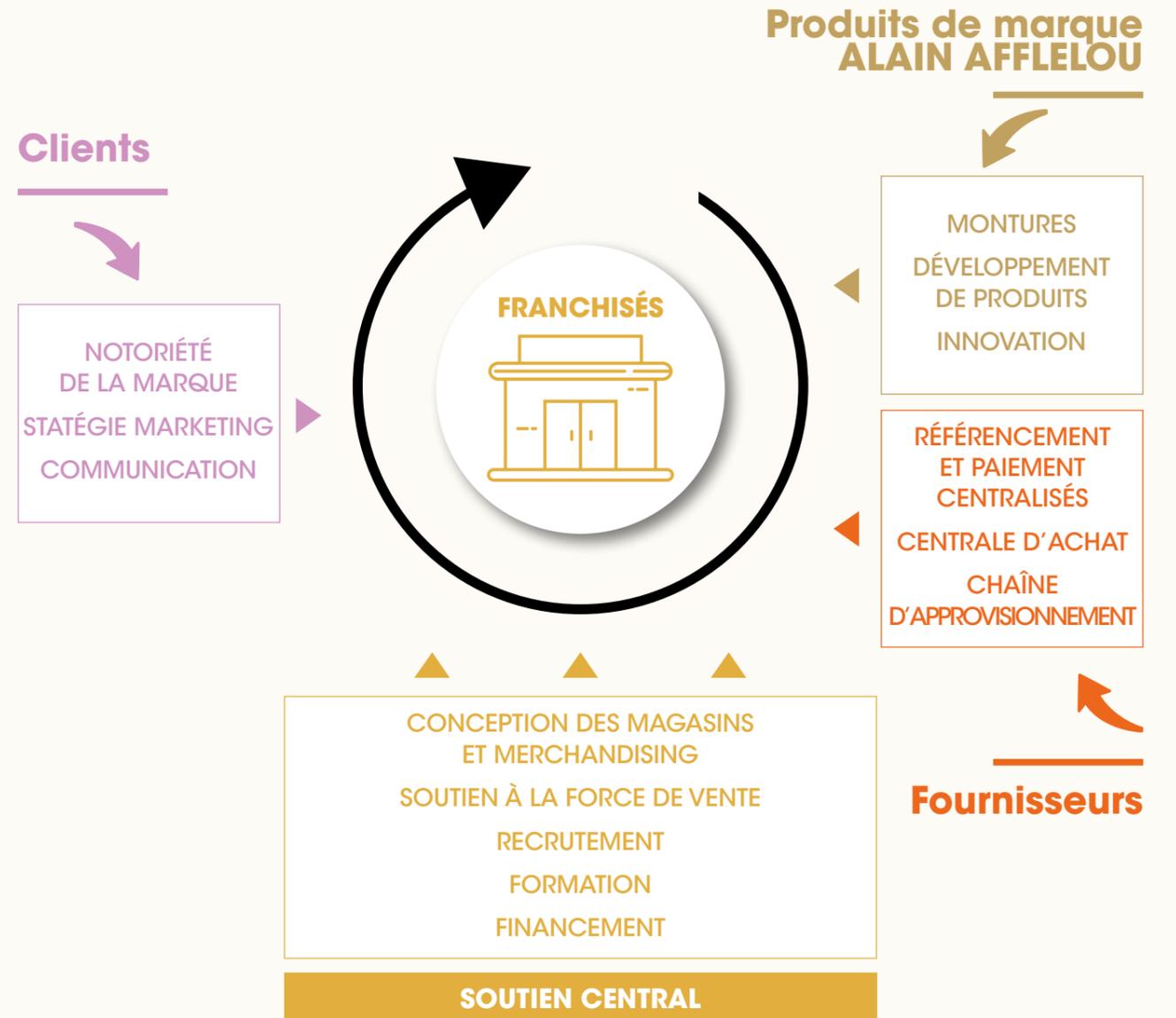
ouverts au cours de la période fiscale, ont bénéficié du programme Adelante (France, Espagne et Belgique)

**RELATIONS AVEC LES FRANCHISÉS & PROGRAMMES DÉDIÉS**

**POLITIQUES & ACTIONS PHARES**

Le Groupe AFFLELOU est présent auprès de ses franchisés tout au long du cycle de vie de leurs magasins - de leur ouverture (ex. conception du magasin, choix de l'emplacement, cofinancement, etc.), à l'accompagnement quotidien (ex. formation, gestion des ressources humaines, outils numériques, etc.) et ponctuel (ex. adhésion au réseau, certifications, rénovation, transition, etc.).

En France, l'équipe Réseau est composée de 26 personnes dont quatre coordinateurs spécialisés en merchandising implantés localement, accompagnant les magasins franchisés dans toutes ces étapes.



## Accompagnement à la gestion des magasins

Les équipes appartenant à la division franchiseur (siège du Groupe) fournissent un soutien central aux franchisés 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 (ex. système de rendez-vous en ligne)

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

Les équipes du siège social du franchiseur offrent un soutien complet aux franchisés dans les domaines de la gestion sociale et des ressources humaines. Par exemple, une équipe dédiée du siège français les soutient dans leurs processus de recrutement lorsque cela est nécessaire et leur fournit des conseils sur la gestion des ressources humaines et les questions juridiques.



Franchisés Alain AFFLELOU.

Les équipes juridiques viennent également en appui des franchisés 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 définie par le Groupe.

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

## Accompagnement à la montée en compétences

L'*Afflelou Academy* permet également aux franchisés 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 franchisés afin de recueillir leurs retours 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 franchisés.

### Proximité avec les partenaires

Les franchisés étant les partenaires commerciaux clés du Groupe AFFLELOU, des relations de proximité et de confiance sont établies avec eux dès le début de la collaboration. Les équipes du Groupe se rendent disponibles, fournissent 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 franchise est déployé. Dans chaque pays, un directeur du réseau (des magasins succursales et franchisés) gère l'approche nationale de gestion du réseau de magasins. En France, une équipe de 26 personnes - dont 16 délégués de secteur et 4 coordinateurs merchandising supervisés par 3 responsables de zone et une directrice commerciale succursales, un 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 possède, grâce aux délégués, 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.

### Satisfaction des franchisés

Afin de soutenir davantage les franchisés dans leurs activités et de recueillir leurs besoins, des questionnaires sont envoyés régulièrement pour recueillir leur perception des actions commerciales entreprises par le Groupe AFFLELOU. En Espagne, un *Net Promoter Score* (NPS) dédié est également mesuré chaque année 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 l'accompagnement pour leur offrir le meilleur service possible.

### PERFORMANCE

L'enseigne ALAIN AFFLELOU se classe à la 1<sup>ère</sup> place du Palmarès des Meilleures Franchises 2024, dans la catégorie Santé, selon l'enquête de l'Institut de la Qualité IAQ et du magazine LE FIGARO, partenaire officiel du grand salon Franchise Expo Paris 2024. Cette enquête repose sur un sondage de clients - de plus de 60 secteurs - qui ont évalué les aspects de la qualité du service, du rapport qualité-prix et du respect de l'environnement.



RAPPORT RSE  
2024

**#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 ses activités quotidiennes dans les magasins.

La satisfaction des clients est au cœur de son activité et essentielle aux enjeux futurs de la profession. Les équipes en magasin s'efforcent de servir les clients de la meilleure manière possible : écoute attentive et active afin de pouvoir les aider au mieux, en tant qu'opticiens et acousticiens, et en tant qu'experts du secteur. Le Groupe s'engage à aider ses clients à retrouver leur bien-être, en les accompagnant tout au long de leur parcours vers une meilleure santé, et leur permettre de mieux voir et mieux entendre.

Outre les clients finaux en magasin, le Groupe AFFLELOU œuvre également à fournir un soutien aux personnes et populations vulnérables 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

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exigence croissante des clients dans un secteur concurrentiel</li> <li>• Difficulté à appréhender la diversité des besoins des consommateurs finaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canaux de communication et d'information innovants et différenciants vis-à-vis des clients finaux</li> <li>• Maintien de la notoriété et de l'image de marque</li> </ul>

### EXPÉRIENCE ET SATISFACTION DU CLIENT FINAL

#### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

La satisfaction des clients finaux est au cœur des priorités du Groupe AFFLELOU, qui s'engage dans l'amélioration constante du parcours et de l'expérience client, élément fondamental, et dans le renforcement de son expertise et savoir-faire au quotidien. Le fer de lance de la marque est avant tout le bien-être de ses clients, d'autant plus que son 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 ses clients afin de répondre à leurs besoins et attentes.

Un service Relations Clients dédié, et intégré au siège français, est chargé de gérer les relations avec les clients finaux (ex. informations, service après-vente, réclamations, e-commerce, etc.) en France et à l'international. Ce service comprend des collaborateurs de l'enseigne de tout âge et de tous horizons, tant opticiens diplômés qu'issus de la relation client. Garants de l'image de la marque, il répond à toutes les questions et préoccupations des clients, que ce soit en avant-vente ou en après-vente. Les canaux de communication instantanés comme le chat et les réseaux sociaux sont privilégiés. Pour aller plus loin, un formulaire de contact en ligne propose un accès facilité aux sourds ou malentendants grâce au partenariat avec la société française DEAFI.

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 reçus et le parcours en magasin, afin 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.

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 Relations Clients 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 Relations Clients à recueillir et à gérer tous les commentaires des réseaux sociaux sur lesquels le Groupe est présent.

Depuis 2022, le Groupe a déployé un outil de suivi de la relation client (*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. Une évaluation régulière de la notoriété de la marque et de son image, via des études dédiées ou imprévisibles, est effectuée. 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.



PERFORMANCE

NET PROMOTER SCORE (NPS) Clients finaux - Produits d'optique		Unité	2023	2024
FRANCE	Points		78	81
ESPAGNE	Points		86	86

NET PROMOTER SCORE (NPS) Clients finaux - Produits audio		Unité	2023	2024
FRANCE	Points		83	90
ESPAGNE	Points		91	91

En France, l'étude française annuelle « Elu 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. En 2024, le Groupe AFFLELOU a reçu pour la **9<sup>ème</sup> année consécutive** le prix du « Elu Service Client de l'Année » dans la catégorie « Opticien » avec une note globale de 19,27/20, soit une progression de + 2,03 % par rapport à l'année précédente. Cette progression témoigne de la forte ambition de l'enseigne à proposer à ses clients des produits accessibles et de qualité ainsi que des services innovants et personnalisés pour fluidifier au mieux leur parcours de santé visuelle.

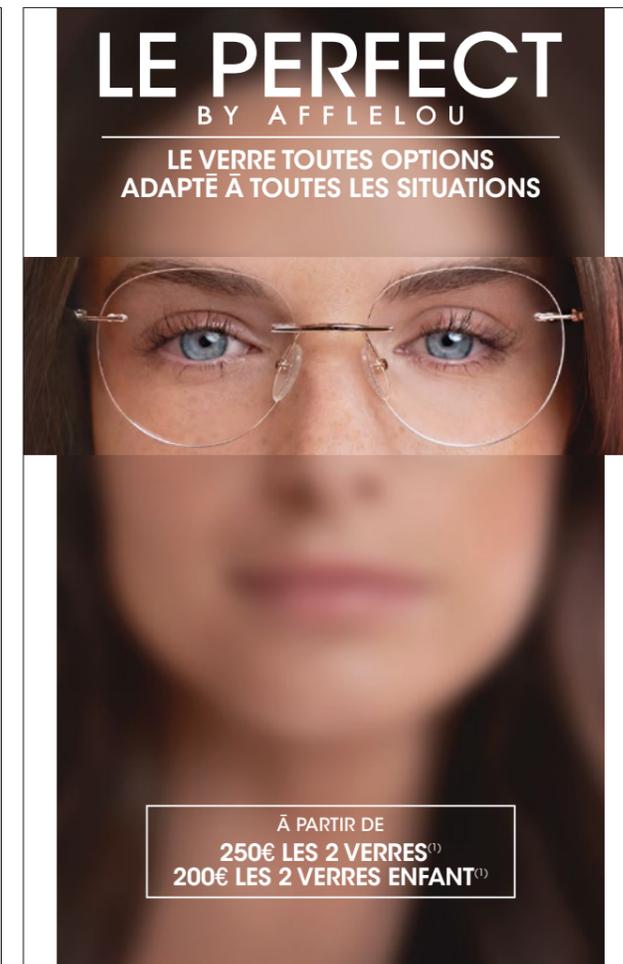


# PROPOSER DES PRODUITS ET SERVICES INNOVANTS ET ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE

Dans un monde en constante évolution, le Groupe AFFLELOU place l'innovation au cœur de son engagement pour améliorer la santé et le confort visuels et auditifs de tous. Les équipes s'efforcent quotidiennement de concevoir des solutions novatrices, avec pour ambition de les rendre accessibles à chacun, afin que le plus grand nombre puisse bénéficier de ces avancées.

 <p><b>Prix abordable et formules pour faciliter les paiements</b></p>	 <p><b>Accès à la multi possession grâce à des offres commerciales spécifiques</b></p>	 <p><b>Education, sensibilisation et conseils par des experts en santé visuelle</b></p>
---	---	--

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difficultés d'accès aux professionnels de santé dans certains territoires, pour une partie de la population</li> <li>• Difficultés d'accès à des équipements coûteux pour une partie de la clientèle</li> <li>• Risque d'obsolescence rapide des innovations produits pour répondre aux nouveaux besoins des clients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services de téléophtalmologie et de téléaudiologie dans les magasins (en particulier ceux situés en « déserts médicaux »)</li> <li>• Développement d'offres et solutions innovantes et accessibles pour les consommateurs</li> <li>• Numérisation / digitalisation des processus internes en magasin à destination des clients</li> <li>• Partenariats avec des organisations innovantes</li> </ul>





## L'INNOVATION CHEZ LE GROUPE AFFLELOU

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

L'innovation a toujours été au cœur de l'identité du Groupe AFFLELOU. Inspirée par son fondateur, la passion du challenge et de l'exploration de nouvelles façons de s'améliorer à tous les niveaux est omniprésente.

Chaque innovation (produit, offre et/ou concept) est conçue pour répondre aux besoins et problématiques auxquels les clients sont confrontés. Les 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.

La division de la conception et du développement du Groupe AFFLELOU est responsable du développement de tous les produits de marque propre Alain Afflelou. Le Groupe AFFLELOU s'est également 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, vues dans le secteur de l'optique mais aussi dans d'autres marchés. Le but est non seulement de mettre en avant ces tendances mais aussi de ressortir pour l'enseigne, les problématiques rencontrées qui pourraient amener à développer de nouveaux projets.

Des thématiques telles que l'innovation dans la prise de rendez-vous ou la dématérialisation d'une carte cadeau ont ainsi pu être abordées en 2024. De plus, ce service est à l'origine du développement de la téléophtalmologie au sein du Groupe AFFLELOU, qui a été identifiée en 2020, testée courant 2021 et officiellement lancée en 2022 (voir la section «Service de téléophtalmologie» pour plus de détails).

## MAGIC AFFLELOU

Grâce à des clips aimantés multifonctions, le concept MAGIC permet au client d'utiliser une seule monture pour l'ensemble de ses usages et besoins potentiels (ex. lecture, conduite de nuit, solaire, etc.).

Concept innovant et exclusif à l'enseigne ALAIN AFFLELOU, les lunettes MAGIC permettent ainsi à l'utilisateur de profiter d'une monture avec des clips interchangeable qui s'adaptent à toutes les situations, et ainsi de réunir plusieurs paires de lunettes en une seule.

## ACCESSIBILITÉ DES PRODUITS & SERVICES

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Le Groupe AFFLELOU facilite l'accès aux produits et services vendus en magasin en concevant des offres accessibles financièrement. En 2024, le Groupe a poursuivi son 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 règle ses achats en plusieurs fois jusqu'à deux ans sans intérêts ni commissions. Le Groupe AFFLELOU souhaite ainsi faciliter l'accès aux lunettes et aux aides auditives au plus grand nombre.

### UNE SOLUTION POUR LA MULTI-POSSESSION

## Tchin TchIn

Au début des années 1990, les tendances montraient que beaucoup de personnes exprimaient le besoin d'avoir une seconde paire de lunettes, mais le prix restait un obstacle majeur pour la majorité d'entre elles. 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.

Lancée en 1999, TchIn TchIn permet aux clients d'acquérir une deuxième paire de lunettes pour 1 € de plus, qu'ils peuvent choisir dans la collection exclusive MAGIC ou parmi la gamme solaire Afflelou. Cette offre s'est imposée comme une solution économique et pratique pour répondre aux besoins variés des porteurs, qu'il s'agisse de lunettes de vue, de lunettes de soleil, et s'est même étendue aux appareils auditifs.

Depuis son lancement, TchIn TchIn a continuellement évolué. Lors des périodes spéciales et ponctuelles telles que « TchIn TchIn 3 paires », les clients peuvent choisir de faire bénéficier de la troisième paire optique ou solaire à une personne de leur choix qui en aurait besoin. Une version numérique de la carte cadeau

pour la troisième paire est disponible, permettant aux clients de la conserver dans leur smartphone ou de la partager facilement avec un proche.

Disposer de plusieurs paires est crucial pour de nombreux porteurs, en particulier ceux souffrant de troubles visuels ou auditifs importants. Cette tranquillité d'esprit permet non seulement de bénéficier d'une solution de remplacement à portée de main, mais aussi d'éliminer un obstacle financier potentiel, améliorant ainsi leur quotidien.



UNE SOLUTION DE FINANCEMENT FLEXIBLE

# Nextyear<sup>®</sup> AFFLELOU

Le coût des lunettes et des aides auditives peut 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<sup>®</sup>.

Lancée en 2009, l'offre pionnière NEXTYEAR<sup>®</sup> permet aux clients de bénéficier d'une flexibilité de paiement pour l'achat de leurs équipements optiques et auditifs. Avec NEXTYEAR<sup>®</sup>, les clients peuvent choisir de régler leurs lunettes un an après l'achat ou en 12 mensualités sur un an, via un crédit à la consommation simplifié, sans intérêts ni frais. Cette solution de financement s'applique aux lunettes de vue, lunettes de soleil, lentilles de contact, ainsi qu'à tous les produits d'entretien. Pour les appareils auditifs, un paiement en 24 mensualités sur deux ans, sans frais supplémentaires, est proposé.



**FAITES-VOUS PLAISIR!**  
**PAYEZ PLUS TARD VOS LUNETTES ET VOS AIDES AUDITIVES!**

**UN CRÉDIT VOUS ENGAGE ET DOIT ÊTRE REMBOURSÉ. VÉRIFIEZ VOS CAPACITÉS DE REMBOURSEMENT AVANT DE VOUS ENGAGER.**

\*Sur la gamme Optique : Choisissez de payer comptant au jour de l'achat ou de payer plus tard en bénéficiant d'un crédit offert gratuit sur 12 ou 36 mois sans intérêt et sans frais de dossier. Ex : pour un crédit offert de 180€ (TAEG fixe de 0% sur débiteur de 0%, montant total de 180€) payés 12 mensualités de 15€. Crédit offert de 40 à 300€ valable sur le financement de produits d'optique. Sur la gamme Audio : Choisissez de payer comptant au jour de l'achat ou de payer plus tard en bénéficiant d'un crédit offert gratuit sur 3, 12, 24 ou 48 mois sans intérêt et sans frais de dossier. Ex : pour un crédit offert de 1 200€ (TAEG fixe de 0% sur débiteur de 0%, montant total de 1 200 €) payés 12 mensualités de 100€. Conditions en vigueur du 01/01/2024 au 31/12/2024. L'exemple représentatif ci-dessus concerne un financement réalisé le 05/01/2024 et une première échéance le 05/02/2024. Le financement est consenti sous réserve d'acceptation par Coffis S.A. le Directeur et le Conseil de surveillance au capital de 47 500 000 €. (Procès-verbaux de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 05/01/2024 et de l'Assemblée Générale du 05/02/2024). Coût total du crédit pris en charge par votre magasin ALAN AFFLELOU sous bénéfice d'un délai légal de rétractation de 14 jours. Publicité diffusée par ALAN AFFLELOU FINANCIÈRE au capital de 2 961 146,24 € C.S. Nantaise n° 201 877 748. Coût n° 18 008 333 pour la gamme optique et par VOFI / 308624 FRANCE AUDIO SAS au capital de 3 065 815 euros 4 R.C. S.Nantaise n° 794 137 737. Coût n° 1 001 242 pour la gamme audio. Informations en option de crédit non exclus de Coffis S.A. représentant son commerce et la réalisation du contrat de crédit. Sans agir en qualité de prêteur à titre de souscripteur d'actes ou de gestion. Conditions en vigueur sur le 31/12/2024. Voir conditions en magasin. Les Lunettes correctives, les produits de contact et les aides auditives sont des dispositifs médicaux qui sont des produits de santé réglementés qui jouent au titre de cette réglementation le rôle d'un produit CE. Les informations à l'adresse demandée concernent la vente d'optique ou d'aides auditives. Décembre 2023. 3023 Nantaise 302 877 748 (pour ALAN AFFLELOU) et 3023 Nantaise 794 137 737 (3516).

## Engagements et garanties pour les produits auditifs

En ce qui concerne les aides auditives, le Groupe AFFLELOU s'engage à fournir une offre de services et de produits de haute qualité au prix le plus juste. Cela comprend un test auditif gratuit ainsi qu'un essai de 30 jours gratuit et sans engagement, conformément à la réglementation en vigueur. Les clients peuvent ainsi faire le point sur leur audition et tester les aides auditives dans leur environnement quotidien avant achat. Pendant la période d'essai, le client est en contact régulier avec son audioprothésiste afin de recevoir des conseils et d'ajuster l'appareil en cas de besoin.

Le porteur est également accompagné durant toute la durée de vie de ses appareils. Un suivi illimité en complément de la garantie de 4 ans constructeur des aides auditives.

## Tests et dépistages gratuits

Conformément à sa mission, le Groupe AFFLELOU s'engage à généraliser les tests optiques et auditifs. A noter que ce sont 10 millions de personnes de tous âges qui souffrent d'un problème d'audition en France. Le dépistage est la première étape vers une prise en charge. C'est pourquoi les clients peuvent bénéficier d'un test gratuit de la vision dans plus de 800 magasins d'optique et d'un test auditif dans près de 400 centres.

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.

En plus de fournir des dispositifs de santé à ses clients, le Groupe AFFLELOU s'efforce également de les sensibiliser, en particulier parmi les nouvelles générations, à l'importance de la santé et du bien-être visuels et auditifs (voir la section « Sensibiliser les clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive » pour plus de détails).



## 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, leur confort et leur qualité de vie.



**1 342** MAGASIN D'OPTIQUE

**584** POINTS DE VENTE AUDIO

COMPRENANT  
**470** ESPACES AU SEIN DES 1 342 MAGASINS D'OPTIQUE  
ET **114** CENTRES UNIQUEMENT DÉDIÉS AUX APPAREILS AUDITIFS

## 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.

## PERFORMANCE

### TCHIN TCHIN

Plus de **1,6 millions** de clients optique ont profité de l'offre TchIn TchIn en 2024 dans l'ensemble de nos implantations.

### NEXTYEAR<sup>®</sup>

En 2024, **41 300 dossiers** ont été réalisés en France et **55 771 dossiers** en Espagne. Plus de **45 millions d'euros** de produits financés avec l'offre NextYear en France et en Espagne en 2024.

## PARTENARIATS AVEC LES SPHÈRES DE RECHERCHE ET ACADÉMIQUES

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

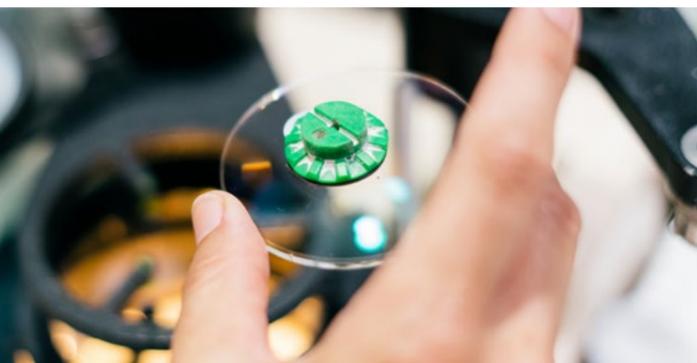
Les liens que le Groupe AFFLELOU entretient avec les centres de formation et les universités permettent de participer au développement de projets de recherche dans le domaine de la santé visuelle et auditive, où le Groupe collabore activement à la collecte de données pour les études et à la diffusion des résultats. Il participe à la recherche parce qu'elle fait partie de son engagement en faveur de la santé visuelle et auditive et qu'elle est directement liée à sa vision de construire un monde sans barrières où l'on est bien et où l'on se sent bien.

#### Projet européen Young Eye (EYE)

L'engagement du Groupe AFFLELOU à améliorer la santé des personnes a mené les équipes à participer pour la première fois à un projet de recherche financé par l'Union Européenne (UE). Il s'agit du projet de recherche européen Young Eye, le programme de recherche et d'innovation le plus ambitieux lancé par l'UE 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.

Le Groupe s'engage dans ce projet au côté de *Mark'ennovy* 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, l'objectif est de trouver de nouvelles alternatives thérapeutiques pour la presbytie.

Le but est également de 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

Le Groupe AFFLELOU a 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, des informations ont été recueillies 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 du Groupe 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, il faut souligner 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

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

En 2018, le Groupe AFFLELOU a lancé un plan de transformation numérique de ses propres opérations, processus en magasin et expérience client en magasin. 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 du Groupe AFFLELOU est accessible dans quatre langues avec un accès 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Le e-commerce est particulièrement utilisé par les 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 particulière dans le cadre du processus d'achat.

La dématérialisation des processus administratifs pour les clients, 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 les professionnels des yeux et de l'audition en ligne est également disponible dans tous les magasins.

Les clients peuvent également accéder à un essai virtuel des lunettes, ce qui leur permet d'essayer leur sélection directement chez eux, 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 de l'enseigne, mais également grâce à des écrans numériques dédiés dans les magasins. Grâce à la technologie *FITTINGBOX*, l'essai virtuel est poussé toujours plus loin, à l'aide d'un service de visagisme en ligne et en

magasin, capable de recommander la monture idéale par rapport à la forme du visage du client.



#### Service de téléophtalmologie

En 2022, le service de téléconsultation dans les magasins du Groupe AFFLELOU situés en France a été déployé pour la première fois, afin de faciliter l'accès aux soins ophtalmologiques dans les « déserts médicaux ». A travers ce nouveau service, le Groupe permet à des patients, qui habituellement ont des délais de prise de rendez-vous en présentiel avec un ophtalmologiste extrêmement longs, à cause notamment d'une pénurie d'ophtalmologistes dans de nombreuses zones du territoire (« déserts médicaux »), de réduire ce délai en proposant au patient d'accéder à une téléconsultation depuis une salle dédiée au sein d'un magasin de l'enseigne proposant ce service. L'année 2024 a été consacrée au développement de ce service en priorisant les endroits les plus critiques en termes de délai pour permettre l'accès au soin pour tous. 150 magasins ont pu déjà être installés fin 2024 sur les 200 magasins identifiés, ce qui a permis à l'enseigne Alain Afflelou de donner accès aux soins visuels à plus de 25 000 patients.

La prévention est un volet très important chez les opticiens du Groupe AFFLELOU et le dispositif mis en place pour permettre la téléconsultation dispose systématiquement de deux types de matériel dont un de dépistage qui permet à l'ophtalmologiste de non seulement réaliser un examen de la vue classique à distance mais aussi de détecter de possibles pathologies (ex. cataracte, DMLA) et d'orienter si besoin le patient vers un cabinet pour une consultation en présentiel. Ce système permet de mettre en avant un parcours de soin complet avec un opticien du Groupe AFFLELOU au cœur de la démarche préventive.

En collaboration avec son fournisseur de matériels et avec le leader de la télémédecine en France, le Groupe 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.

Outre la contribution de ce projet à la mission du Groupe, celui-ci traduit la capacité d'innovation du réseau et des équipes, car l'enseigne est précurseur de ce service et encore la seule à date à s'être autant investie.



## ■ SENSIBILISATION ET CONSEILS PROFESSIONNELS

En plus de fournir des dispositifs de santé à ses clients, le Groupe AFFLELOU s'efforce également de les sensibiliser, en particulier parmi les nouvelles générations, à l'importance de la santé et du bien-être visuels et auditifs. En effet, la prévention est une étape clé pour les clients qui souhaitent s'occuper de leur vue et de leur audition.

Les équipes de l'enseigne sont composées de professionnels de santé qualifiés, de référents diplômés dans les dispositifs optiques et les aides auditives, qui travaillent pour traiter les problèmes de vue et/ou de perte auditive du client. Elles sont à l'écoute des clients et les conseillent dans tous les magasins et centres.

La sensibilisation autour de la prévention auditive et visuelle étant cruciale pour répondre davantage aux défis liés à la santé publique, de nombreuses informations et conseils sont publiés sur le site internet et les réseaux sociaux de l'enseigne. Des recommandations sur la manière de prendre soin de sa vue et de protéger son 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 (ex. presbycousie, hyperacousie et hypoacousie, acouphènes, etc.) sont ainsi fournis en ligne. Les chroniques audio enregistrées par Monsieur Alain Afflelou ainsi que de nombreuses foires aux questions (FAQ) sont également disponibles sur le site internet du Groupe. L'expertise est au service de la démocratisation de ces sujets afin d'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 à l'autre.

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

Les collaborations, parrainages et partenariats du Groupe AFFLELOU avec des institutions de son écosystème constituent un pilier essentiel pour concrétiser ses engagements en faveur du développement d'un modèle soutenable des communautés dans lesquelles le Groupe opère et pour poursuivre le développement de ses activités. Les initiatives accompagnées 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.

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réponse partielle aux besoins et attentes des clients, en matière de conseils/prévention relatifs à la santé auditive et visuelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vulgarisation des enjeux de santé visuelle et auditive auprès du grand public</li> <li>• Renforcement des actions de prévention en santé, à l'égard des porteurs de lunettes et appareils auditifs</li> </ul>

## ■ LA FONDATION ALAIN AFFLELOU



### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Créée en 2007, la Fondation ALAIN AFFLELOU a pour mission principale de promouvoir différents 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 est d'améliorer la qualité de vie des populations les plus vulnérables, en les aidant à améliorer et prendre soin de leur vue et audition.

La Fondation ALAIN AFFLELOU 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 la vie de chacun 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 il est important d'effectuer des dépistages 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 :

- Soins et santé visuelle et auditive pour les populations vulnérables
- Prévention et sensibilisation
- Innovation et recherche

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, la Fondation encourage activement les équipes et le réseau du Groupe AFFLELOU à participer aux initiatives de la Fondation. Par ces différentes actions, elle conduit et progresse 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.

Soins et santé visuelle et auditive pour les populations vulnérables

DÉSERT DES ENFANTS

Depuis 2012, La Fondation est associée à l'Association *El Desierto de los Niños* (« le Désert des enfants »), une initiative solidaire qui voyage en caravane dans le désert marocain. Grâce à la collaboration annuelle avec l'Association et à la participation des volontaires, le Groupe AFFLELOU est en mesure d'améliorer la santé visuelle de la population vivant dans les zones les plus reculées du désert marocain. Cette initiative de solidarité permet à un groupe d'opticiens-optométristes bénévoles de se déplacer en caravane dans le désert pour effectuer des examens de la vue et distribuer des lunettes à la population locale.

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'acquérir des lunettes, entraînent une dégradation de leur santé visuelle.

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

DEPUIS 2012 :

**79 OPTICIENS volontaires** ONT PARTICIPÉ À L'INITIATIVE

**+ 7220 DÉPISTAGES** DE LA VUE RÉALISÉS

**+ 4 440 LUNETTES DE VUE** DISTRIBUÉES

**+ 4 960 LUNETTES DE SOLEIL** DISTRIBUÉES

SUR FY24 :

**9 VOLONTAIRES**  
**370 DÉPISTAGES DE LA VUE**  
**464 LUNETTES DONNÉES**

#VOLVIENDO A VER

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

En 2024, la sixième édition de #Volviendo A Vera été célébrée, 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. L'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. Des personnes souffrant de problèmes visuels, que la Croix-Rouge espagnole identifie comme les bénéficiaires les plus vulnérables de ses actions, sont ainsi accueillies. Une prise en charge personnalisée est mise en œuvre et les personnes se voient offrir des lunettes de vue en cas de besoin.

Depuis le lancement de cette initiative en 2018, un contrôle de la vue et un don de lunettes ont été réalisés pour plus de 5 110 personnes, améliorant ainsi leur qualité de vie et contribuant à leur insertion sociale et professionnelle.

 **SUR FY24 :**

 **+ DE 1 490 BÉNÉFICIAIRES**



PROGRAMME DE COLLECTE ET DE SECONDE VIE

Des millions de personnes dans le monde n'ont pas les ressources financières suffisantes pour bien prendre soin de leur vue, et environ 90 % des pathologies visuelles sont alors concentrées dans les pays à faibles revenus. Depuis 2015, le Groupe AFFLELOU et la Fondation ALAIN AFFLELOU a ainsi uni ses forces aux *Médico Lions Clubs de France* et *Lions Clubs International* en Espagne, au travers d'un projet de reconditionnement de lunettes, afin de fournir ce produit de santé essentiel aux personnes dans le besoin.

Au sein des magasins en France, en Suisse, et en Espagne, le Groupe AFFLELOU a mis à disposition des clients et de tout porteur de lunettes, des urnes de collecte dans lesquelles ils peuvent déposer les anciennes lunettes qu'ils ne portent plus (lunettes de vue, de lecture et de soleil). Les lunettes collectées sont envoyées en atelier et triées par le partenaire Lions Clubs. Elles sont ensuite données à de nouveaux bénéficiaires au travers de missions humanitaires menées dans le monde entier par des bénévoles et équipes locales, ou recyclées.

En 2024, **près de 329 000 paires de lunettes ont été collectées dans les magasins** (303 700 en France et 25 243 en Espagne) et données à notre partenaire, qui en a fait bénéficier à des milliers de personnes dans une trentaine de pays en Europe, Afrique, Amérique du Sud et en Asie.



## Prévention et sensibilisation

## CAMPAGNE DE SANTÉ VISUELLE DANS LES ÉCOLES

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

La dernière 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 bonnes pratiques visuelles.



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

En 2024, la Fondation a effectué plus de 10 770 examens de la vue et fourni gratuitement plus de 5 400 lunettes de vue.

Au cours des 24 dernières éditions de cette campagne, plus de 214 780 examens de la vue ont été effectués et plus de 126 850 lunettes de vue ont été délivrées.

## LES 3 RÈGLES D'AFFLELOU

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

Selon les experts du Groupe, 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 les écrans sont utilisés de près, plus les 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



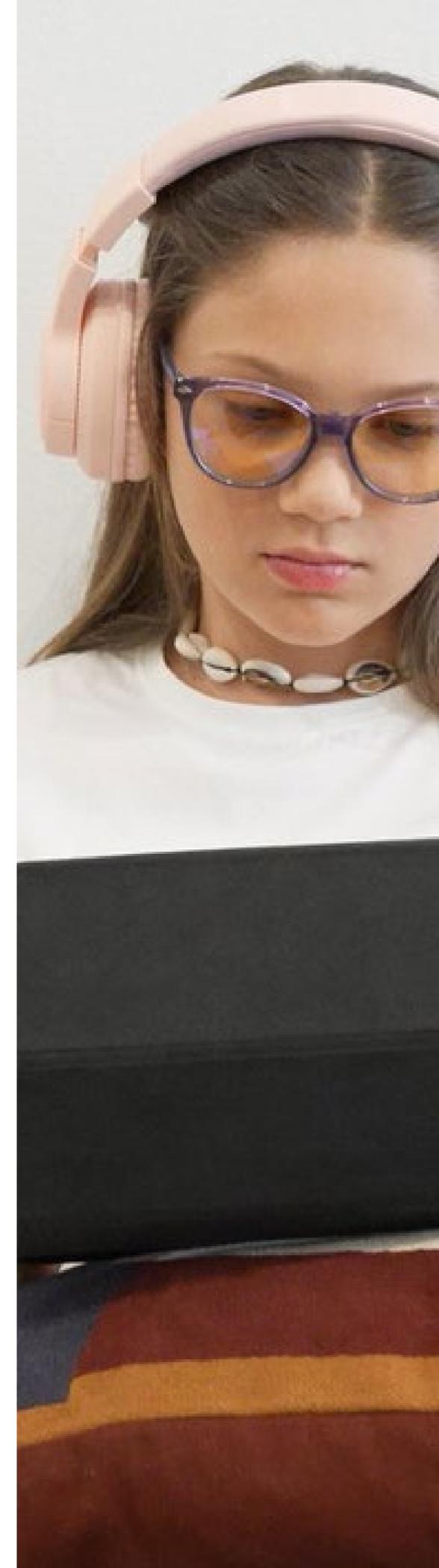
le contrôle des contrastes sous lumière ambiante réduit le développement de la myopie. Les appareils numériques devraient être utilisés dans un environnement bien éclairé, en évitant les reflets. Il est recommandé que les enfants effectuent des activités de plein air au moins deux heures par jour.

## RÉDUIRE LE TEMPS D'EXPOSITION



il est conseillé de faire des pauses pour reposer ses yeux. Plus le nombre d'heures passées à travailler de près est élevé, plus la probabilité d'apparition de la myopie est grande.

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, la Fondation a 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.

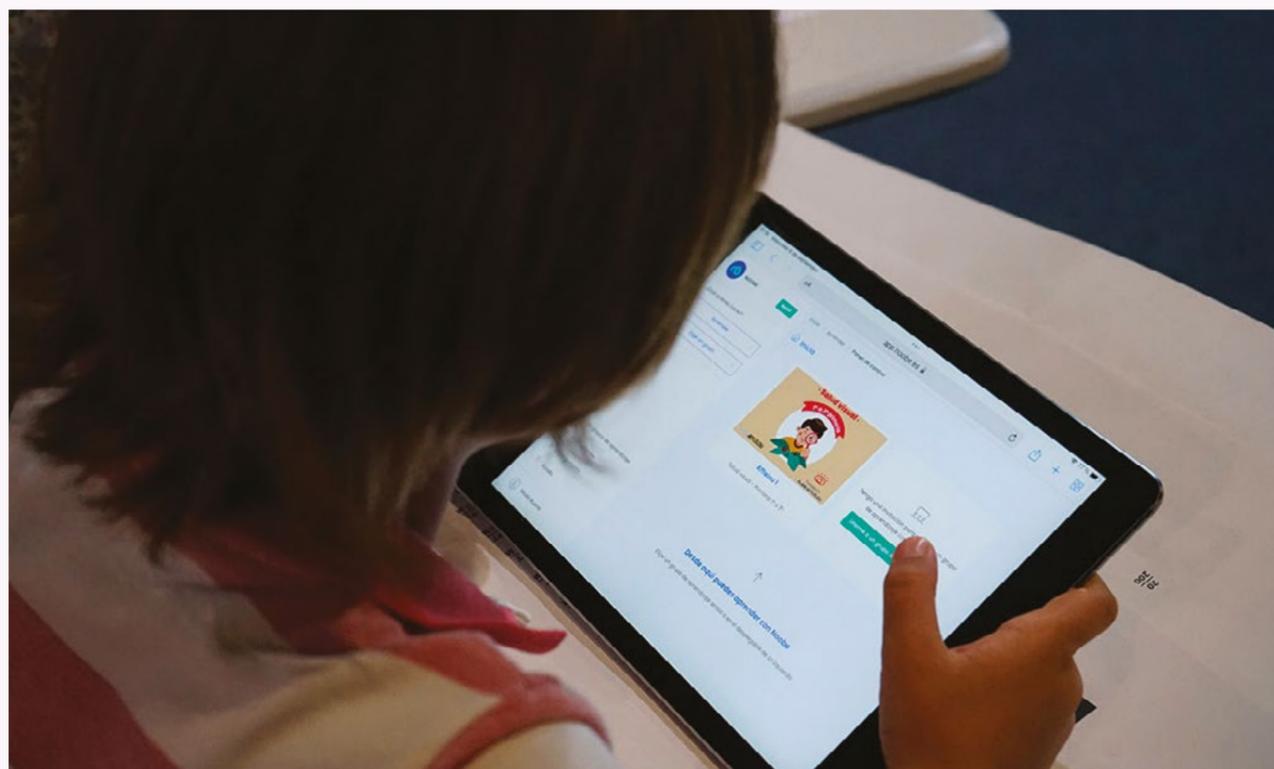


### PARTENARIAT AVEC LE GRUPO TRÉBOL EDUCACIÓN

En septembre 2023, la Fondation ALAIN AFFLELOU et le *Grupo Trébol Educación* ont établi un partenariat stratégique pour sensibiliser à l'importance de la santé oculaire et de la détection des problèmes. Cette collaboration sera maintenue dans le temps afin de promouvoir l'accès aux services d'optique et l'importance de la protection visuelle.

La première activité réalisée a été une table ronde sur la santé visuelle avec la participation d'experts et de médecins. De plus, pour faciliter l'accès à tous les groupes d'âge, un programme éducatif a été conçu pour promouvoir les bonnes habitudes chez les enfants. Cette plateforme est également disponible pour les enseignants, qui peuvent accéder à différentes ressources et les utiliser dans leurs classes.

Enfin, cette collaboration a été utilisée pour promouvoir l'utilisation de lunettes de soleil appropriées pour les activités de plein air afin de protéger contre les dommages causés par les rayons ultraviolets (UV).



### HISTOIRE POUR ENFANTS

L'histoire pour enfants *Adriana et G* vise à toucher les plus jeunes et à leur expliquer de manière simple et rapide ce que l'on ressent lorsqu'on ne voit pas bien. Ce livre explique à travers les yeux du personnage principal ce qu'elle a ressenti lorsqu'elle ne portait pas de lunettes et comment sa vie s'est améliorée grâce à elles.

Le Groupe AFFLELOU a publié une deuxième édition de l'histoire après le succès de la première. *Adriana et G* comprend un manuel de jeux et d'activités sur les problèmes visuels. Ainsi, l'adaptation des plus jeunes au port de lunettes est facilitée, en leur faisant sentir que c'est bénéfique pour leur santé.

Le livre imprimé et le livret d'activités ont été distribués gratuitement aux enfants qui en ont fait la demande dans les différents magasins.

### COLLABORATION AVEC ILUNION POUR SENSIBILISER À LA SANTÉ AUDITIVE

Le Groupe AFFLELOU a commémoré le mois de l'audition en collaborant avec *Inserta Empleo* à la résidence *ILUNION Vidasenior* (Madrid). Cette initiative a permis de réaliser des tests d'audition pour les résidents dans le cadre d'une action de sensibilisation. De cette manière, l'importance de la santé auditive est promue dans la société, dans ce cas dans un groupe à haut risque comme les personnes âgées.

### Innovation et recherche

Les liens que le Groupe AFFLELOU entretient avec les centres de formation et les universités permettent de participer au développement de projets de recherche dans le domaine de la santé visuelle et auditive, où le Groupe collabore activement à la collecte de données pour les études et à la diffusion des résultats. Pour plus d'informations sur les principaux projets menés, veuillez-vous référer à la section « Partenariats avec les sphères de recherche et académiques ».

### AUTRES ACTIONS & PARRAINAGES

Au sein du Groupe AFFLELOU, des valeurs communes sont partagées avec la culture du sport, comme l'esprit de dépassement de soi, l'importance du travail en équipe et la promotion d'habitudes saines.

#### Association Sportive Saint-Étienne (ASSE)

Le Groupe AFFLELOU a également été partenaire de l'Association Sportive Saint-Étienne (ASSE) CŒUR VERT pour une action solidaire incluant une collecte de lunettes (organisée par l'ASSE et le Groupe AFFLELOU, en partenariat avec Médico Lions Club de France) ainsi qu'une vente solidaire de lunettes de soleil Afflelou (issues des invendus) au profit du Téléthon. 8 stands ont été ainsi répartis pendant le match ASSE-Paris en novembre 2023 au stade Geoffroy-Guichard de Saint-Etienne.

#### Secours Populaire en région parisienne

Plus de 500 paires de lunettes de lecture ont été reconditionnées dans des étuis des anciennes E-forty et données au Secours Populaire en région parisienne.

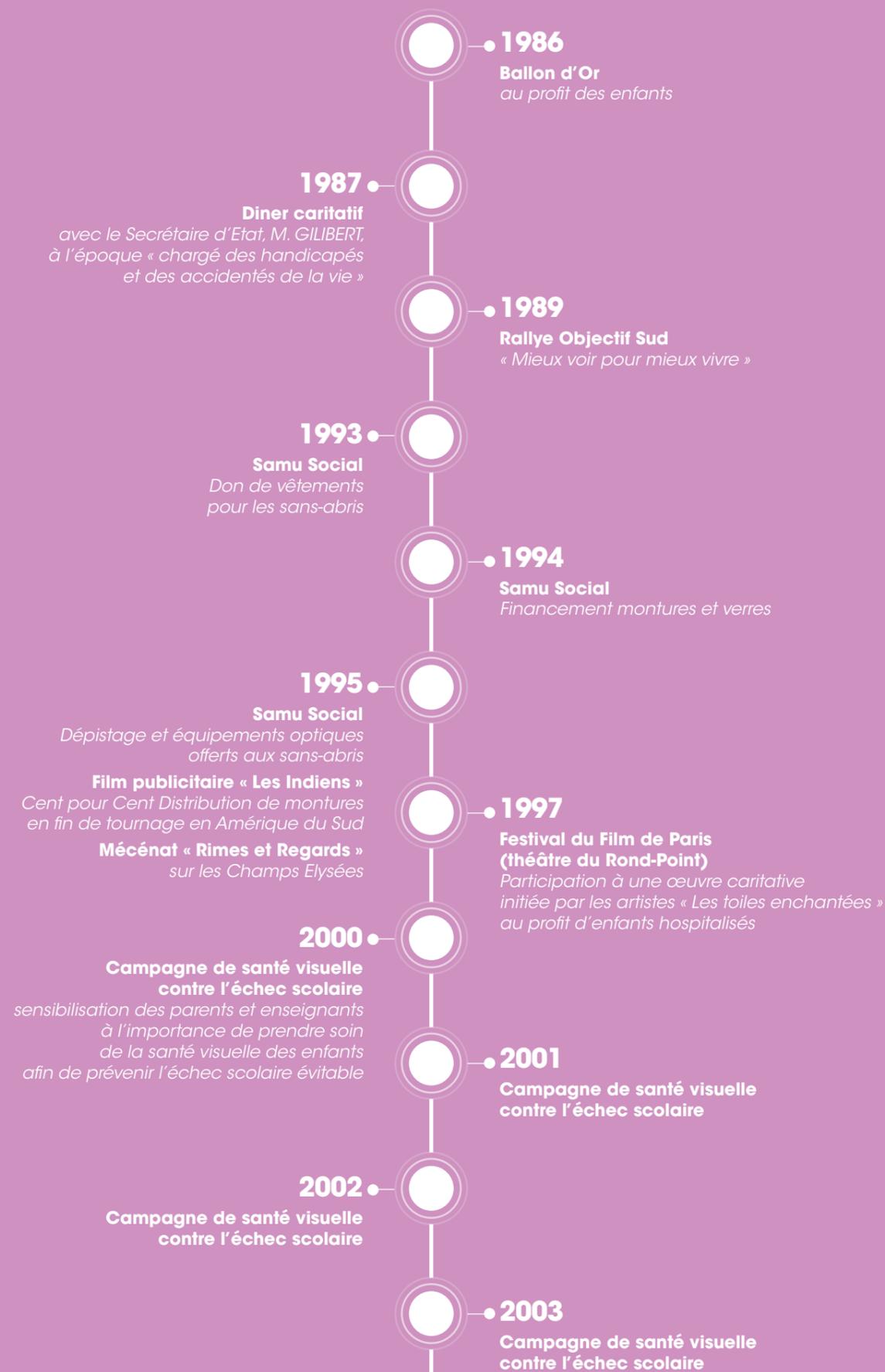
#### Odyssea

A l'initiative du Groupe, une trentaine de salariés ont participé à l'Odyssea 2023, événement sous la forme de défis sportifs permettant de soutenir la recherche contre le cancer du sein.

#### Tests auditifs au Cameroun

Une franchisee de l'enseigne ALAIN AFFLELOU Acousticien, accompagnée du Professeur Jérôme NEVOUX (Service ORL et implants auditifs de l'Hôpital Bicêtre), s'est rendue au Cameroun avec l'association *Inspired By KM* (IBKM) pour confirmer des tests auditifs réalisés sur place par des médecins locaux, dans une école pour enfants sourds et muets de Yaoundé. Une quarantaine d'élèves ont été examinés en 2024.

HISTORIQUE DES INITIATIVES SOLIDAIRES



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*

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*

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)**

2023

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

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 ophtalmologiques dans les déserts médicaux - Lancement sur 5 magasins tests en juin 2022*

2024

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



RAPPORT RSE  
2024

**#5**  
**Environnement**



# ENVIRONNEMENT

Pour limiter son impact environnemental, le Groupe AFFLELOU travaille principalement sur l'utilisation raisonnée des ressources naturelles ainsi qu'à la mesure et à la réduction de son empreinte carbone.

Le Groupe s'engage à intégrer la durabilité sur l'ensemble du cycle de vie des produits, depuis leur fabrication jusqu'à leur fin de vie. Il cherche ainsi à améliorer l'éco-conception de ses produits avec ses partenaires - en utilisant par exemple des matériaux biosourcés ou recyclés, ou encore en anticipant davantage leur fin de vie - ainsi que des emballages et autres équipements.

Bien que le Groupe AFFLELOU n'ait pas d'activité directe de fabrication de lunettes, des déchets sont toutefois générés dans les sites et bâtiments ainsi que dans le réseau de magasins (succursales et franchisés), notamment au travers des produits invendus. Au sein du réseau de magasins, la consommation d'eau a également été identifiée comme un enjeu en lien avec les opérations quotidiennes.

# RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DES ACTIVITÉS ET DE LA 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 la gestion de ses stocks de produits. Face au dérèglement climatique mondial, le Groupe AFFLELOU s'engage pour les années à venir dans la voie de la transition bas-carbone.

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coûts liés aux consommations d'énergie</li> <li>• Risques de transition du changement climatique (ex. durcissement des réglementations environnementales et carbone)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Initiatives de réduction des émissions GES directes du Groupe AFFLELOU</li> <li>• Sensibilisation et implication des équipes dans les initiatives de réduction de l'empreinte carbone</li> <li>• Collaboration avec les fournisseurs sur les enjeux carbone</li> </ul>

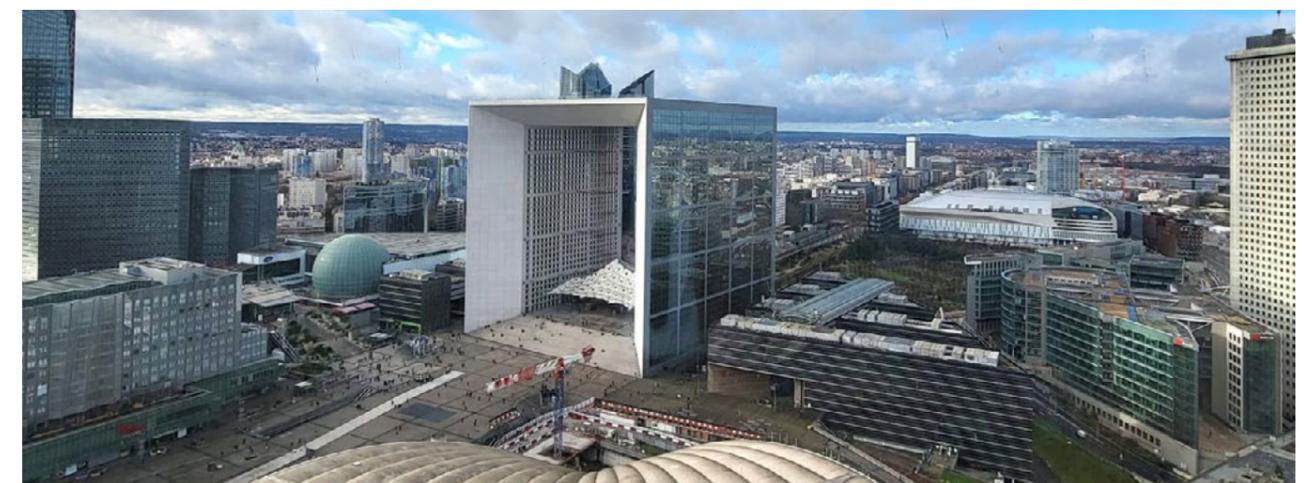
## EMPREINTE CARBONE

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Dans le cadre de sa Feuille de route RSE et pour apporter sa contribution à la neutralité carbone, le Groupe AFFLELOU a réalisé son premier Bilan Carbone en 2023, permettant d'identifier et d'analyser tous les postes d'émissions de gaz à effet de serre (GES) du Groupe. Cette mesure d'impact s'est concentrée sur les activités en France et en Espagne, qui sont majoritaires, et couvre l'ensemble des émissions directes et indirectes de l'ensemble de la chaîne de valeur.

Fort des enseignements de cette première étape, le Groupe AFFLELOU s'engage à affiner la mesure de son empreinte carbone avec des données plus précises, avant d'en publier les principaux résultats, et avant tout pour pouvoir déployer des actions de réduction ciblées et efficaces. Ce travail sera renouvelé annuellement.

Le Groupe souhaite également agir sur son empreinte carbone en prenant des engagements de réduction d'émissions à court terme, en accord avec la méthodologie de la *Science-Based Target Initiative* (SBTI). Cela permet au Groupe de s'aligner sur une cible de réduction concrète de ses émissions de GES qui soit en accord avec la science.



## CONSUMMATION D'ÉNERGIE

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Le Groupe consomme de l'électricité pour l'éclairage, la climatisation et l'alimentation des équipements informatiques de ses propres magasins et de ses bureaux.

La consommation d'électricité des magasins est réduite par le remplacement systématique des lampes par un éclairage LED depuis 2014, dans les magasins succursales et franchisés.

Une perte d'énergie est possible lorsque les ordinateurs et autres équipements informatiques des magasins (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 des 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.

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 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 depuis 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.

En France, le décret tertiaire prévoit que les entités soumises suivent la consommation électrique des bâtiments tertiaires et réalisent des économies d'énergie jusqu'en 2050 (par rapport à une période de référence choisie comprise entre 2010 et 2019) : -40% d'ici 2030, -50% d'ici 2040, -60% d'ici 2050.

Une campagne d'audit énergétique est en cours de déploiement dans les magasins succursales en France et débouchera sur des plans d'actions de réduction des consommations, en ligne avec les objectifs du décret tertiaire.

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 avec la double certifications HQE « Exceptionnel » et BREEAM « Excellent ».



### PERFORMANCE

CONSUMMATION D'ÉLECTRICITÉ - Magasins succursales	Unité	FY23			FY24		
		France	Espagne	TOTAL	France	Espagne	TOTAL
	MWh	2 333	1 974	4 307	2 057	1 459	3 516

61 % des magasins succursales en France et 99 % en Espagne sont équipés d'un éclairage LED à fin juillet 2024, en particulier les plus grands magasins. 100 % des magasins succursales devraient être équipés d'ici quelques années.

## TRANSPORT ET LOGISTIQUE DES PRODUITS

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 permettant de réduire l'impact environnemental.

Sur le site de Nevers en France, une solution d'impression 3D utilisant de la résine a été déployée afin de réduire les coûts d'achats de petites pièces utilisées par le support DSI dans les magasins succursales (pièces nécessaires à la mise en place ou à la modification du matériel présent en magasin) et de réduire l'impact environnemental lié à leur production et à leur transport. En complément de rendre les sites plus autonomes sur l'approvisionnement et la conception de ces pièces, cette solution permet d'éviter l'achat de certains supports de communication déjà présents en magasins succursales pouvant être modifiés.

### PERFORMANCE

Depuis fin 2023, 100 % des cartons utilisés par les fournisseurs pour le transport des produits sont en matière recyclée certifiée FSC.

## VOYAGES PROFESSIONNELS ET DÉPLACEMENTS DOMICILE-TRAVAIL

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 AFFLELOU dispose d'un maillage très serré du territoire. Des responsables de zones et commerciaux sont répartis par région pour limiter les déplacements professionnels.

Par ailleurs, le Groupe 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 empreinte carbone réduite liée aux déplacements.

### PERFORMANCE

En Espagne, 81 % de la flotte totale est équipée en véhicules hybrides, mis à disposition des responsables régionaux et délégués des franchisés. En France, le Groupe dispose de 9 véhicules hybrides au siège.

## GESTION DES STOCKS DE PRODUITS

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Le Groupe AFFLELOU travaille sur le développement de pistes de valorisation des stocks de produits invendus de marque propre. Par exemple, une partie des invendus est donnée au Medico Lions Club de France.

Par ailleurs, 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 - permettant par conséquent d'adapter davantage les volumes de production à la demande des clients.

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

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coûts croissants des matières premières</li> <li>• Durcissement des réglementations en matière de fin de vie des produits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduction de l'empreinte carbone des produits</li> <li>• Développement de nouvelles collections innovantes grâce à l'éco-conception</li> <li>• Réduction et valorisation des invendus</li> </ul>

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

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Dans sa démarche de réduction de son empreinte environnementale, l'un des axes principaux sur lequel le Groupe AFFLEOU travaille est l'éco-conception des produits. Les équipes ont entrepris de créer de nouvelles collections en optimisant l'utilisation des matières premières ou en employant de nouveaux matériaux.

De nouvelles gammes de produits fabriquées avec des matériaux alternatifs ont par exemple été lancées, grâce auxquelles l'utilisation des ressources naturelles est plus réduite, la génération de pollutions est limitée et via lesquelles le Groupe contribue à la réalisation de ses engagements environnementaux (ex. collection H<sub>2</sub>O, collection Magic en bioplastique G850, etc.).

Les produits ayant bénéficié d'une réflexion sur leur éco-conception et mis sur le marché répondent toujours à des critères de qualité et de durabilité très exigeants. Ces derniers ont notamment été réalisés avec des matières premières sélectionnées pour leur moindre impact environnemental et offrent, en même temps, un confort maximal au client.

Une Analyse de Cycle de Vie (ACV) sur trois produits pilotes de marque propre ALAIN AFFLEOU est en cours de réalisation. Cette analyse permettra notamment d'évaluer les impacts liés aux familles de produits sélectionnés et de faire émerger des pistes concrètes d'éco-conception pour les collections futures. À long terme, ce travail permettra au Groupe d'augmenter la part des produits éco-conçus vendus et de préciser les objectifs connexes dans le cadre de la Feuille de Route RSE.

### Matières premières à impact réduit

Ces dernières années, le Groupe AFFLEOU a opté pour l'utilisation de matériaux à plus faible impact sur l'environnement pour certaines collections :

## COLLECTION MAGIC EN BIOPLASTIQUE G850

En 2020, les montures en bioplastique (G850) obtenu en partie à partir d'une matière première dérivée de l'huile de ricin sont officiellement lancées. Le ricin est cultivé dans des zones semi-arides et ne contribue pas à la déforestation.



## LENTILLE L'ÉPHÉMÈRE BY AFFLEOU

# L'ÉPHÉMÈRE BY AFFLEOU

Les lentilles de contact journalières L'Éphémère possèdent un packaging dont la quantité de plastique a été réduite de près de 80 % (par rapport à un emballage traditionnel). Le packaging est 100 % fabriqué à partir de plastique recyclé et près de 99 % du plastique utilisé dans le processus de fabrication est également recyclé.



**80% RÉDUCTION DE PLASTIQUE** Dans le packaging, la quantité de plastique a été réduite de près de 80%.<sup>(1)</sup>

**99% RECYCLÉ** Près de 99% du plastique utilisé dans le processus de fabrication est recyclé.<sup>(2)</sup>

**100% RECYCLÉ** Le packaging est 100% fabriqué à partir de plastique recyclé.<sup>(3)</sup>

Source : Menicon

**LE GROUPE AFFLEOU A ÉGALEMENT TRAVAILLÉ AU DÉVELOPPEMENT D'AUTRES COLLECTIONS TELLES QUE LA GAMME DE LUNETTES H<sub>2</sub>O. LANCÉE EN AOÛT 2020, LA COLLECTION H<sub>2</sub>O BY AFFLEOU 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**

## Accessoires à impact réduit

Le Groupe AFFLELOU utilise également des matières premières à plus faible impact sur l'environnement pour les accessoires qui accompagnent les lunettes :

### ÉTUIS ET HOUSES EN R-PET

Dans les points de vente, les étuis des produits de marque propre sont entièrement fabriqués à partir de plastique recyclé (r-PET) provenant de bouteilles et d'emballages. Le Groupe propose également des housses de protection en r-PET pour ses produits de marque propre.



### VERRES DE PRÉSENTATION ET SACHETS INDIVIDUELS DE PROTECTION EN BD8



**Verres de présentation et sachets individuels de protection en BD8** : les verres de démonstration des montures de marque propre présentées en magasins sont fabriqués en BD8, un plastique recyclé et pouvant être décomposé après 5 ans.

## Maîtrise de la fin de vie des produits

Les produits optiques et stocks d'invendus sont envoyés en priorité pour des dons, notamment via des partenariats avec 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).



Au sein des magasins en France, en Espagne et en Suisse, des urnes de collecte sont mises à disposition des clients et de tout porteur de lunettes, dans lesquelles ils peuvent déposer les anciennes lunettes qu'ils ne portent plus (lunettes de vue, lunettes de lecture et lunettes de soleil).

Les lunettes collectées sont envoyées en atelier et triées par un partenaire. Elles sont ensuite données à de nouveaux bénéficiaires au travers de missions humanitaires menées dans le monde entier par des bénévoles et équipes locales (voir la section « La Fondation ALAIN AFFLELOU » pour plus de détails) ou recyclées.

Depuis 2024, en France, ces urnes permettent également la collecte des anciennes aides auditives.

Les batteries et systèmes d'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 des urnes de collecte gratuite pour les piles audio usagées dans tous les magasins du Groupe.

## PERFORMANCE

### Collection MAGIC en bioplastique G850

**100 %** des montures en plastique de la collection MAGIC Tchín Tchín sont fabriquées avec ce bioplastique G850.

**32 %** des montures de marque propre et **77 %** des Magic clips sont fabriqués à partir de G850, bioplastique issu de l'huile de ricin.

### Étuis et housses en r-PET

Depuis que le Groupe a commencé à travailler avec ce matériau, plus de **5 millions** de manchons ont été produits.

### Verres de présentation et sachets individuels de protection en BD8

À ce jour, plus de **5 millions** d'unités avec du BD8 ont été fabriqués. Des millions de sachets individuels de protection des produits (verres et branches des lunettes notamment) sont également fabriqués avec le BD8.

## GESTION DES DÉCHETS



### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Étant donné qu'il n'existe aucune activité directe de fabrication au sein du Groupe, les activités des magasins ne génèrent pas une quantité significative de déchets, en dehors des potentiels stocks de produits invendus (voir la section « Gestion des stocks de produits »).

## Chutes provenant du taillage des verres

Dans les magasins, les verres sont reçus sous forme de palets depuis les fournisseurs. Ces palets sont ensuite découpés et taillés par l'équipe de chaque magasin dans l'atelier grâce à une meuleuse. Le taillage des palets permet en effet d'adapter les verres à la monture et aux besoins du client.

Le processus de taillage des verres génère de petits débris qui forment une poudre. Les meuleuses produisant de la chaleur pendant le processus, elles sont refroidies de façon continue pendant le taillage grâce à de l'eau, qui se mélange ainsi avec la poudre de verre. Dans les magasins, les meuleuses sont nettoyées chaque jour.

Un projet de développement d'un système de filtration visant à mieux séparer l'eau du process et la matière générée (déchets de poudre de verre) est en cours, pour une meilleure valorisation et réutilisation de ces deux ressources, en circuit fermé. Outre l'optimisation de l'utilisation des ressources, ce système permettra d'épargner de la pénibilité pour les équipes, en limitant les charges lourdes à porter, ainsi qu'un gain significatif de temps pour les étapes quotidiennes de vidage et nettoyage des meuleuses.



## Initiatives de réduction des déchets au sein des bureaux

Au sein des sièges français et espagnol, des tasses ou gourdes d'eau individuelles ont été distribuées aux salariés afin de les encourager à réduire l'utilisation de gobelets à usage unique. Les machines à café à capsules ont par ailleurs été remplacées par des machines à grains. De plus, les poubelles individuelles ont été remplacées par plusieurs bacs 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 (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 des magasins (ex. prospectus, notices, affiches, etc.) et/ou leur remplacement par d'autres solutions ayant un impact environnemental réduit sont également en cours d'examen.

## PERFORMANCE



**EN 2024, L'UTILISATION DE LA SIGNATURE ÉLECTRONIQUE A PERMIS DE PRÉSERVER 95 ARBRES AINSI QUE D'ÉCONOMISER PLUS DE 796 000 LITRES D'EAU ET 11 MW D'ÉNERGIE – SOIT L'ÉQUIVALENT DE PLUS DE 8 600 KG CO<sub>2</sub><sup>5</sup>.**

<sup>4</sup>Source : SIGNATURIT.



## GESTION DE L'EAU

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

#### Consommation d'eau des meuleuses

La consommation d'eau des magasins a été identifiée comme un enjeu important, la priorité étant la réduction de la consommation d'eau des meuleuses utilisées pour tailler les verres à la forme des montures.

En effet, un cycle d'assemblage effectué avec la machine consomme actuellement entre 6 et 8 litres d'eau. Un magasin moyen effectuant entre 50 et 60 cycles d'assemblage par jour ouvrable, la consommation annuelle d'eau pour le processus de taillage d'un magasin peut ainsi être estimée entre 72 000 et 115 000 litres par an (entre 72 et 115 m<sup>3</sup> par an).

Un projet de développement d'un système de filtration visant à mieux séparer l'eau du process et la matière générée (déchets) est en cours, pour une meilleure réutilisation de l'eau en circuit fermé. Ce nouveau système permettrait aux magasins de réduire significativement leur consommation annuelle d'eau dans les années à venir.

## OUVERTURE, RÉNOVATION ET MAINTENANCE DES MAGASINS

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 replaquant 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 a minima exerçant dans le pays où a lieu la prestation.

Les matériaux de construction et le mobilier représentent environ ¼ 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, le Groupe AFFLELOU incite son réseau de franchises à conserver son mobilier au maximum. Dans le cas où un changement est toutefois nécessaire, le Groupe s'engage à récupérer ce mobilier pour le valoriser en interne, soit auprès d'un autre magasin, soit au sein du siège.

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 les 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.



RAPPORT RSE  
2024

#6

Fournisseurs  
& produits





## FOURNISSEURS & PRODUITS

Le Groupe AFFLELOU met tout en œuvre pour gérer sa chaîne logistique de manière responsable, en intégrant des critères éthiques, sociaux et environnementaux au sein de ses pratiques d’approvisionnement. Les équipes à minimiser l’empreinte environnementale des activités tout en garantissant des conditions de travail justes et respectueuses des droits de l’homme tout au long de la chaîne de valeur.

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

Le Groupe AFFLELOU noue des relations de confiance avec ses différents partenaires, contribuant notamment à la fiabilité des produits vendus par l’enseigne, notamment en termes de sécurité et de qualité.

## GARANTIR LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DES PRODUITS ET SERVICES

Le Groupe AFFLELOU a mis en place un système dédié de gestion de la sécurité et de la qualité pour tous ses produits et services, garantissant leur conformité avec le cadre réglementaire européen et ainsi la qualité des dispositifs médicaux vendus par le Groupe.

Tous les nouveaux produits et procédures sont approuvés en suivant le processus de marquage de la Communauté Européenne (CE) 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.

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Évolution et durcissement des exigences réglementaires sur la qualité et sécurité des produits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réalisation conjointe de projets d’innovation avec les fournisseurs</li> <li>Amélioration de la qualité des produits via les démarches de responsabilité des partenaires du Groupe</li> </ul>



## ■ PRODUITS DE MARQUE PROPRE ALAIN AFFLELOU

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

La fabrication des produits de marque ALAIN AFFLELOU (AA) est entièrement sous-traitée à des fabricants situés notamment en Asie, avec lesquels le Groupe travaille historiquement. Les deux principaux fournisseurs sont chinois et japonais (pour les montures et verres), représentant la grande majorité de la production annuelle des produits de la marque AA. La fabrication de produits de marque AA est encadrée par les exigences et spécifications de production, mises en œuvre par le Groupe dans le cadre des contrats commerciaux.

Le 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 (ex. travail forcé, travail des enfants, discrimination, harcèlement et abus, sécurité et santé), l'établissement de conditions de travail appropriées (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 principaux partenaires qu'ils soient audités de manière régulière par les organismes suivants :

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

Le Groupe AFFLELOU 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.

## ■ PRODUITS HORS MARQUE ALAIN AFFLELOU

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Le nombre de fournisseurs référencés pour les produits optiques et auditifs est plutôt limité (environ 200 fournisseurs référencés au 31 juillet 2024 sur les principales zones géographiques).

Les fabricants de verres, montures, lunettes de soleil et lentilles de contact avec lesquels le Groupe AFFLELOU travaille 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 des 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.

### PERFORMANCE

Sur l'exercice fiscal FY24, les produits de marque AA (optique) représentent **37 %** des achats effectués par les magasins franchisés et succursales.

Sur l'exercice fiscal FY24, les produits optiques autres que ceux de la marque AA représentent **63 %** des achats effectués par les magasins franchisés et succursales.

**< 4 %** de plaintes relatives aux produits de marque propre signalées au service après-vente sur l'exercice fiscal FY24.

## ■ COLLABORATION AVEC LES FOURNISSEURS SUR DES PROJETS D'INNOVATION

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Dans le cadre de ses relations privilégiées avec ses fournisseurs, Le Groupe AFFLELOU collabore avec ses partenaires sur des projets de réduction de l'impact des procédés de production et de la fin de vie des produits. Pour faire émerger ces projets, le Groupe organise notamment une réunion mensuelle dédiée à l'innovation, ainsi que des ateliers d'innovation deux fois par an avec les plus gros fournisseurs du réseau. Au cours de ces séances, le Groupe transmet un brief auquel les fournisseurs doivent répondre en proposant des solutions innovantes. Des projets de développement collaboratif entre le Groupe AFFLELOU et ses fournisseurs peuvent ainsi émerger à l'issue de ces travaux.

Par exemple, 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.



# DÉVELOPPER DES RELATIONS RESPONSABLES AVEC LES FOURNISSEURS

FACTEURS DE RISQUES	LEVIERS D'OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction du nombre de fournisseurs référencés et des offres proposées en magasins aux clients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maîtrise renforcée des impacts liés à la fabrication externalisée des produits</li> <li>Relations de long terme et partenariats avec les fournisseurs, permettant notamment d'être associés aux innovations</li> </ul>

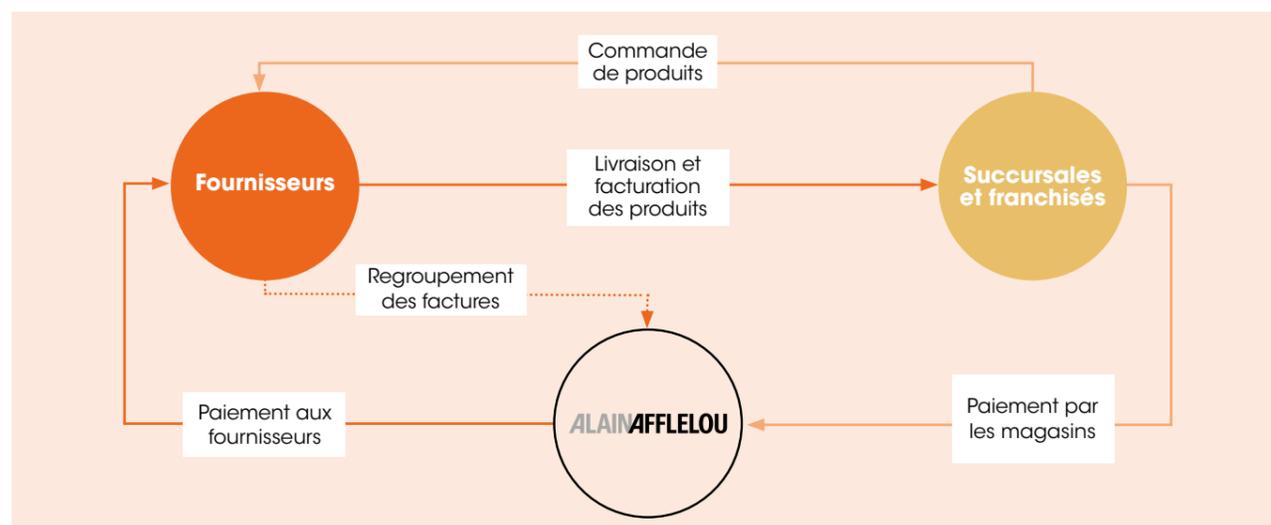
## CENTRALE DE RÉFÉRENCIEMENT ET PAIEMENT

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

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 la société franchiseur qui gère cet outil central de référencement. 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.

Via cette centrale interne, les magasins succursales et franchisés travaillent et commandent des produits uniquement auprès de fournisseurs et prestataires référencés. Les magasins adressent ainsi leurs commandes de produits directement au fournisseur, répertorié dans le système central de référencement. Chaque mois, le fournisseur remet un relevé de l'ensemble des factures au Groupe AFFLELOU, qui effectue le paiement des fournisseurs pour le compte des magasins. Ce système permet de simplifier le process tant pour les équipes en magasins que pour les fournisseurs.

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 ALAIN AFFLELOU et pour les produits de marque extérieure au Groupe.



## PRODUITS DE MARQUE PROPRE ALAIN AFFLELOU

LES PRODUITS DE LA MARQUE ALAIN AFFLELOU SONT FABRIQUÉS PAR DES 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 DES PRATIQUES FOURNISSEURSTOUT AU LONG DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

### POLITIQUES & ACTIONS PHARES

Depuis 2021, une Charte Ethique 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), de respect des droits humains (ex. respect de la santé et sécurité, lutte contre le travail forcé et le travail des enfants, lutte contre la discrimination, le harcèlement et les abus), de la mise en place de conditions de travail adaptées (ex. temps de travail, salaires et avantages, liberté d'association) ainsi qu'en matière de 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 clauses 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 ou prestataire, la Charte a vocation à s'appliquer à toute relation contractuelle entre un fournisseur et le Groupe (et/ou une société affiliée du Groupe). L'application de la Charte a été intégrée et rappelée dans un document synthétisant les « réflexes juridiques » diffusé en 2024 aux collaborateurs.

En Espagne, un Code de Conduite des fournisseurs a également été mis en place pour tous les fournisseurs, contractants et sous-traitants d'ALAIN AFFLELOU

España. L'objectif de ce Code est de diffuser et de promouvoir les principes de conduite et les valeurs du Groupe AFFLELOU lors de la contractualisation avec des tiers et des fournisseurs. En complément de la Charte Ethique (France) et du Code de Conduite (Espagne), les équipes Achats et Référencement sont sensibles aux fournisseurs ayant eux-mêmes une démarche RSE, notamment matérialisée par différentes certifications RSE engagées selon la norme ISO 26000. 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 dédiées.

Les achats généraux du siège disposent de règles distinctes de celles appliquées pour les achats des magasins. Ainsi, les achats de biens 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 leurs 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, ainsi qu'à la qualité de vie au travail, les conditions de travail et la formation des équipes des prestataires.

# NOTE MÉTHODOLOGIQUE

## RAPPORT RSE VOLONTAIRE

Le Rapport sur la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise 2023-2024 (« le Rapport ») est un 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 les différentes entités et équipes, ainsi que les principaux résultats obtenus en termes de performance. Le Groupe AFFLELOU prépare activement sa mise en conformité avec la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD), qui sera applicable sur l'exercice fiscal 2026. L'application progressive de la CSRD impactera le contenu et la structure du présent Rapport dans les prochaines années.

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 l'exercice fiscal 2022. 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 majoritairement référence à l'exercice fiscal 2024 (du 1<sup>er</sup> août 2023 au 31 juillet 2024) du Groupe AFFLELOU. Des précisions peuvent être fournies au cas par cas si les données présentes dans le Rapport font référence aux exercices précédents, à l'exercice en cours et/ou aux initiatives futures qui seront mises en œuvre. En effet, des informations sont également incluses sur les initiatives entreprises au cours des années précédentes, mais toujours applicables sur l'exercice fiscal 2024, ainsi que sur les événements d'intérêt particulier pour l'exercice fiscal 2025 déjà connus à la date d'achèvement du présent Rapport.

## PÉRIMÈTRE DE REPORTING

Le Rapport couvre les principales succursales et entités appartenant au Groupe AFFLELOU au 31 juillet 2024, 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 (notamment pour certains indicateurs Réseau et Ressources Humaines). Le cas échéant, les exceptions de périmètre sont précisées à côté des données publiées.

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 (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 succursales 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

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 chaque année par la Direction RSE.

Une collecte des données extra-financières est ainsi réalisée au sein du Groupe pour les entités et filiales suivantes :

- Holding en France : AFFLELOU, 3AB Optique Développement (3ABOD)
- Magasins succursales optique et audio en France : L'Opticien Afflelou (LOA), A+, Eric Afflelou
- Magasins succursales optique et audio en Espagne : AAO Optico (AAO)
- Magasins succursales optique au Portugal : Alain Afflelou Portugal (AAP Succursales)
- Franchiseur optique et audio en France : Alain Afflelou Franchiseur (AAFR), Lion Seneca France Audio (LSFA)
- Franchiseur optique et audio en Espagne : Alain Afflelou España (AAE), Alain Afflelou Audiologo (AAA)
- Franchiseur optique au Portugal : Alain Afflelou Portugal (AAP Franchises)
- Franchiseur optique et audio en Belgique : Alain Afflelou Belgique (AABel Franchises Optique), AABel Franchises Audio)
- Franchiseur optique en Amérique Latine : Alain Afflelou Latam (AA Latam)
- Franchiseur optique international : Alain Afflelou International (AAI)
- Produits de marque propre ALAIN AFFLELOU : Alain Afflelou Brands (AAB)
- Fondation ALAIN AFFLELOU

## CHANTIERS/PERSPECTIVES SUR LE REPORTING

Le Groupe AFFLELOU s'est doté d'un outil de reporting extra-financier sur l'exercice fiscal 2024, afin de faciliter ce suivi et de mesurer plus efficacement sa performance RSE.

Certains indicateurs de la Feuille de Route RSE Groupe ont été définis en cours d'exercice, avec le déploiement de l'outil de reporting et le nouveau référentiel d'indicateurs correspondant. Ainsi, certaines valeurs pour l'exercice FY24 n'ont pas encore pu être mesurées au niveau Groupe.

Pour l'exercice FY24, le calcul des effectifs Espagne a été adapté aux règles de calcul des effectifs France.

Par ailleurs, certaines données historiques sur les exercices fiscaux précédents sont en cours de revue, en lien avec la mise en place récente du reporting commun pour toutes les entités au niveau du Groupe.

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 un processus en amélioration continue.

## THÉMATIQUES EXCLUES

Plusieurs enjeux RSE sont considérés comme non matériels et pertinents au regard des activités du Groupe AFFLELOU. Par conséquent, ces enjeux ne sont pas rapportés dans ce Rapport :

- 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 2023-2024 a été élaboré et validé par le Comité de pilotage RSE du Groupe AFFLELOU puis approuvé par le Président du Groupe. Les informations contenues dans ce Rapport ne sont pas encore soumises à un audit externe.

# ANNEXES

## 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	Indicateur de la Feuille de Route RSE Groupe	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel
RÉSEAU DU GROUPE AFFLELOU		Nombre de magasins succursales (= magasins détenus en propre)		Nombre	169	70	92	Au 31/07/2024
		Nombre de magasins franchisés		Nombre	1 287	849	285	Au 31/07/2024
		Nombre de magasins Optique		Nombre	1 342	-	-	Au 31/07/2024
		Nombre de points de vente Audio		Nombre	584	-	-	Au 31/07/2024
GOUVERNANCE & ÉTHIQUE	Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	Part des membres du CODIR sensibilisés à la RSE	✓	%	100 %			Au 31/07/2024
		Part des membres du CODIR bénéficiant d'une rémunération variable soumis à des critères/objectifs RSE	✓	%	Mise en place prévue sur FY25			Au 31/07/2024
		Part des membres du CODIR bénéficiant d'une rémunération variable soumis à des critères/objectifs RSE	✓	%	Mise en place prévue sur FY25			Au 31/07/2024
	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	Part des collaborateurs AFFLELOU permanents	✓	%	100 %	100 %	100 %	Au 31/07/2024
		Nombre total de recrutements - Collaborateurs AFFLELOU	✓	%	100 %	100 %	100 %	Au 31/07/2024
		Nombre total de départs - Collaborateurs AFFLELOU	✓	%	En cours	-	-	Au 31/07/2024
		Taux de renouvellement (taux de turnover) - Collaborateurs AFFLELOU	✓	%	100 %	100 %	100 %	Au 31/07/2024
	SALARIÉS	Attirer et fidéliser les talents	Nombre de collaborateurs AFFLELOU - Siège		Collaborateurs	389	246	120
Nombre de collaborateurs AFFLELOU - Magasins succursales				Collaborateurs	1 006	526	452	Au 31/07/2024
Nombre total de collaborateurs AFFLELOU (siège & succursales)				Collaborateurs	1 395	772	572	Au 31/07/2024
Taux moyen de l'effectif en CDI			✓	%	87,6 %	-	-	Au 31/07/2024
Ancienneté moyenne de l'effectif global			✓	Années	7,2	-	-	Au 31/07/2024
Nombre total de recrutements - Collaborateurs AFFLELOU				Nombre	619	310	291	Août 2023 - Juillet 2024
Nombre total de départs - Collaborateurs AFFLELOU			Nombre	545	289	242	Août 2023 - Juillet 2024	
Taux de turnover - Collaborateurs AFFLELOU		✓	%	14,77 %	13,47 %	16,43 %	Août 2023 - Juillet 2024	
Accompagner le développement de nos talents		Part des collaborateurs AFFLELOU ayant effectué un entretien annuel		%	51 %	-	-	Au 31/07/2024
		Nombre de collaborateurs formés - Collaborateurs AFFLELOU		Nombre	1 131	442	689	Août 2023 - Juillet 2024
	Part de l'effectif global ayant reçu au moins une formation dans l'année	✓	%	65 %	-	-	Au 31/07/2024	
	Nombre total d'heures de formation reçues par les collaborateurs AFFLELOU		Heures	28 143	6 132	22 011	Août 2023 - Juillet 2024	
	Nombre de personnes travaillant en franchise formées		Nombre	1 512	610	902	Août 2023 - Juillet 2024	
	Nombre total d'heures de formation reçues par les personnes travaillant en franchise		Heures	27 075	4 011	23 064	Août 2023 - Juillet 2024	

Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Indicateur de la Feuille de Route RSE Groupe	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel
SALARIÉS	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion	Part des femmes au sein des effectifs totaux - Collaborateurs AFFLELOU	✓	%	69 %	60 %	82 %	Au 31/07/2024
		Part des femmes au siège - Collaborateurs AFFLELOU		%	59 %	-	-	Au 31/07/2024
		Part des femmes au sein des magasins succursales - Collaborateurs AFFLELOU		%	73%	-	-	Au 31/07/2024
		Part de femmes au sein du Comité Exécutif (COMEX)		%	43 %			Au 31/07/2024
		Part de femmes au sein du Comité de Direction (CODIR)	✓	%	31 %			Au 31/07/2024
		Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes   L'Opticien AFFLELOU		x / 100		99/100		2024
		Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes   ALAIN AFFLELOU FRANCHISES		x / 100		80/100		2024
		Index d'égalité professionnelle Femmes-Hommes   AFFLELOU		x / 100		76/100		2024
		Moyenne d'âge - Collaborateurs AFFLELOU	✓	Années	37,57	-	-	Au 31/07/2024
		Part des collaborateurs +50 ans dans l'effectif global	✓	%	15,3 %	-	-	Au 31/07/2024
	Nombre de collaborateurs en situation de handicap		Nombre	67	54	13	Au 31/07/2024	
	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	Nombre total d'accidents du travail - Collaborateurs AFFLELOU		Nombre	5	-	-	Août 2023 - Juillet 2024
		Nombre de jours d'absence pour maladie - Collaborateurs AFFLELOU		Jours	19 892	19 892	8 218	Août 2023 - Juillet 2024
Nombre de jours d'absence dus à des accidents du travail - Collaborateurs AFFLELOU			Jours	221	56	165	Août 2023 - Juillet 2024	
Nombre total de jours d'absence - Collaborateurs AFFLELOU			Jours	8 383	8 383	8 383	Août 2023 - Juillet 2024	
Taux d'absentéisme - Collaborateurs AFFLELOU			%	4,02 %	3,86 %	4,15 %	Août 2023 - Juillet 2024	
Taux de participation des collaborateurs à l'enquête annuelle d'engagement		✓	%		-	78 %	Au 31/07/2024	
Nombre de dépistages réalisés lors de la journée de dépistage audilif		Nombre	65	22	43	Août 2023 - Juillet 2024		
FRANCHISÉS	Soutenir le développement responsable du réseau de franchise	Nombre de propriétaires de franchises		Nombre	774	501	188	Au 31/07/2024
		Nombre de salariés dans les magasins franchisés		Nombre	4 600	3 253	902	Au 31/07/2024
		Nombre de magasins franchisés, ouverts au cours de la période fiscale, bénéficiant du programme Adelante		Nombre	39	20	16	Août 2023 - Juillet 2024
CLIENTS & SOCIÉTÉ	Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client	Net Promoter Score (NPS) - Client final - Produits Optique	✓	Points		81	86	Au 31/07/2024
		Net Promoter Score (NPS) - Client final - Produits Audio	✓	Points		90	91	Au 31/07/2024
		Score moyen des avis Google portant sur les magasins (Optique & Audio)	✓	/ 5		4,7 / 5	4,9 / 5	Août 2023 - Juillet 2024
	Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	Nombre de magasins en France proposant le service de téléophtalmologie	✓	Nombre	136	136	0	Au 31/07/2024

Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Indicateur de la Feuille de Route RSE Groupe	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel		
CLIENTS & SOCIÉTÉ	Sensibiliser les clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	"VOLVIENDO A VER" - Nombre total de bénéficiaires	✓	Nombre	1 496			Août 2023 - Juillet 2024		
		"VOLVIENDO A VER" - Nombre total de lunettes distribuées	✓	Nombre	1 502			Août 2023 - Juillet 2024		
		"VOLVIENDO A VER" - Nombre total de bénéficiaires		Nombre	6 608			Depuis le début du partenariat (2018)		
		"VOLVIENDO A VER" - Nombre total de lunettes distribuées		Nombre	6 798			Depuis le début du partenariat (2018)		
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre d'opticiens participant à l'initiative	✓	Nombre	9			Août 2023 - Juillet 2024		
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre d'exams de la vue réalisés	✓	Nombre	370			Août 2023 - Juillet 2024		
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre de paires de lunettes de vue distribuées	✓	Nombre	464			Août 2023 - Juillet 2024		
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre de paires de lunettes de soleil distribuées	✓	Nombre	116			Août 2023 - Juillet 2024		
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre d'opticiens participant à l'initiative		Nombre	79			Depuis le début du partenariat (2012)		
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre d'exams de la vue réalisés		Nombre	7 224			Depuis le début du partenariat (2012)		
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre de paires de lunettes de vue distribuées		Nombre	4 446			Depuis le début du partenariat (2012)		
		"EL DESIERTO DE LOS NIÑOS" - Nombre de paires de lunettes de soleil distribuées		Nombre	4 963			Depuis le début du partenariat (2012)		
		Campagne scolaire pour la santé visuelle - Nombre d'exams de la vue	✓	Nombre	10 770			Août 2023 - Juillet 2024		
		Campagne scolaire pour la santé visuelle - Nombre de paires de lunettes délivrées	✓	Nombre	5 400			Août 2023 - Juillet 2024		
		Campagne scolaire pour la santé visuelle - Nombre d'exams de la vue		Nombre	214 780			Depuis le début de l'initiative		
		Campagne scolaire pour la santé visuelle - Nombre de paires de lunettes délivrées		Nombre	214 780			Depuis le début de l'initiative		
		« Lions Clubs International » & « Medico » - Nombre de paires de lunettes collectées	✓	Nombre	328 943	303 700	25 243	Août 2023 - Juillet 2024		
		« Lions Clubs International » & « Medico » - Nombre de paires de lunettes collectées		Nombre	947 582	748 463	199 119	Depuis le début du partenariat (2015)		
		ENVIRONNEMENT	Réduire l'empreinte carbone des activités et de la chaîne de valeur	Consommation total d'électricité des magasins succursales		MWh	3 516	2 057	1 459	Août 2023 - Juillet 2024
				Part de magasins succursales équipés de lampes LED		Nombre	-	61 %	99 %	Au 31/07/2024
Réduire l'empreinte carbone des activités et de la chaîne de valeur	MAGIC - Part des montures fabriquées à partir de bioplastique (G850)		✓	%	32 %			Août 2023 - Juillet 2024		
	MAGIC - Part des clips fabriqués à partir de bioplastique (G850)		✓	%	77 %			Août 2023 - Juillet 2024		
	Part des étuis des produits en marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués à partir de plastique recyclé (r-PET)			%	100%			Août 2023 - Juillet 2024		
	Part des verres de présentation des lunettes de vue en marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8			%	100%			Août 2023 - Juillet 2024		

Pilier	Engagement	Indicateur extra-financier	Indicateur de la Feuille de Route RSE Groupe	Unité	Groupe AFFLELOU	Dont : France	Dont : Espagne	Périmètre temporel
ENVIRONNEMENT	Réduire l'empreinte	Part des sachets utilisés pour transporter et stocker les verres de la marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8		%	100%			Août 2023 - Juillet 2024
		Part des manchons de protection des tiges de lunettes de la marque propre ALAIN AFFLELOU fabriqués en bioplastique BD8		%	100%			Août 2023 - Juillet 2024
		Volume total de déchets produits		Tonnes	5	-	-	Août 2023 - Juillet 2024
FOURNISSEURS & PRODUITS	Garantir la qualité et la sécurité des produits et services	Part des produits de marque AA dans les achats totaux (optique) (magasins succursales & franchisés)		%	37 %			Août 2023 - Juillet 2024
		Part des produits sous licences dans les achats totaux (optique) (magasins succursales & franchisés)		%	63 %			Août 2023 - Juillet 2024
		Pourcentage de plaintes relatives aux produits de marque propre signalées au service après-vente	✓	%	En cours	-	-	Au 31/07/2024
	Développer des relations responsables avec les fournisseurs	Nombre total de fournisseurs référencés (optique & audition)		Nombre	170			Au 31/07/2024
		Pourcentage de fournisseurs ayant signé la charte Achats Responsables du Groupe AFFLELOU	✓	%		99 %	99 %	Au 31/07/2024

## 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 2023-2024	Numéro de page	
<b>GRI 100 : NORMES UNIVERSELLES</b>			
102	ELÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION	Identité du Groupe AFFLELOU	10
		Gouvernance d'entreprise	18
		Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	23
103	APPROCHE MANAGÉRIALE	Gouvernance d'entreprise	18
		Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	23
201	PERFORMANCE ÉCONOMIQUE	Identité du Groupe AFFLELOU	10
		Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	78
202	PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ	Identité du Groupe AFFLELOU	10
		Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	78
		Soutenir le développement responsable du réseau de franchise	63
203	IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS	Sensibiliser les clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	86
204	PRATIQUES D'ACHATS	Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116
205	LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
206	COMPORTEMENT ANTICONCURRENTIEL	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
207	FISCALITÉ	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
301	MATIÈRES	Limiter l'impact environnemental des produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	104
302	ENERGIE	Réduire l'empreinte carbone des activités et de la chaîne de valeur	101
303	EAU ET EFFLUENTS	Limiter l'impact environnemental des produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	104
304	BIODIVERSITÉ	Non applicable	-

Correspondance GRI	Intitulé du Rapport RSE 2023-2024	Numéro de page	
305	EMISSIONS	Réduire l'empreinte carbone des activités et de la chaîne de valeur	101
306	DÉCHETS	Limiter l'impact environnemental des produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	104
307	CONFORMITÉ ENVIRONNEMENTALE	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
308	EVALUATION ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS	Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116
401	EMPLOI	Attirer et fidéliser les talents	44
402	RELATIONS EMPLOYÉS/DIRECTION	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	54
403	SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	54
404	FORMATION ET ÉDUCATION	Accompagner le développement des talents	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	54
408	TRAVAIL DES ENFANTS	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
		Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116
409	TRAVAIL FORCÉ OU OBLIGATOIRE	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
		Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116
410	PRATIQUES DE SÉCURITÉ	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	54
411	DROIT DES PEUPLES AUTOCHTONES	Non applicable	-
412	ÉVALUATION DES DROITS DE L'HOMME	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
		Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116
413	COMMUNAUTÉS LOCALES	Sensibiliser les clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	86
414	EVALUATION SOCIALE DES FOURNISSEURS	Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116
415	POLITIQUES PUBLIQUES	Non applicable	-
416	SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS	Garantir la qualité et la sécurité des produits et services	113
417	COMMERCIALISATION ET ÉTIQUETAGE	Garantir la qualité et la sécurité des produits et services	113
418	COMMERCIALISATION ET ÉTIQUETAGE	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
419	CONFORMITÉ SOCIO-ÉCONOMIQUE	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35

Le Groupe AFFLELOU a rapporté les informations citées dans cet indice de contenu GRI pour la période 01/08/2023 – 31/07/2024 en référence aux normes GRI.

## 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 2023	Numéro de page
<b>DROITS HUMAINS</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 les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
	<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 les fournisseurs	116
<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	54
	<b>P5</b> Contribuer à l'abolition effective du travail des enfants	<b>Prévention</b> L2-L5	Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116
	<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 des produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	104
	<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 des activités et de la chaîne de valeur	101
	<b>P9</b> Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement	<b>Prévention</b> E2-E5	Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116
		<b>Performance</b> E6, E8-E10, E12-E14, E19-E21 <b>Réparation et reporting</b> E22	Garantir la qualité et la sécurité des produits et services	113
<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>Engagement</b> AC1-AC2 <b>Prévention</b> AC3-AC4 <b>Performance</b> AC5 <b>Réparation et reporting</b> AC6-AC8	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	35
			Développer des relations responsables avec les fournisseurs	116

## TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)

Les Objectifs de Développement Durable (ODD), également nommés Objectifs mondiaux, ont été adoptés par les Nations Unies en septembre 2015. Les 193 États membres de l'ONU ont adopté le programme de développement durable à l'horizon 2030, intitulé Agenda 2030. C'est un agenda pour les populations, pour la planète, pour la prospérité, pour la paix et par les partenariats. Il porte une vision de transformation du monde en éradiquant la pauvreté et en assurant sa transition vers un développement durable. L'agenda 2030 se caractérise également par la reconnaissance des liens intrinsèques entre les différentes thématiques ainsi que la nécessaire mobilisation de l'ensemble des acteurs, institutionnels comme ceux de la société civile.

Au regard de sa Feuille de route RSE Groupe, comprenant 6 engagements, le Groupe AFFLELOU a identifié 5 ODD prioritaires auxquels il contribue davantage à travers ses activités dans l'ensemble de sa chaîne de valeur.

6 PILIERS RSE STRATÉGIQUES	14 ENGAGEMENTS RSE	CONTRIBUTION AUX ODD
<b>GOVERNANCE &amp; ÉTHIQUE</b>	Intégrer la RSE à la gouvernance de l'entreprise	 <b>Objectif #16</b> Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous
	Intégrer l'éthique dans les pratiques et relations avec les parties prenantes	
<b>SALARIÉS</b>	Attirer et fidéliser les talents	 <b>Objectif #8</b> Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
	Accompagner le développement des talents	
	Lutter contre les discriminations et favoriser la diversité et l'inclusion	
	Favoriser un environnement de travail de qualité et le bien-être des salariés	
<b>FRANCHISÉS</b>	Soutenir le développement responsable du réseau de franchise	 <b>Objectif #8</b> Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
<b>CLIENTS &amp; SOCIÉTÉ</b>	Agir au quotidien pour améliorer la satisfaction et l'expérience client	 <b>Objectif #3</b> Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge
	Proposer des produits et services innovants et accessibles au plus grand nombre	
	Sensibiliser les clients et la société aux enjeux de santé visuelle et auditive	
<b>ENVIRONNEMENT</b>	Réduire l'empreinte carbone des activités et de la chaîne de valeur	 <b>Objectif #13</b> Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions
	Limiter l'impact environnemental des produits et emballages sur l'ensemble du cycle de vie	 <b>Objectif #12</b> Établir des modes de consommation et de production durables
<b>FOURNISSEURS &amp; PRODUITS</b>	Garantir la qualité et la sécurité des produits et services	 <b>Objectif #12</b> Établir des modes de consommation et de production durables
	Développer des relations responsables avec les fournisseurs	 <b>Objectif #8</b> Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
		 <b>Objectif #12</b> Établir des modes de consommation et de production durables

# GLOSSAIRE

<b>AA</b>	Alain Afflelou
<b>ASI</b>	Aluminium Stewardship Initiative
<b>BREEAM</b>	Building Research Establishment Environmental Assessment Method
<b>CE</b>	Communauté Européenne
<b>CDI</b>	Contrat à Durée Indéterminée
<b>CODIR</b>	Comité de Direction
<b>COMEX</b>	Comité Exécutif
<b>COPIL</b>	Comité de Pilotage
<b>COP</b>	Communication sur le Progrès (Communication On Progress) du Global Compact
<b>CRM</b>	Gestion de la relation client (Customer Relationship Management)
<b>CSE</b>	Comité Social et Economique
<b>DPD / DPO</b>	Délégué à la Protection des Données
<b>DPEF</b>	Déclaration de Performance Extra-Financière
<b>DSI</b>	Direction des Systèmes d'Information
<b>DUERP</b>	Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels
<b>EPI</b>	Équipement de Protection Individuelle
<b>FAQ</b>	Foire Aux Questions
<b>GRI</b>	Global Reporting Initiative
<b>GRS</b>	Global Recycled Standard
<b>HQE</b>	Haute Qualité Environnementale
<b>ISCC</b>	International Sustainability & Carbon Certificate
<b>ISO</b>	International Organization for Standardization
<b>LED</b>	Diode électroluminescente (light-emitting diode)
<b>NPS</b>	Net Promoter Score
<b>ODD</b>	Objectifs de Développement Durable
<b>ONU</b>	Organisation des Nations Unies
<b>PET</b>	Polytéréphtalate d'éthylène (polyethylene terephthalate)
<b>PMR</b>	Personne à Mobilité Réduite
<b>RGPD</b>	Règlement Général sur la Protection des Données
<b>RH</b>	Ressources Humaines
<b>r-PET</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>	Sedex Members Ethical Trade Audit
<b>UES</b>	Union Economique et Sociale



# AFFLELOU



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

