

# bon pour aujourd'hui, meilleur pour demain

rapport sur la durabilité 2020



HEMA

# table des matières



**1er pilier : de quoi sont faits  
nos produits**  
p. 13



**3e pilier : notre rôle dans la  
société**  
p. 27



**2e pilier : comment sont  
faits nos produits**  
p. 22

- p. 3 **HEMA en 2020**
- p. 4 **avant-propos**
- p. 5 **à propos de HEMA**
- p. 7 **notre chaîne de va-  
leur**
- p. 8 **notre modèle  
de création de valeur**
- p. 9 **la durabilité chez  
HEMA**
- p. 12 **en dialogue avec  
la société**

# bon pour aujourd'hui, meilleur pour demain

## HEMA en 2020

2020 a été une année particulière. Nous avons poursuivi nos efforts pour fournir à nos clients des produits dotés d'un véritable design HEMA. De la matière première aux produits dans nos magasins (en ligne).



## croissance des ventes en ligne

Plus de 80 %.  
croissance du chiffre  
d'affaires des ventes en ligne



## introduction d'un congé spécial de naissance

Dix semaines de congé pour les couples qui accueillent un bébé dans leur famille.

## nouveau centre de distribution

Mise en service du deuxième centre de distribution à Nieuwegein, construit selon la norme BREEAM « excellent ».



## Workplace Pride

Un groupe de travail interne est créé et hisse le drapeau arc-en-ciel de la communauté LGBT+.

## achats en toute sécurité pendant la pandémie

En ligne et en magasin

## concours de design HEMA

Concours de design avec de jeunes designers pour de nouveaux produits HEMA



## charte de la diversité

Préparation de la signature pour promouvoir la diversité et l'inclusion chez HEMA



## moins de plastique

Réduction du plastique dans nos produits et emballages



## achats durables

Coton durable,  
91 % de papier et de bois FSC,  
79,5 % d'huile de palme RSPO pour les cosmétiques,  
100 % de duvet RDS.



## Parcom et Mississippi Ventures

Des pourparlers ont été entamés au sujet d'une reprise

## coopération avec SAVE en Inde

48 formations données à ▶1700 employés pour renforcer la position des employés



**Tjeerd  
Jegen**

CEO de HEMA

## parler sur la durabilité dans une année particulière

2020 a été une année tumultueuse pour nous tous. En raison de la crise sanitaire, nos clients - et nous aussi - ont dû faire face à divers défis. En raison de la fermeture forcée des magasins, nous n'étions plus en mesure de fournir un service optimal à nos clients. Nous avons résolu ce problème autant que possible en aidant les clients en ligne, en collectant les commandes dans les magasins et en les envoyant de ces magasins aux clients. J'ai une grande reconnaissance pour tous mes collègues qui se sont consacrés à 100 % et ont su constamment s'adapter aux circonstances changeantes.

Nous voulons rendre la vie quotidienne de nos clients encore meilleure, plus fun et plus facile, et donc plus durable. Malgré des circonstances difficiles, la durabilité est restée une priorité pour nous. Nous avons continué à travailler sur des produits plus durables et à affiner nos objectifs de durabilité. Cela se reflète dans notre gamme de produits. Par exemple, nous avons introduit notre gamme Clean Beauty, lancé sur le marché des caisses à lettres fabriquées à partir de plastique 100 % recyclé et examiné comment nous pourrions prendre les premières mesures pour rendre nos produits circulaires. Mais ce que nous avons vu par-dessus tout, c'est que nous avons réellement construit des relations durables. En collaboration avec nos partenaires et fournisseurs, nous avons cherché en permanence à proposer à nos clients le meilleur assortiment durable possible.



Outre les défis, nous avons également connu des changements positifs chez HEMA. HEMA est maintenant détenue par les sociétés d'investissement Parcom et Mississippi Ventures, ce qui lui a donné une base financière très saine. La plupart des discussions à ce sujet ont eu lieu en 2020 et la nouvelle le nouvel accord a été finalisé au début de 2021. Mississippi Ventures appartient à la famille Van Eerd, propriétaire des supermarchés Jumbo avec lesquels HEMA a commencé à collaborer en 2020. Nous sommes maintenant prêts pour les dernières années qui nous séparent de notre 100e anniversaire, et pour les années suivantes en tant qu'entreprise vitale, moderne et surtout durable.

Avec les nouveaux propriétaires et une base financière saine, je considère que c'est le bon moment pour faire place à une nouvelle direction. Je jette un regard rétrospectif sur six années merveilleuses au cours desquelles la durabilité est devenue un élément permanent et important de HEMA et je passerai le relais avec confiance à la nouvelle directrice générale, Saskia Egas Reparaz, le 1er juin 2021.

**À un avenir brillant et durable !**

**Tjeerd Jegen, CEO de HEMA**

Depuis que j'ai commencé à travailler chez HEMA, l'un de mes produits préférés est l'emblématique saucisse fumée HEMA. Pour moi, le fait qu'en 2020 nous ayons introduit une variante végétarienne, la veggisse, est un événement particulier. C'est un excellent exemple de la manière dont nous rendons nos produits accessibles à un large public, car HEMA s'adresse à tous.

# à propos de HEMA

## Les produits HEMA sont conçus sur la base des valeurs HEMA

- optimistes : ils vous font sourire
- clairs : ils sont faciles à utiliser
- accessibles : HEMA s'adresse à tous
- typiquement néerlandais : pragmatiques et sympathiques
- fiables : ils sont de haute qualité
- uniques : ils sont conçus par nos propres designers
- durables : ils sont le résultat de processus et de matériaux durables

## 771 magasins dans 11 pays

543 aux Pays-Bas, 98 en Belgique, 70 en France, 20 en Allemagne, 9 en Espagne, 7 aux Émirats arabes unis, 7 au Royaume-Uni, 6 en Autriche, 4 au Luxembourg, 4 au Mexique, 3 au Qatar

## collaboration

Walmart aux États-Unis, Jumbo et Wehkamp aux Pays-Bas, et Franprix et Casino en France.

## 1545 millions d'euros de chiffre d'affaires

37 % articles divers, 38 % vêtements et sous-vêtements, 22 % alimentation et boissons, 3 % services



## six boutiques en ligne

Pays-Bas, Belgique, Allemagne, France, Royaume-Uni, Mexique.

## 32 000 produits

assortiment de produits HEMA uniques

## presque 100 ans de HEMA

HEMA, la Hollandsche Eenheidsprijs Maatschappij Amsterdam, fêtera ses 95 ans en 2021. Née en 1926, presque 100 ans plus tard, HEMA est présente dans onze pays avec 771 magasins et six boutiques en ligne. Nos 19 000 employés travaillent dur pour rendre la vie quotidienne des six millions de clients qui visitent HEMA chaque semaine plus durable, plus facile et plus fun.

Partout où nous sommes présents, les magasins HEMA et les boutiques en ligne vendent le même assortiment de produits uniques à des prix attractifs. Mais nous nous adaptons aussi. Par exemple, nous ne vendons pas de viande de porc ni de vin dans les pays islamiques, nos appareils électriques sont équipés de fiches adaptées à chaque pays, et nous ne vendons des aliments frais et du vin qu'aux Pays-Bas et en Belgique.

## valeur durable

HEMA vise à rendre la vie quotidienne plus facile, plus fun et, surtout, plus durable. Nous le faisons pour nos clients, nos employés ainsi que pour nos fournisseurs et prestataires de services. Tout cela se retrouve dans le choix des matériaux et la conception de nos produits, où la durabilité et la possibilité de réutilisation sont des points de départ importants.

La durabilité des produits et des processus rend tout trois fois meilleur chez HEMA:

- Meilleur pour le client.
- Meilleur pour les personnes qui fabriquent nos produits.
- Meilleur pour le monde dans lequel nous vivons.

Dans la suite de ce rapport, nous vous en dirons plus sur la durabilité de nos produits et de nos processus.

## Employés de HEMA

HEMA s'adresse à tous, en tant que marque et en tant qu'employeur. Une culture ouverte où chacun est égal et participe, quelles que soient nos différences. C'est ce que nous défendons.

## employés dans les bureaux

	NL support office	NL DC	NL boulangeries	Dhaka achats	Hong Kong achats	Shanghaï achats
hommes	223	455	174	15	2	9
contrat à durée indéterminée	165	418	150	11	2	2
contrat à durée déterminée	58	37	24	4		7
temps plein	187	377	146	15	2	9
temps partiel	36	78	28			
femmes	444	154	69	4	7	21
contrat à durée indéterminée	313	142	46	4	7	1
contrat à durée déterminée	131	12	23			20
temps plein	245	89	21	4	6	20
temps partiel	199	65	48		1	1
total % CCT	95 %	99 %	99 %			

## employés dans les magasins

	NL	BE	FR	AL	AU	RU	ES	LUX
hommes	913	82	230	38	4	30	46	2
contrat à durée indéterminée	420	75	230	12	4	30	25	2
contrat à durée déterminée	493	7	-	26	-	-	21	-
temps plein	196	38	180	39	1	18	8	1
temps partiel	717	44	50	160	3	12	38	1
femmes	6604	758	399	199	54	42	98	31
contrat à durée indéterminée	3226	710	399	72	54	42	49	29
contrat à durée déterminée	3378	48	-	127	-	-	49	2
temps plein	390	200	284	12	10	18	11	4
temps partiel	6214	558	115	26	44	24	87	27
non spécifié							1	
contrat à durée indéterminée							1	
temps partiel							1	
total % CCT	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

\* Date de référence : 31 décembre 2020. Les stagiaires et les magasins franchisés des Émirats arabes unis et du Qatar ne sont pas inclus dans cette vue d'ensemble.

# NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

## de la matière première au client



### saucisse fumée

Notre produit HEMA emblématique, la saucisse fumée, est fabriquée à partir de viande portant un label de qualité Beter Leven 1 étoile



### tous les produits en coton proviennent de sources durables

Nous achetons du coton via la Better Cotton Initiative (BCI) et par le biais des directives de l'Organic Content Standard (OCS) et du Global Organic Textile Standard (GOTS).

### bureaux d'achat à Dhaka, Hong Kong et Shanghai

Par l'intermédiaire de nos bureaux d'achat nous achetons dans le monde entier, où nous le pouvons, des matières premières durables et surveillons les conditions de travail



### 32 000 produits HEMA

- Meilleur pour le client
- Meilleur pour les personnes qui fabriquent nos produits
- Meilleur pour le monde dans lequel nous vivons



### 19 000 employés

À notre support office, dans les centres de distribution, les bureaux des achats et les magasins, nos employés s'engagent chaque jour auprès de nos clients



### formation et développement

Nous stimulons la coopération mutuelle, le développement personnel et l'esprit d'ambassadeur parmi nos employés.

### diversité et inclusion

Hema s'adresse à tous. Nous le montrons, entre autres, par le biais de notre Fondation HEMA et de notre groupe de travail interne Workplace Pride



### produits HEMA conçus sur la base des valeurs HEMA

Optimistes, clairs, accessibles, typiquement néerlandais, fiables, uniques et durables.



### 6 millions de clients HEMA font des achats chaque semaine

Appelez et commandez dans les magasins HEMA locaux, click & collect via le site web HEMA et faites vos achats (sur rendez-vous) dans le magasin de votre choix.

### initiatives locales

HEMA veut avoir un impact positif sur l'environnement local. Nous donnons des produits alimentaires à l'Armée du Salut et aux banques alimentaires, ou nous les vendons via Too Good to Go.



<p><b>social</b></p> <p>► 6 millions de clients HEMA par semaine</p>	<p><b>nos investissements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• HEMA Foundation</li> <li>• groupe de travail interne Workplace Pride</li> <li>• engagement en faveur de la diversité et de l'inclusion</li> <li>• design HEMA pour rendre les questions sociales discutables</li> </ul>	<p><b>nos résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• introduction d'un congé spécial de naissance</li> <li>• le drapeau arc-en-ciel est hissé dans notre centre de distribution, notre support office et nos boulangeries.</li> <li>• assortiment inclusif</li> </ul>	<p><b>notre impact</b> HEMA s'adresse à tous. Nous rendons négociables les défis sociaux complexes et utilisons le design pour promouvoir l'inclusion. Nous le faisons en tant que HEMA et avec nos partenaires.</p> <p>● ODD : 5, 10 &amp; 17 En savoir plus sur les piliers 1 et 3</p>	<p><b>NOTRE MODÈLE DE CRÉATION DE VALEUR</b> HEMA est au cœur de la société. Nous nous efforçons d'avoir un impact positif sur l'ensemble de la chaîne, de la matière première au client.</p>
<p><b>production</b></p>	<p><b>nos investissements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 bureaux d'achats à Dhaka, Bangladesh et Shanghai</li> <li>• 2 centres de distribution à Utrecht et Nieuwegein</li> </ul> <p><b>notre impact</b> Chez HEMA, nous pensons qu'il est important de travailler dans une chaîne transparente et durable, de permettre à nos employés de travailler dans la dignité et d'utiliser nos matières premières de la manière la plus durable possible.</p>	<p><b>ventes dans nos magasins et en ligne</b></p> <p><b>produits vraiment HEMA</b></p> <p><b>bon pour aujourd'hui, meilleur pour demain</b></p> <p><b>achats matières premières</b></p>	<p><b>distribution</b></p>	<p><b>nos investissements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 19 000 employés dans le monde entier</li> <li>• coaching et développement</li> </ul> <p><b>notre impact</b> Nous voulons offrir aux employés un lieu de travail sûr et agréable. Chaque employé doit se sentir à l'aise à sa place.</p> <p>● ODD : 5 &amp; 10 En savoir plus sur le pilier 3</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 771 magasins dans 11 pays</li> <li>• support office à Amsterdam</li> <li>• boutiques en ligne dans six pays</li> </ul>	<p>● ODD : 8, 12 &amp; 17 En savoir plus sur le pilier 2</p>		<p><b>production</b></p>	<p><b>nos investissements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• design HEMA durable pour nos produits</li> <li>• achats responsables</li> <li>• carburant pour le transport vers les magasins</li> </ul> <p><b>nos résultats</b></p>
<p><b>nos résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ► 32 000 produits, 37 % d'articles divers, 38 % de vêtements et sous-vêtements, 22 % de produits alimentaires et boissons, 3 % de services</li> <li>• 86 % des évaluations de produits en ligne ont 3 ou 4 étoiles</li> <li>• liste publiée avec les usines de niveau 1</li> <li>• audits des nouveaux sites de production dans les pays à risque</li> <li>• 97 audits MRQ et 401 audits BSCI sur les critères sociaux</li> <li>• 48 formations offertes via SAVE à ►1.700 employés pour renforcer la position des employés</li> </ul>	<p><b>financier</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 103,4 millions d'euros de fonds propres en 2020</li> <li>• 3545 millions d'euros d'investissements (CAPEX) en 2020</li> </ul>	<p><b>nos investissements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• partenariat avec Jumbo et Walmart.com</li> <li>• collaboration avec Franprix, Casino et Wehkamp</li> </ul> <p><b>nos résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1541 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020</li> <li>• 1065 millions d'euros de chiffre d'affaires net en 2020</li> </ul>	<p><b>notre impact</b> Durabilité et résultats financiers vont de pair pour HEMA. De cette façon, nous pouvons avoir un impact positif sur les personnes, l'environnement et la société.</p> <p>● ODD : 8 &amp; 12 Plus d'informations sur HEMA</p>	<p><b>notre impact</b> HEMA souhaite utiliser les matières premières et les matériaux le plus efficacement possible et se concentrer davantage sur la circularité. Ainsi, les générations futures pourront continuer à profiter de notre planète.</p> <p>● ODD : 8, 12, 13 &amp; 17 En savoir plus sur les piliers 1 et 2</p>

# la durabilité chez HEMA

## piliers et sujets de la durabilité

Le développement durable est au cœur de nos activités. En 2019, nous avons analysé les sujets de durabilité que nos acteurs internes et externes considèrent comme les plus importants pour HEMA. Par le biais d'une enquête en ligne et d'entretiens, nous avons recueilli les commentaires des employés de différents services (membres de la direction et du conseil d'administration et personnel) ainsi que des organisations sociales et des fournisseurs.

La matrice de matérialité montre à quel point chaque sujet a été jugé pertinent pour HEMA. Le coin supérieur droit montre les sujets sur lesquels HEMA peut avoir le plus d'impact. Nous avons divisé ces sujets en trois piliers :

1. De quoi sont faits nos produits
2. Comment sont faits nos produits
3. Notre rôle dans la société

### 1. matières premières et matériaux

Nous voulons réduire l'impact négatif de nos produits en utilisant des matières premières alternatives plus durables. Nous franchissons en outre de grands pas au sein du modèle linéaire et nous avons l'ambition de travailler de façon circulaire.

Pilier 1 : De quoi sont faits nos produits p. 14

### 2. responsabilité de la chaîne

Nous prenons nos responsabilités quant à notre chaîne. Nous travaillons sans cesse pour avoir une meilleure compréhension de nos chaînes et pour identifier les risques potentiels pour l'homme, les animaux et l'environnement. À cet égard, nous communiquons de plus en plus avec nos clients.

Pilier 2 : Comment sont faits nos produits p. 23

### 3. conditions de travail des fournisseurs

Nous luttons pour que nos produits soient fabriqués de manière responsable. Nous menons à tous moments des audits avant de travailler avec de nouvelles usines. En 2019, nous avons aussi entamé de nouvelles activités pour apporter des améliorations de manière encore plus efficace.

Pilier 2 : Comment sont faits nos produits p. 25

### 4. conception durable

Durabilité, solutions pour le client et qualité sont nos premières préoccupations lors du développement de nos produits. Des produits meilleurs pour le client, meilleurs pour ceux qui fabriquent nos produits et meilleurs pour le monde dans lequel nous vivons.

Pilier 1 : De quoi sont faits nos produits p. 20

### 5. emballages

Nous utilisons plusieurs emballages pour protéger et transporter nos articles. À cet égard, notre ambition est d'utiliser moins de matériaux d'emballage qui seront plus durables et mieux recyclables.

Pilier 1 : De quoi sont faits nos produits p. 20

### 6. satisfaction du client

Nous voulons rendre la vie quotidienne de nos clients plus agréable et plus simple, mais aussi l'améliorer. En leur permettant de faire toujours plus de choix durables. Dans tous les pays où nous sommes présents, dans le magasin et notre boutique Web.

Pilier 3 : Notre rôle dans la société p. 29

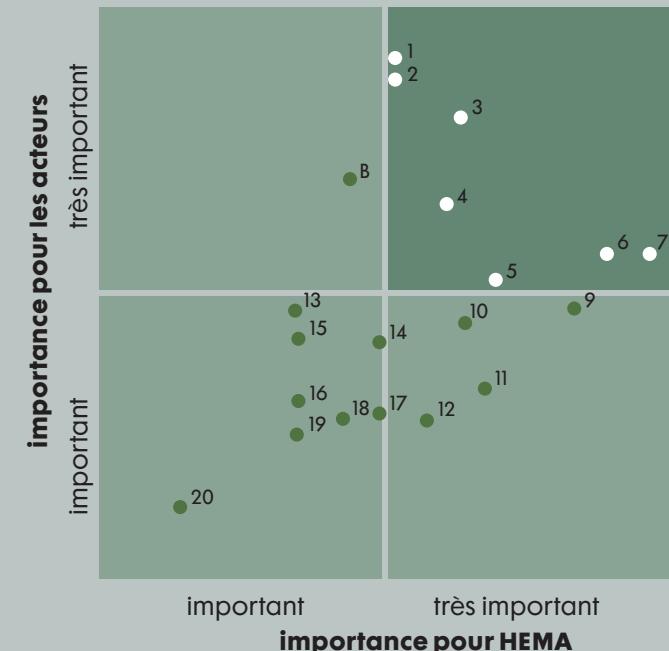
### 7. bonne responsabilité de l'employeur

Nous croyons en la force d'employés bien formés, en bonne santé et concernés. Nous trouvons en outre qu'il est important que nous reflétions correctement notre société.

Pilier 3 : Notre rôle dans la société p. 30

8. gestion durable, 9. performance financière,  
10. engagement des employés, 11. développement des employés, 12. diversité, 13. réduction des déchets alimentaires, 14. implication sociale,  
15. bien-être des animaux, 16. consommation d'énergie,  
17. assortiment sain, 18. collecte des déchets pour le recyclage, 19. transport et logistique, 20. achat local

## matrice de matérialité



## garantir la durabilité

Avec nos employés, nous travaillons sur la durabilité. Nous avons un département de durabilité qui est responsable de la stratégie et du suivi de notre politique de durabilité. Cette équipe soutient les autres départements, par exemple en achetant de manière aussi durable que possible ou en aidant à développer un design HEMA durable.

Le conseil d'administration et le conseil d'exploitation sont également étroitement impliqués dans la politique de durabilité. Le département de la durabilité y est représenté. La durabilité fait l'objet de discussions mensuelles à ces niveaux, de sorte que les nouvelles initiatives et les progrès des résultats obtenus sont régulièrement coordonnés. En 2021, nous prévoyons de créer un comité du développement durable composé de membres du conseil d'administration et du conseil d'exploitation. C'est ainsi que nous renforçons l'intégration de la durabilité dans l'organisation HEMA.

Nous estimons qu'il est important que les employés se sentent impliqués. C'est pourquoi nous informons les employés par le biais de mailings, de HeyHEMA et nous sondons en permanence leurs opinions.

Nous estimons qu'il est important que les employés se sentent impliqués. Pour cette raison, nous informons les employés par le biais de mailings, de HeyHEMA (notre intranet) et nous sondons continuellement leurs opinions. Nous veillons également à ce que les employés puissent facilement partager leurs opinions au sein de notre organisation. Aux Pays-Bas, les employés peuvent également les signaler de manière anonyme via la procédure lanceur d'alerte.





## étapes de la durabilité pendant la pandémie

On me demande souvent quand je pense qu'un produit est un produit durable. Pour moi, un produit n'est jamais fini. Nous devons travailler en permanence à l'élaboration d'un meilleur produit, ayant moins d'impact négatif sur les personnes et l'environnement, qui aide ou incite les gens à vivre de manière plus durable. Pour cela, il faut des produits de bonne qualité qui durent longtemps. Chez HEMA, nous travaillons pour améliorer nos produits d'un cran chaque jour.

La durabilité est importante pour HEMA et 2020 nous a posé un certain nombre de défis. Les matières premières et matériaux durables que nous utilisons pour nos produits n'étaient pas tous disponibles. En outre, les prix de certaines matières premières ont fortement augmenté, comme le coton biologique. Pour ces raisons, certains objectifs concernant les matières premières durables ont été reportés de 2021 à 2022. Néanmoins, nous nous en tenons à nos normes et travaillons dur pour les atteindre. Dans le même temps, cette crise souligne l'importance de la durabilité. L'étape vers la circularité est donc très importante pour nous. En collaboration avec l'équipe de design et les

acheteurs, nous accordons une attention particulière à la circularité dans les nouveaux designs et l'utilisation des matériaux.

La collaboration avec les fournisseurs est importante pour atteindre nos objectifs de durabilité, mais en raison de la pandémie, nous avons malheureusement dû ajuster un certain nombre de commandes. Ici aussi, le pouvoir de la coopération était évident, car nous avons cherché des solutions avec nos fournisseurs. Sean Thistleton, notre directeur des achats mondiaux, explique comment nous faisons face à ce dilemme dans l'interview de la page 24.

Je suis également flère que nous ayons signé la Charte de la diversité au début de l'année 2021. Nous nous engageons ainsi à devenir un employeur encore plus inclusif. En tant que marque, nous avons également la possibilité et la confiance de sensibiliser la société à l'importance de la diversité et de l'intégration. Nous y travaillons depuis de nombreuses années, par exemple à travers la Fondation HEMA, le congé spécial de naissance pour nos employés et en faisant des choix conscients concernant les modèles et le langage que nous utilisons. Mais nous allons nous attaquer à ce problème de manière encore plus structurelle dans les années à venir. Parce que c'est exactement ce que nous sommes en tant que marque et en tant qu'employeur, nous nous adressons à tous.



## Eva Ronhaar

directrice de l'innovation et du développement durable et directrice de la Fondation HEMA chez HEMA



# HEMA en discussion avec la société

**clients**  
ODD 5, 10, 12

**fournisseurs**  
ODD : 8, 12

**organisations  
industrielles et  
sectorielles**  
ODD : 8, 12

**partenaires**  
ODD : 8, 12, 17

**organisations  
labels de qualité**  
ODD : 8, 12, 13, 17

**gouvernements**  
ODD : 5, 8, 10, 12

**organisations  
sociales**  
ODD : 5, 8, 10



## dialogue ouvert

HEMA estime qu'il est important de parler aux parties prenantes externes. Ce n'est qu'ensemble que nous pourrons avoir un impact positif. L'année 2020 a été une année spéciale, au cours de laquelle il a été particulièrement important de rester impliqués les uns avec les autres. Nous nous sommes adressés aux parties prenantes externes de diverses manières. Notre département de la durabilité, les autres départements et le conseil d'administration ont été étroitement associés. Nous avons parlé de divers sujets que nous relions aux ODD.

## pactes et initiatives multipartites

- Engagement de transparence
- Pacte sur le plastique
- Pacte sur le plastique dans les feux d'artifice
- Pacte sur les ballons en plastique
- Accord avec le Bangladesh
- Convention IMVO sur les vêtements et les textiles durables
- Amfori BSCI

## conventions et normes internationales

- Conventions de l'OIT
- Déclaration universelle des droits de l'homme
- Convention sur les droits de l'enfant
- Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes
- Global Reporting Initiative
- Critère de référence en matière de transparence

# pilier 1

## de quoi sont faits nos produits

13

### s'efforcer d'avoir un impact positif sur les personnes, l'environnement et les animaux

Chez HEMA, nous inventons et concevons nos propres produits. C'est ce qui fait de nous vraiment HEMA.

Nous le faisons en tenant compte des personnes, de l'environnement et des animaux. Nous nous efforçons d'utiliser des matières premières durables. Nous veillons à ce que les produits durent longtemps et nous réfléchissons soigneusement à l'emballage. Qu'il s'agisse d'articles divers, d'aliments et de boissons, ou de produits de beauté et de vêtements, nous procédons ainsi pour tous nos produits.



## design HEMA durable

Nous concevons nous-mêmes nos produits. C'est ce qui rend HEMA unique. Cela signifie également que nous avons une grande influence sur le choix de certaines matières premières, le design et l'emballage. Pour rendre nos produits plus durables, plus faciles et plus fun, nous testons nos conceptions sur un certain nombre d'éléments :

- Meilleur pour le client : conception intelligente de produits faciles à utiliser, durables et fabriqués à partir de matériaux durables.
- Meilleur pour les personnes qui fabriquent nos produits : dans la mesure du possible, nous augmentons l'impact social positif du développement de nos produits.
- Meilleur pour le monde dans lequel nous vivons : nous réduisons autant que possible l'impact négatif sur l'environnement.

Nous étudions comment nous pouvons appliquer la circularité à nos produits. En 2021, nous lancerons une formation sur la conception circulaire pour les collègues de HEMA.

## assortiment inclusif

Hema s'adresse à tous. Cela se reflète dans notre assortiment. Par exemple, nous proposons des produits de soins de la peau pour tous les types de peau et tous les âges, et chacun peut trouver la lettre en chocolat qu'il souhaite, car nous les fabriquons dans toutes les lettres de l'alphabet. Nous recevons aussi régulièrement des questions de nos clients, par exemple cette année au sujet du costume indien au Royaume-Uni. La question était de savoir s'il était encore approprié de vendre ce produit. Au Royaume-Uni, nous avons retiré cette panoplie de l'assortiment et dans les autres pays, nous ne commanderons pas à nouveau ce produit, qui disparaîtra donc naturellement des magasins.

## du concours de design HEMA aux produits vraiment HEMA

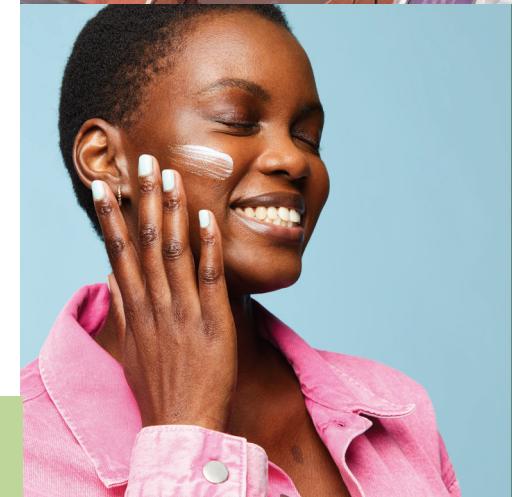
En 2020, HEMA a relancé le concours de design HEMA après une absence de cinq ans. Nous avons demandé à de jeunes designers de proposer des solutions

innovantes qui rendent le temps passé avec vos proches à la maison meilleur, plus facile et plus fun. Un thème qui correspond à cette année spéciale ! Les conceptions gagnantes sont intelligentes, durables et surtout optimistes. Claudia Bleeker a remporté le prix du jury avec son projet « Houtje-Touwtje », un livre pour enfants contenant des histoires et des éléments de construction en bois que les enfants peuvent assembler. Maaike Min a reçu le prix du public avec son « Bloetegeel », un kit permettant de remplacer un pavé par un jardin vert. L'équipe de design de HEMA est impatiente de travailler avec ces jeunes designers pour créer de produits vraiment HEMA.

## approvisionnement durable des matières premières et matériaux

Nous pensons qu'il est important de traiter avec soin les matières premières, car certaines d'entre elles deviendront de plus en plus rares à l'avenir et en raison de notre taille. Cela signifie que notre choix de matières premières a un impact direct sur les personnes et l'environnement. C'est pourquoi nous pensons que les alternatives durables et circulaires sont très importantes. Ces dernières années, nous avons déjà obtenu de bons résultats.

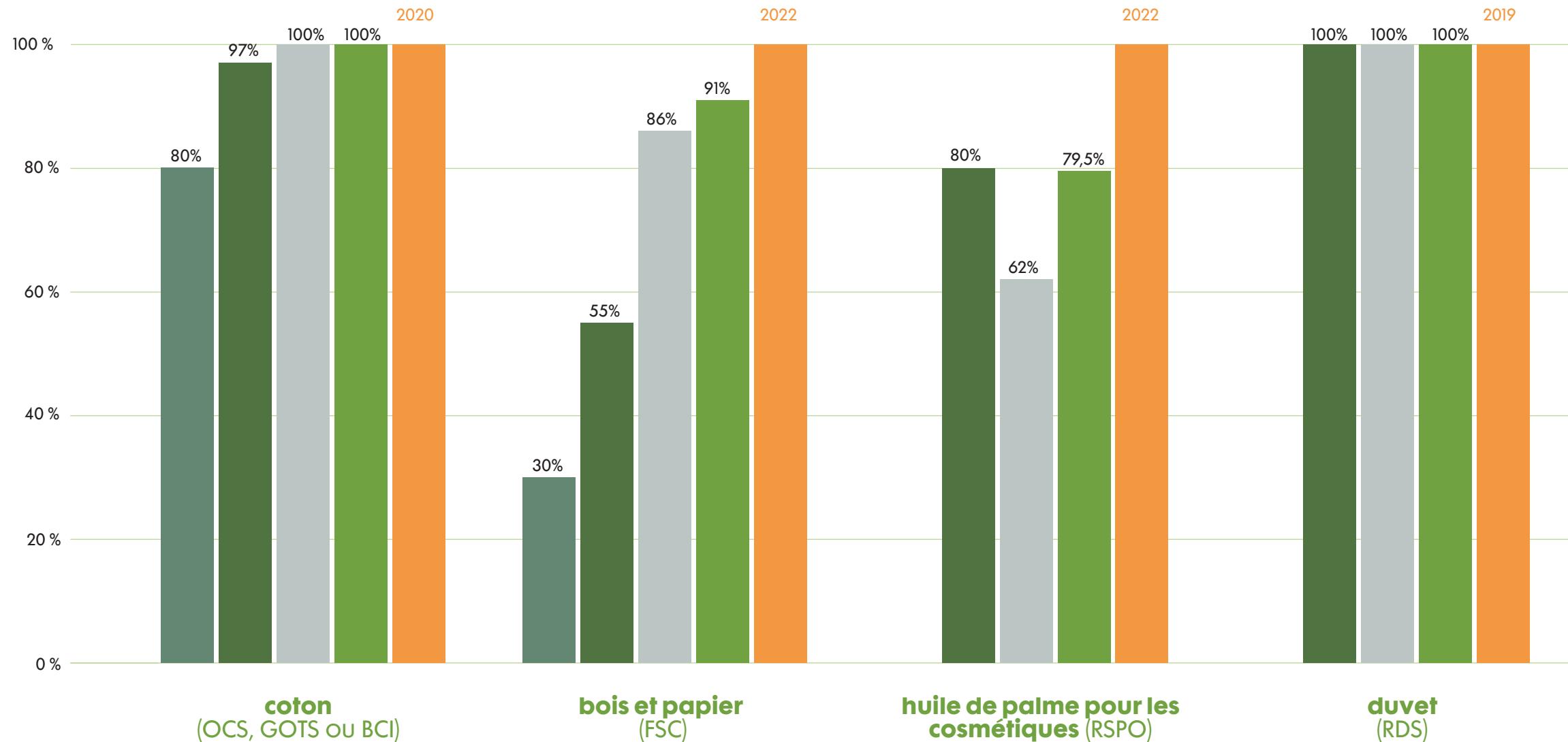
Nous assumons notre responsabilité dans la chaîne lorsqu'il s'agit de la durabilité de nos matières premières et nous utilisons des labels de qualité reconnus au niveau national et international. Nous nous concentrons sur les matières plastiques, le coton, le bois et le papier, les produits laitiers, la viande, le café, le thé, le cacao et l'huile de palme. C'est là que nous avons le plus grand impact. Par exemple, tout notre cacao est certifié UTZ et plus de 90 % de notre papier et de notre bois est certifié FSC. Sur les deux pages suivantes, nous montrons les progrès réalisés par groupe de produits. Nous avons reporté un certain nombre d'objectifs concernant les produits alimentaires, tels que la viande pour garnir les sandwichs, le poisson et les crustacés ainsi que les produits laitiers frais, de 2021 à 2022, car nous revoyons notre assortiment de produits alimentaires. Lorsque nous introduisons de nouveaux produits, ils répondent immédiatement à nos exigences en matière de durabilité.



Nous concevons nous-mêmes nos produits. C'est ce qui rend HEMA unique.

## développements en matière d'achats durables non alimentaire

2017 2018 2019 2020 objectif



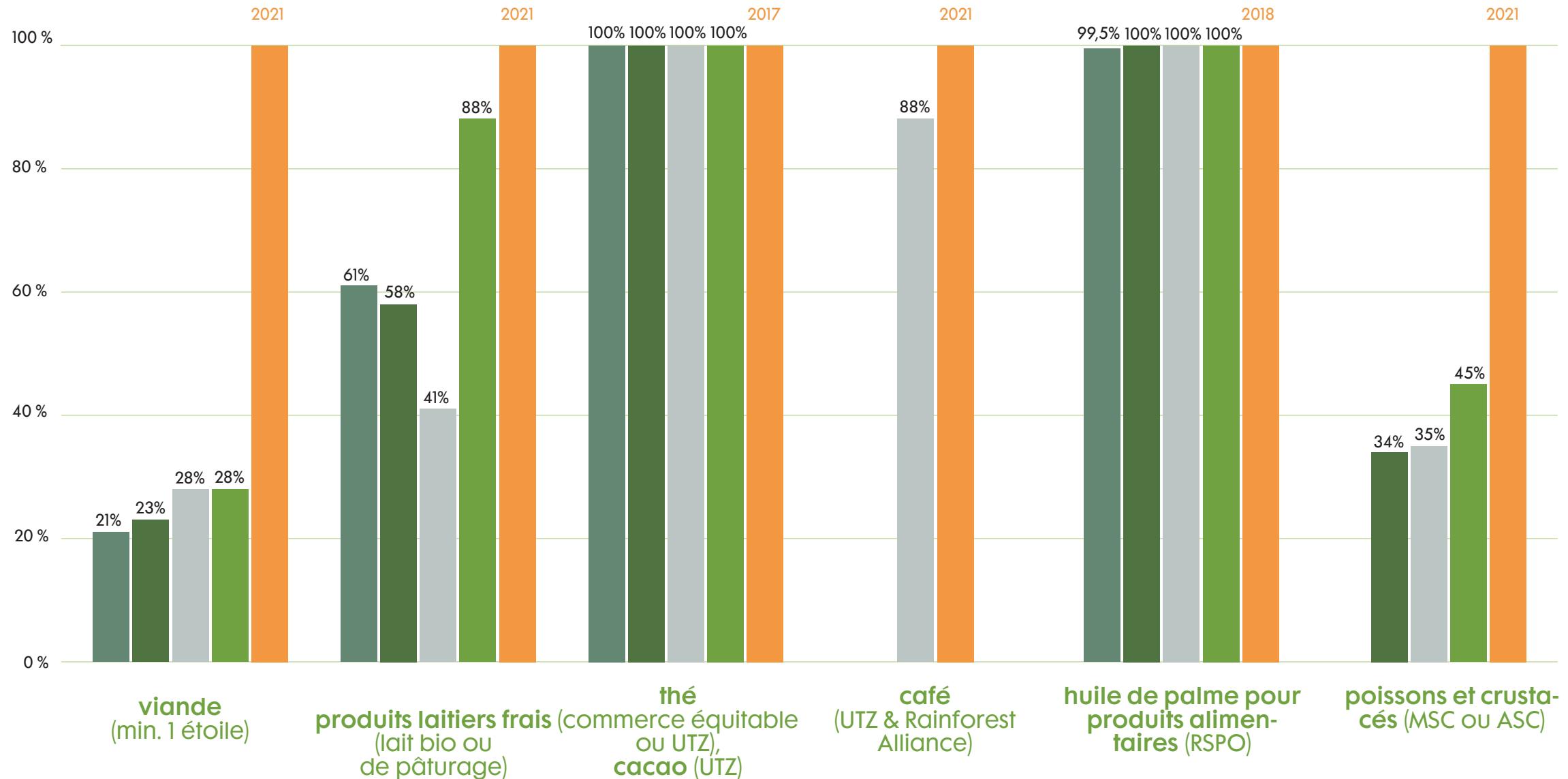
\*HEMA utilise des normes internationalement reconnues pour rendre les groupes de produits plus durables.

Ces graphiques montrent les progrès que nous avons réalisés par rapport à nos objectifs pour chaque groupe de produits.

\*\*Le champ d'application est le commerce de détail et la restauration, à l'exclusion de nos boulangeries. Le calcul est basé sur le nombre total d'UGS.

## développements en matière d'achats durables alimentaire

2017 2018 2019 2020 objectif



\*HEMA utilise des normes internationalement reconnues pour rendre les groupes de produits plus durables.

Ces graphiques montrent les progrès que nous avons réalisés par rapport à nos objectifs pour chaque groupe de produits.

\*\*Le champ d'application est le commerce de détail et la restauration, à l'exclusion de nos boulangeries. Le calcul est basé sur le nombre total d'UGS. Le calcul pour le café a été ajusté à partir de 2020 ; dorénavant, nous ferons un rapport sur la base du volume total.



## textiles durables

Depuis 2019, l'ensemble de notre coton, tant pour les vêtements que pour les textiles de maison, est issu de sources durables. Nous en sommes fiers. Pour cet achat durable, nous utilisons trois normes : Better Cotton Initiative (BCI), Organic Content Standard (OCS) et Global Organic Textile Standard (GOTS).

achats de coton	2017	2018	2019	2020
BCI	70 %	85 %	88 %	84 %
GOTS et OCS	10 %	12 %	12 %	16 %
total	80 %	97 %	100 %	100 %

\* calculé sur la base de la part de produits certifiés par rapport à l'assortiment complet.

## Better Cotton Initiative (BCI)

La BCI est un partenariat entre des organisations de développement, des organisations environnementales et les entreprises pour rendre la culture du coton plus durable. La BCI stimule une production respectueuse de l'environnement, un bon environnement de travail et une bonne rétribution pour les agriculteurs et leurs employés. En achetant du coton par l'intermédiaire de BCI, nous contribuons à rendre la culture du coton plus durable. En 2020, nous avons touché plus de 10 000 producteurs de coton et généré 1,9 million d'euros de revenus supplémentaires pour eux. Cela représente une augmentation de plus de vingt pour cent. Cela est généralement dû à des rendements plus élevés et à une utilisation plus efficace des ressources telles que l'eau et les pesticides. En 2020, les agriculteurs BCI ont économisé environ 4,2 millions de litres d'eau et évité l'utilisation de 2 750 kg de pesticides grâce à nos achats de Better Cotton.

contribution de HEMA	2019	2020
nombre estimé de producteurs de coton atteints	► 5 500	10 750
revenus supplémentaires des producteurs de coton	1 522 264 €	1 900 000 € *
estimation du nombre d'hectares de terres cultivées avec Better Cotton	non enregistré	20 750

Les agriculteurs BCI voient leurs bénéfices augmenter pour diverses raisons, principalement à la suite de rendements plus élevés et/ou d'une utilisation optimisée des intrants, tels que l'eau d'irrigation, les pesticides ou le fumier synthétique.

\*\* Toutes les données ci-dessus proviennent du calculateur BCI.

## coton biologique

Pour l'achat de coton biologique, nous utilisons les normes des labels de qualité internationaux Organic Content Standard (OCS) et Global Organic Textile Standard (GOTS). Les deux labels visent à accroître la production agricole biologique. GOTS impose également des exigences sur le processus de production ultérieur. Les flux de produits OCS et GOTS sont séparés tout au long de la chaîne et sont donc traçables jusqu'au produit final.



## couettes et oreillers rPET, housses biologiques

Les clients de HEMA dorment de manière responsable. Nos couettes et oreillers sont remplis de matériau recyclé (rPET) et constituent donc une alternative durable aux remplissages traditionnels. Cela permet de réduire notre empreinte carbone. De plus, les housses de couettes et d'oreillers sont en coton 100 % biologique certifié (GOTS).



## clean beauty

HEMA a pour ambition d'être un leader de la beauté propre.

Nous estimons qu'il est important que ces produits tels que les soins de la peau et les soins capillaires ne contiennent pas d'ingrédients susceptibles d'être nocifs pour les utilisateurs ou la nature.



## veggisse

Quand vous pensez à HEMA, vous pensez à notre saucisse fumée emblématique. Depuis octobre 2020, nous la proposons également dans une version végétarienne que nous appelons « veggisse ». Cela rend le fait de ne pas manger de viande ou de manger moins de viande encore plus facile et plus fun. La version végétarienne de la saucisse fumée est délicieuse à l'apéritif, en sandwich, mais aussi dans vos plats, soupes et purées. C'est ainsi que nous rendons nos produits accessibles à tous.



## shampooing

Tous nos soins capillaires sont fabriqués conformément à nos directives pour une beauté propre. Nous avons des shampoings pour différents types de cheveux, et nous n'utilisons que des ingrédients sûrs, donc pas de sulfates comme le SLS et le SLES.\* Tous les shampoings et après-shampooings que nous avons introduits en 2020 sont vegan. Les emballages de nos shampoings sont fabriqués à partir de matériaux 100 % recyclés (rPET) et les tubes de notre après-shampooing à partir de 57 % de matériaux recyclés. Nous encourageons l'utilisation de matériaux d'emballage recyclés tels que le PEHD et le bioPe, et nous conservons nos bouteilles incolores pour le recyclage.

L'année dernière, nous avons également introduit le shampooing sous forme de tablettes. Elles sont vegan, utilisent moins d'eau et produisent moins de déchets plastiques que nos bouteilles de shampooing.

\*SLS & SLES (Sodium lauryl sulfate & sodium laureth sulfate) sont des ingrédients détergents dans les cosmétiques et sont utilisés dans les shampoings et les nettoyants pour le visage, par exemple.

## alimentation et boisson

Dans nos magasins aux Pays-Bas et en Belgique, nous proposons un large éventail d'aliments frais et emballés, des petits pains frais à la charcuterie, en passant par les snacks et les pâtisseries fraîches. Au sein de notre assortiment, nous souhaitons proposer des alternatives plus saines et plus durables, par exemple en rendant les options vegan ou végétariennes accessibles à un plus large public.



## articles divers

HEMA vend des articles divers. Il s'agit de produits d'usage quotidien, tels que les articles pour la maison et la cuisine, les fournitures scolaires et de bureau, les pièces de bicyclette et les articles pour fêtes et cadeaux. Lors de la conception de ces produits, nous combinons également une longue durée de vie avec l'utilisation de matériaux durables.

## fanions en textile

HEMA développe des produits de fête que vous pouvez utiliser pendant longtemps, par exemple, pour les anniversaires. Vous pouvez suspendre cette gamme de fanions à l'infini ou les utiliser pendant longtemps pour la décoration de votre chambre, par exemple.





Un produit avec lequel nous avons beaucoup d'impact est la grenouillère. Un bébé sur trois porte une grenouillère de la marque HEMA. Elles sont fabriquées en coton durable ou en bambou certifié FSC et s'adaptent parfaitement grâce à leur élasticité. Cette grenouillère dispose également d'une ligne avec une double rangée de boutons-pression, permettant à votre enfant d'y entrer plus longtemps. Une façon amusante de sensibiliser la nouvelle génération aux achats responsables et durables dès le plus jeune âge.

### un design HEMA durable

Chaque jour, nous cherchons avec l'équipe de design comment améliorer la vie de nos clients. Un design « vraiment HEMA » est intelligent, durable et surtout fun et optimiste. Il doit également être accessible pour un grand groupe de personnes.

En tant qu'équipe de design, nous examinons toujours la conception de nos produits sous l'angle de la durabilité : travaillons-nous avec les bons matériaux et pouvons-nous concevoir des produits durables ? En 2021, la circularité fera l'objet d'une attention particulière : comment faire en sorte que nous utilisions davantage de matériaux recyclés ? Nous sommes en contact étroit avec le département de la durabilité et nos fournisseurs. Nous voulons également nous concentrer sur le « vrai choix » : un assortiment qui est inclusif et qui convient à nos clients. Pensez par exemple au tom Pouce sans lactose et à la saucisse également sans lactose. Nous pouvons faire beaucoup plus dans ce domaine.

Je trouve que c'est un défi de développer des produits qui conviennent à nos clients aujourd'hui et qui seront toujours d'actualité dans dix ans. Un bon exemple : un chandelier au design simple que nous avons développé il y a environ six ans et qui fait toujours partie de notre assortiment.

L'année dernière, la situation familiale des clients a beaucoup changé. La table de la cuisine est donc devenue non seulement un endroit pour manger, mais aussi un endroit pour travailler et passer beaucoup plus de temps avec la famille. Cela offre des opportunités pour des produits tels que les boîtes de rangement. Nous constatons également que les consommateurs sont de plus en plus intéressés par la durabilité et optent pour des produits fonctionnels qui durent plus longtemps.



## Milou Pikaart

responsable du design produits alimentaires et articles divers chez HEMA

## **réduire le plastique**

Le plastique est une ressource non renouvelable et n'est pas naturellement dégradable. Pour y faire face de manière responsable, nous avons élaboré en 2019 une politique à trois niveaux : les produits en plastique à usage unique, les produits en plastique à usage de longue durée et les emballages en plastique destinés aux consommateurs.

### **1. produits en plastique à usage unique**

Les produits en plastique à usage unique disparaissent de notre assortiment. Cette mesure est conforme à la législation européenne visant à interdire les produits en plastique à usage unique à partir de juillet 2021. Nous avons cherché des alternatives dans neuf groupes de produits et en avons trouvé une pour chaque groupe. Nous les introduisons progressivement. Par exemple, nous proposons désormais des sacs en papier au lieu de sacs en plastique.

### **2. produits en plastique à usage de longue durée**

Pour les produits en plastique réutilisables, nous utilisons moins de plastique dans la mesure du possible et utilisons des matériaux plus durables et recyclables. Nous avons recherché les produits en plastique que nous pouvons adapter pour un usage de longue durée. En 2019, nous avons converti 88 articles en matériaux recyclés ou renouvelables. En 2020, il y en a eu 123. Dans les années à venir, nous travaillerons avec nos partenaires pour utiliser des matériaux recyclés ou renouvelables pour tous les produits en plastique ou en polyester d'ici 2025.

### **emballage durable**

L'emballage garantit la sécurité et la qualité des produits. Dans notre design HEMA, nous examinons comment utiliser l'emballage de manière intelligente et durable tout au long de la chaîne : de l'emballage destiné au consommateur ( primaire) dans les magasins, aux boîtes extérieures (secondaires) et à l'emballage pour le transport (tertiaire) dans la logistique. Depuis 2018, nous avons fixé des objectifs basés sur le fait

d'emballer moins lorsque cela est possible, et d'utiliser autant que possible des matériaux plus durables et recyclables. Ceci est en accord avec les objectifs du Pacte plastique que HEMA a signé.

### **moins de matériaux d'emballage dans les emballages destinés aux consommateurs**

D'ici 2025, nous voulons utiliser 25 % de matériaux d'emballage en moins dans les emballages destinés aux consommateurs par rapport à 2019. Nous examinons le papier, le carton, le plastique, l'aluminium et d'autres matériaux.\* En 2019, nous avons effectué une mesure de référence. En 2020, nous avons utilisé deux pour cent de matériaux d'emballage en moins par rapport à 2019. Par exemple, nous cherchons à savoir si nous pouvons utiliser moins de matériaux d'emballage en plastique dans les produits saisonniers.

Nous étudions également, par exemple, comment utiliser les produits plus longtemps en utilisant des emballages rechargeables. Par exemple, en 2020, nous avons introduit une palette d'ombres à paupières qui peut être rechargée. La palette, qui est fabriquée à partir de 25 % de matériaux recyclés, dure ainsi plus longtemps.

### **moins de plastique dans les emballages destinés aux consommateurs**

Dans nos emballages de, nous voulons utiliser 25 % de plastique en moins d'ici 2022 par rapport à 2019. En 2019, nous avons fait le point sur le poids total de plastiques provenant des emballages destinés aux consommateurs. À partir de 2020, nous rendrons compte de la réduction moyenne des emballages plastiques destinés aux consommateurs.\*\* En 2020, nous avons utilisé en moyenne deux pour cent de plastique en moins par produit acheté par rapport à 2019. Nous pouvons encore faire beaucoup de progrès dans ce domaine. Nous cherchons à réduire la quantité de plastique dans nos emballages ou à la remplacer, par exemple, par du carton certifié FSC, comme pour nos packs de piles et nos tablettes de shampoing.

## **objectifs pour les emballages destinés aux consommateurs**

- 25 % d'emballages destinés aux consommateurs en moins en 2025 par rapport à 2019**
- 25 % de plastique en moins dans les emballages destinés aux consommateurs en 2025 par rapport à 2019**
- 100 % de nos emballages plastiques destinés aux consommateurs seront fabriqués à partir de plastiques recyclés ou biosourcés en 2025**
- 100 % de nos emballages destinés aux consommateurs seront recyclables en 2025.**





## plastique recyclé ou biosourcé dans les emballages plastiques destinés aux consommateurs

D'ici 2025, nous voulons que tous les emballages plastiques destinés aux consommateurs soient fabriqués à partir de plastique recyclé ou biosourcé. Nous sommes constamment à la recherche de possibilités d'amélioration. Par exemple, en 2020, l'emballage de plusieurs produits de soins personnels contient du plastique recyclé ou biosourcé.

Nous avons cet objectif depuis 2019. Nous avons ensuite basé la réunion sur les types d'emballages plastiques. En 2020, nous avons changé notre méthode de mesure et mesurons désormais au niveau des articles, ce qui permet de mieux connaître la provenance des produits. Cela est également plus conforme à notre suivi interne et donc à l'intégration au sein de l'organisation. Nous en rendrons compte dans le rapport de durabilité de 2021.

## emballages recyclables destinés aux consommateurs

Il est également important pour nous que nos emballages destinés aux consommateurs soient recyclables. À cet égard, HEMA utilise des outils (Recycle Checks) fournis par le Sustainable Packaging Knowledge Institute (KIDV), qui nous aident à déterminer si un emballage est recyclable. En 2020, 54 % de nos emballages en papier, carton et plastique étaient recyclables.\* En 2019, ce chiffre était de 47 %. Voici notre ambition : en 2025, tous nos emballages de produits destinés aux consommateurs seront recyclables. Nous cherchons toujours à savoir où nous pouvons remplacer le plastique non recyclable par du plastique recyclable ou par du carton et du papier.

\* Cela ne comprend pas les emballages de bière et de vin.

\*\* Cela ne comprend pas les produits alimentaires.

## travailler ensemble pour des emballages durables

Nous avons élaboré un manuel d'emballage pour nos employés. Il contient des exemples de la manière dont HEMA fait des choix durables à ces trois niveaux. En ce qui concerne les emballages destinés aux consommateurs, par exemple, nous conseillons de fabriquer des bouteilles d'eau en rPET ou en bioPET (et à l'avenir en PEF), et de faire en sorte que les bouteilles soient aussi transparentes que possible pour le recyclage. Nous rendons également nos emballages de transport aussi petits que possible, par exemple en pliant les vêtements. De cette manière, nous prenons des mesures pour rendre l'ensemble de la chaîne plus efficace et plus durable.

## un choix durable pour le client

Nous proposons également des options d'emballage durable dans nos magasins HEMA. Par exemple, certains de nos sacs sont fabriqués à partir de matériaux recyclés. D'ici 2021, nous remplacerons nos sacs actuels par d'autres fabriqués à partir de matériaux recyclés (papier, PET et carton) et invitant à leur réutilisation.

## pilier 2

# comment sont faits nos produits

22

### produire dans de bonnes conditions de travail

Chez HEMA, l'impact positif sur les personnes et l'environnement dans la chaîne d'approvisionnement est notre principale préoccupation. Nous voulons nous assurer que nos produits sont fabriqués dans de bonnes conditions de travail et dans le respect de l'environnement. Nous nous efforçons constamment de mieux connaître la chaîne, d'améliorer les conditions de travail et l'impact environnemental de nos produits. En fonction des matériaux, des processus de production, des pays et des régions, nous fixons des priorités et évaluons où nous pouvons avoir le plus d'influence pour améliorer les conditions de travail et réduire l'impact sur l'environnement. La coopération est très importante à cet égard, c'est pourquoi nous sommes en dialogue permanent avec nos fournisseurs et les autres partenaires de la chaîne.





HEMA cartographie constamment et soigneusement les risques de sa chaîne en termes de droits de l'homme, d'environnement et de bien-être animal.

## responsabilité de la chaîne

HEMA assume ses responsabilités dans la chaîne. HEMA cartographie constamment et soigneusement les risques de sa chaîne en termes de droits de l'homme, d'environnement et de bien-être animal. Ce faisant, nous tenons compte des signaux émis par les parties prenantes concernées, telles que les syndicats, les organisations sociales et les autres partenaires de la chaîne. Ce processus dit de « diligence raisonnable » constitue la base de notre code de conduite pour tous les fournisseurs et partenaires. Nos directives sociales sont rédigées sur la base des conventions de l'OIT et de l'OCDE, de la Déclaration universelle des droits de l'homme, de la Convention des Droits de l'Enfance et de la Convention sur l'Élimination de toute forme de Discrimination contre les Femmes.

Nous contrôlons le respect de notre code de conduite par des audits des fournisseurs. Nous connaissons ainsi les conditions dans lesquelles nos produits sont fabriqués. Outre l'évaluation des conditions de travail, nous utilisons également la certification des matériaux durables et garantissons les exigences en matière d'environnement et de bien-être animal. Nous vérifions

également si le fournisseur a mis en place tous les processus de production nécessaires à la fabrication du produit HEMA. Cela garantit que nous avons également un aperçu des processus chez les sous-traitants, qui doivent également se conformer à notre code de conduite. Nous travaillons ainsi avec nos fournisseurs aux conditions environnementales et de travail de nos sous-traitants.

Le code de conduite peut être trouvé ici :  
[www.hema.net/about](http://www.hema.net/about).

## transparence des sites de production et des fournisseurs

La transparence et la traçabilité sont indispensables à la responsabilité de la chaîne. Nous surveillons depuis un certain temps les processus dans les usines qui produisent pour HEMA - nos fournisseurs dits de niveau 1. En 2020, nous avons pris des mesures supplémentaires pour mieux connaître leurs fournisseurs de matériaux et d'articles divers, que nous appelons les fournisseurs de niveau 2. Notre objectif est d'œuvrer en faveur d'un niveau 2 totalement transparent pour toutes les chaînes de vêtements, de textiles et d'articles divers. Nous voulons également pouvoir remonter plus loin dans la chaîne et

avoir un aperçu des produits et des processus des fournisseurs de matières premières (que nous appelons les fournisseurs de niveau 3). Une meilleure compréhension dans la chaîne demeure un défi, car avec plus de 32 000 produits, les chaînes de production différentes sont nombreuses. Cela nécessite une bonne coopération avec nos fournisseurs.

Chez HEMA, nous pensons qu'il est important d'être transparent envers toutes les organisations externes qui sont impliquées avec nous. De cette manière, nous pourrons nous attaquer ensemble aux éventuels abus dans la chaîne. Nous croyons fermement à la coopération avec d'autres partenaires du secteur, et cela commence par l'ouverture. Par conséquent, nous avons signé en 2019 l'engagement de transparence et publié la liste des usines qui produisent pour HEMA (niveau 1). Cela permet à nos clients et aux autres parties prenantes d'être mieux informés sur l'origine de nos produits. Nous souhaitons étendre cette liste à toutes les chaînes de vêtements et de textiles et aux articles divers (niveau 2).

La liste la plus récente peut être consultée ici :  
[www.hema.nl/duurzaamheid/productielocaties](http://www.hema.nl/duurzaamheid/productielocaties).





## Sean Thistleton

directeur des achats  
mondiaux chez HEMA

### engagement de relations à long terme avec les fournisseurs

Je travaille pour HEMA depuis trois ans en tant que directeur des achats mondiaux. Je suis né en Afrique du Sud et je me sens tout à fait chez moi chez HEMA. HEMA a un système de valeurs fort, basé sur la durabilité. Ces valeurs sont tangibles au bureau, dans les magasins et dans les relations avec nos fournisseurs.

HEMA s'engage à entretenir des relations commerciales à long terme. Nous voulons travailler avec des partenaires qui comprennent HEMA et l'importance de la durabilité de nos produits. En raison de la crise sanitaire, 2020 a été une année difficile pour HEMA et ses partenaires de la chaîne. La relation avec nos fournisseurs s'avère très résistante. Après le premier et le deuxième confinement, nous sommes restés en contact étroit et avons constamment cherché des solutions communes pour ajuster les commandes. Par exemple, nous avons été en contact avec un fournisseur de T-shirts à manches longues. On ne les vend pas en été ! Avec notre fournisseur, nous avons trouvé une solution pour adapter le design et éviter le gaspillage. Cela montre également à quel point les lignes sont courtes entre les achats et la conception des produits.

La fin de la crise sanitaire n'est pas encore en vue. Cependant, nous continuons à nous concentrer sur nos normes HEMA, en prêtant attention à la qualité et à la durabilité de nos produits, chaque jour. Cela se reflète également dans l'emballage de transport de nos produits HEMA. Nous nous efforçons de faire en sorte que tous nos emballages de transport soient fabriqués à partir de matériaux recyclés ou de matériaux issus de la sylviculture durable et certifiés FSC. C'est un grand pas. Cela n'est pas visible pour le consommateur, mais cela montre à quel point nous sommes engagés dans des objectifs durables.



Nos boîtes d'expédition ne sont pas seulement pratiques, elles sont également fabriquées à partir de papier certifié FSC. Nous examinons attentivement le contenu des commandes afin de les emballer le plus efficacement possible et de ne pas utiliser inutilement de grandes boîtes pour emballer et expédier une commande.



## conditions de travail chez les fournisseurs

HEMA effectue elle-même les inspections dites MRQ. Ces audits des exigences minimales (minimum requirement audits) donnent un aperçu des conditions de travail sur la base de sept critères :

1. transparence de la chaîne
2. prévention du travail des enfants
3. absence de travail forcé
4. environnement de travail sûr et sain
5. enregistrement réel et précis du salaire et des heures de travail
6. assurance pour les travailleurs
7. prévention de la pollution de l'environnement

Avant de passer une commande auprès des producteurs des pays à risque, nous effectuons d'abord un audit MRQ. Si des points à améliorer en résultent, nous rédigeons avec l'usine un plan d'amélioration concret avec des échéances. En 2020, tous les nouveaux producteurs dans les pays à haut risque ont été audités. Nous avons réalisé 97 audits dans des usines où des textiles et des articles divers sont fabriqués pour HEMA. Il y a eu moins d'audits qu'en 2019 (252), en raison des restrictions de voyage dues à la pandémie. Nous avons également eu moins de nouvelles implantations. Parmi toutes les nouvelles usines qui avaient mis en place un plan d'amélioration en 2020, 79 % ont été mis en œuvre

avec succès et 21 % sont toujours en cours. Ils devraient être achevés en 2021. Les plans d'amélioration concernaient principalement des actions sur la sécurité, la pollution de l'environnement et l'assurance accident des employés. Si l'auditeur constate des conditions trop éloignées de notre code de conduite et de nos normes, nous n'établirons pas de plan d'amélioration et nous nous abstiendrons de travailler ensemble. En 2020, ça a été le cas pour 2 % de nos audits. Au plus tard un an après notre propre audit, Amfori effectue un audit du fournisseur sur la base des directives de la Business Social Compliance Initiative (BSCI). La BSCI est une initiative de sociétés qui, par des audits indépendants auprès des sites de production, veut améliorer les conditions de travail et les normes environnementales dans le monde entier. L'audit de la BSCI reprend des aspects supplémentaires comme la discrimination, la liberté d'association et les négociations collectives. Ces aspects se trouvent également dans notre code de conduite.

En 2020, nous nous sommes concentrés plus explicitement sur la BSCI et un total de 401 audits ont été réalisés pour les sites de production HEMA. Pour les audits BSCI aussi, si cela s'avère nécessaire, nous rédigeons un plan d'amélioration avec l'usine. Si plusieurs membres de la BSCI produisent sur le site de production concerné, une seule société assume la direction pour l'audit et la rédaction d'un plan

audits	2019	2020
total des audits effectués	557	518
Audits MRQ	252	97
• nombre d'améliorations mises en œuvre	159	68
Audits BSCI	191	401
inspections Accord de Transition du Bangladesh	114	20

d'amélioration. Nous collaborons ainsi à l'amélioration de la chaîne.

Pour améliorer les conditions de travail au Bangladesh, HEMA a adhéré à l'Accord de Transition du Bangladesh. En 2020, 20 inspections ont eu lieu conformément aux directives de l'Accord, dans le cadre des restrictions liées à la pandémie. Celles-ci se sont notamment concentrées sur le contrôle de la progression des directives de l'Accord au niveau de la sécurité incendie, de la construction et de l'électricité. En 2020, 96 % de ces points à améliorer ont été mis en œuvre avec succès. Ainsi, nous devançons la progression moyenne de l'Accord de Transition du Bangladesh de 92 %.



Les balles de coton sont transformées en fil dans des usines.

## projets d'impact dans la chaîne

Les audits permettent de se faire une idée des conditions de travail et de les améliorer si nécessaire. Mais il s'agit également d'instantanés qui ne donnent pas un aperçu égal de tous les sujets. Par conséquent, nous utilisons aussi d'autres méthodes pour surveiller et améliorer la chaîne.

### Inde : renforcement des comités d'entreprise-en partenariat avec SAVE

Plusieurs ONG constatent un risque accru de discrimination dans l'industrie de l'habillement et du textile en Inde. HEMA trouve qu'il est important que les employés soient entendus et bénéficient de possibilités de discussion avec les employeurs au sujet de meilleures conditions de travail. C'est pourquoi HEMA travaille en collaboration avec Social Awareness and Voluntary Education (SAVE), une ONG locale de défense des droits de l'homme qui contribue à renforcer les comités d'entreprise internes dans les usines. En partenariat avec SAVE, 48 formations ont été dispensées à 1715 travailleurs en 2020. Ceci aide les fournisseurs à résoudre les problèmes en interne et de manière autonome. En 2021, nous allons poursuivre notre collaboration avec SAVE et l'étendre à d'autres usines en Inde.

### Chine : produits chimiques utilisés dans les usines de teinturerie - en collaboration avec Arcadis

En Chine, nous avons lancé un projet pour améliorer l'utilisation des produits chimiques dans les teintureries et lutter contre la pollution des eaux en collaboration avec des partenaires locaux. Une usine de Ningbo a participé à un programme d'utilisation responsable des produits chimiques de notre partenaire Arcadis en 2019, qui a identifié les domaines à améliorer pour produire plus proprement. Arcadis est une société néerlandaise de conseil et d'ingénierie qui possède des bureaux locaux dans plusieurs pays, dont la Chine. Cette entreprise souhaite améliorer la qualité du cadre de vie. Depuis 2020, l'usine travaille sur les points d'amélioration. Entre autres choses, il existe une nouvelle méthode pour travailler de manière plus sûre

et avec des produits chimiques moins nocifs, des formations ont été dispensées et une nouvelle installation a été mise en service pour collecter les émissions. En 2021, HEMA continuera à promouvoir une production plus propre.

### Inde : mise en œuvre d'un mécanisme de réclamation efficace

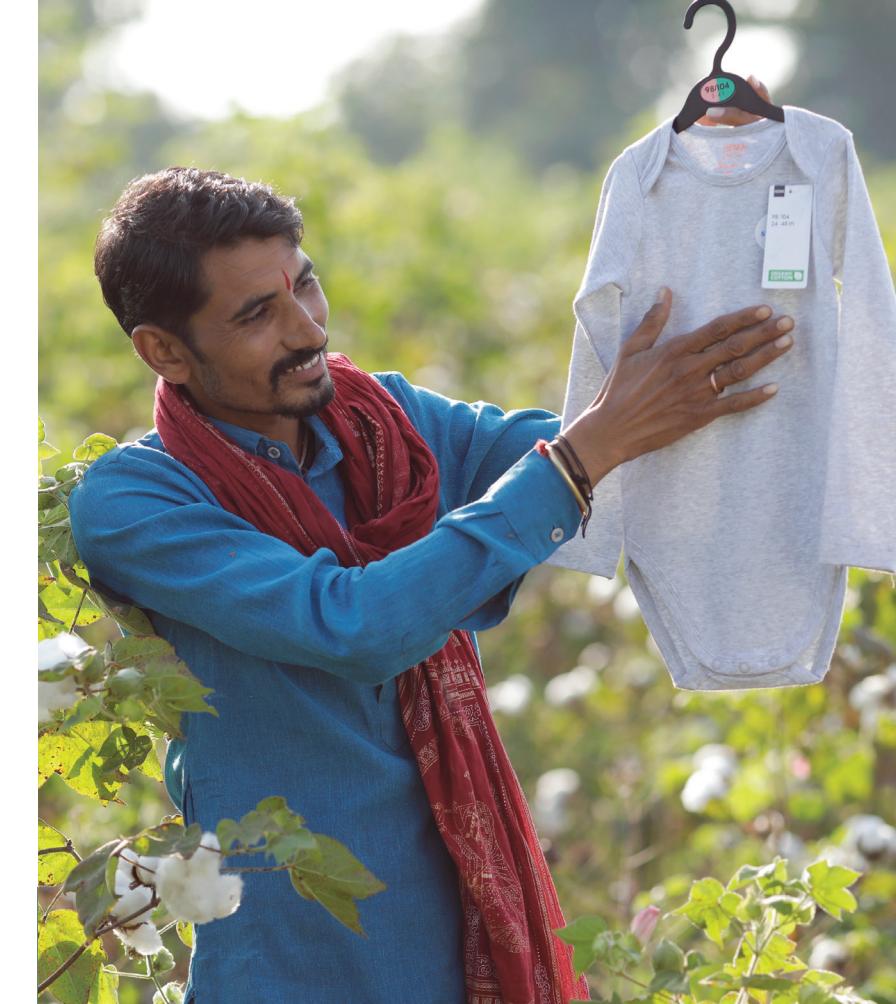
#### - en coopération avec la Fair Wear Foundation

En 2020, HEMA a lancé un partenariat avec la Fair Wear Foundation. Il s'agit d'une organisation indépendante à but non lucratif qui se consacre à l'amélioration des conditions de travail. Ils disposent d'un système de réclamation efficace que nous allons maintenant déployer dans toutes nos usines de vêtements et de textiles en Inde. Cela commencera en 2021 et nous pourrions l'étendre à d'autres pays à l'avenir.

#### comment fonctionne le système ?

Si les employés estiment que leurs droits sont violés, ou si d'autres personnes sont témoins de cette situation, ils peuvent déposer une réclamation auprès d'un responsable du traitement des réclamations qui parle la langue locale. Cela les rend plus accessibles. HEMA est alors informé et une enquête commence. Si cette enquête indépendante de la Fair Wear Foundation montre que la réclamation est justifiée, HEMA travaillera avec l'usine en question pour résoudre le problème. La direction de l'usine et les représentants des employés sont impliqués afin de déterminer la cause de la réclamation. Le problème est résolu et, ensemble, toutes les personnes impliquées font tout leur possible pour éviter qu'il ne se reproduise à l'avenir. L'anonymat de la personne qui dépose la réclamation est garanti. Cela permet également de rendre le dépôt de réclamations plus accessible et de susciter la confiance. Toutes les réclamations et les progrès réalisés pour les résoudre sont publiés de manière transparente sur le site web de la Fair Wear Foundation. Cette approche permet à HEMA d'avoir un meilleur aperçu de ce qui se passe avec ses partenaires de la chaîne et de prendre des mesures directes si nécessaire.

En plus de notre propre mécanisme de réclamation, les réclamations de l'Accord de Transition du Bangladesh et de la BSCI peuvent aussi arriver chez nous par le biais de la Convention IMVO.



En 2020, HEMA a lancé un partenariat avec la Fair Wear Foundation. Il s'agit d'une organisation indépendante sans but lucratif qui se consacre à l'amélioration des conditions de travail.

## pilier 3 notre rôle dans la société

### impact positif sur la vie locale

HEMA est au cœur de la société. Nous voulons satisfaire nos clients avec des produits attrayants, un bon service et une contribution positive à l'environnement local de nos magasins.



## ensemble, les uns pour les autres et pour le client

La dynamique et la rapidité de HEMA me plaisent beaucoup. Ensemble, nous pouvons faire la différence, même pendant cette période de pandémie, qui est assez difficile. Je pense que c'est exceptionnel de voir comment nous mettons tout en œuvre dans le magasin pour servir le client de manière optimale. Notre plus grand défi est la planification. Nous devons réagir rapidement si le gouvernement annonce de nouvelles mesures, et examiner attentivement la manière dont nous gérons nos stocks ou les rayons vides en raison de la modification des commandes. Cela apporte également quelques aspects positifs. Nous avons pu faire beaucoup de dons au niveau local, par exemple à l'Armée du Salut, aux banques alimentaires et aux hôpitaux. Cela évite le gaspillage alimentaire et nous rendons les gens heureux.

En cette période, nous demandons beaucoup d'adaptabilité et d'engagement à nos collaborateurs dans les magasins. Ensemble, nous faisons tout ce qui est en notre pouvoir pour offrir aux consommateurs la meilleure expérience d'achat possible. Je pense qu'il est important que nos employés reçoivent l'appréciation et l'attention qu'ils méritent, et que nous continuons à les motiver et à les inciter à se perfectionner.

## Mon produit préféré ?

C'est définitivement la caisse à lettres, une combinaison d'un tableau à lettres et d'une caisse pliante. Fabriquée à partir de plastique 100 % recyclé et produite en Europe, cette caisse tendance est pratique, polyvalente et innovante. De plus, elle peut être personnalisée avec des lettres et est disponible en différentes couleurs. Il y en a pour tous les goûts, et c'est un cadeau personnalisé très sympa !

## Michael van Gool

store manager et membre du groupe de travail « Le client d'abord » chez HEMA



## achats en toute sécurité pendant la pandémie

Pendant la pandémie de covid-19, nous avons suivi de près les mesures prises et avons essayé de servir nos clients le mieux possible. Le courrier électronique est devenu un canal important pour tenir les clients informés de la situation actuelle et de ce que nous pouvions faire pour eux. Par exemple, nous les informons de nos options d'achat, telles que l'option « appeler et commander » dans les magasins HEMA locaux, l'option « click & collect » via le site web HEMA et l'option « acheter sur rendez-vous » dans le magasin de votre choix. La sécurité de nos clients et de nos employés est toujours primordiale. Ce n'est pas toujours évident de diriger tout cela dans la bonne direction, mais nous tenons compte des directives du gouvernement. Nous sommes impatients de rencontrer tous les clients en ligne et en magasin.

## le client d'abord

Chez HEMA, le client est notre priorité. Nous voulons offrir aux clients une expérience d'achat (en ligne) agréable et un assortiment approprié. À cause de la pandémie, ils font de plus en plus d'achats en ligne. Nous continuons également à travailler dans les magasins pour améliorer le service. Le groupe de travail « Le client d'abord », auquel participent plusieurs directeurs de magasin, étudie la manière dont nous pouvons améliorer notre orientation client et notre convivialité. Par exemple, nous réfléchissons à une image de magasin attrayante et aux rayons et produits qui lui conviennent le mieux.

Le nombre d'évaluations de produits en ligne a été multiplié par dix l'année dernière, passant de 60 000 à 600 000.

Nous écoutons également attentivement les questions de nos clients. Cela se reflète dans l'évaluation des produits en ligne. Le nombre de ces évaluations a été multiplié par dix l'année dernière, passant de 60 000 à 600 000. Et la part des avis trois et quatre étoiles qui était encore de 73 % en 2019 est passée à un énorme 86 % en 2020. Nous en sommes fiers. Nous voulons poursuivre cette tendance à la hausse en 2021.

## satisfaction des employés

Nous ne pouvons avoir un impact qu'avec l'ensemble des employés de HEMA. Nous estimons qu'il est important qu'ils se sentent valorisés, entendus et impliqués. C'est pourquoi nous réalisons une enquête de satisfaction des employés plusieurs fois par an. En raison de la pandémie, cela a été légèrement différent en 2020. En 2020, nous avons mené une enquête en février et en octobre dans laquelle nous avons demandé à tous les employés de HEMA comment ils vivent leur travail, ce qu'ils trouvent bien et ce qui, selon eux, pourrait être amélioré. Nous avons répété cette enquête au début du mois de janvier (2021). Les résultats ont été partagés en interne. Les responsables, avec leurs équipes, ont élaboré des plans d'action pour améliorer la perception du travail. En outre, nous avons envoyé des enquêtes rapides en avril, mai et juin pour évaluer comment vont nos employés et leur demander ce dont ils avaient besoin pendant cette période de pandémie. Les employés ont indiqué qu'ils allaient bien (note moyenne de 8 sur une échelle de 1 à 10) et qu'ils étaient plus que satisfaits de la communication sur la pandémie (note moyenne de 8+ sur une échelle de 1 à 10). Ils ont également pu donner des conseils, qui ont fait l'objet d'un suivi immédiat.

En 2020, le nouveau magazine des employés « HEMA » a été publié. Les réactions ont été nombreuses et positives et le magazine a apporté un élément supplémentaire de connexion. Entre-temps, au début de l'année 2021, « HEMA Live » a également été lancé, un livestream mensuel présentant les dernières nouvelles et évolutions. C'est très apprécié.



**En tant qu'employeur, HEMA est également au cœur de la société. Nous voulons être un bon employeur, en rendant la vie de nos employés meilleure, plus facile et plus fun. Nous offrons un environnement de travail sûr et agréable, où chacun peut s'épanouir.**

## **diversité**

HEMA s'adresse à tous. Nous croyons à la diversité et à l'intégration, et il est important que cela se reflète dans toutes nos entités. En janvier 2021, nous avons donc signé la déclaration d'intention de la Charte de la diversité. Nous voulons améliorer la sensibilisation des employés à la diversité et à l'inclusion en 2021, en passant d'un score de 7,8 (mesuré au début de 2021) à 8,2 (mesuré à la fin de 2022).<sup>\*</sup> Nous avons trois sous-objectifs :

- Origine ethnique et culturelle : augmenter d'au moins 25 % la diversité au sein de la direction des magasins et du support office dans un délai de trois ans par rapport à la fin de 2020.
- LGBT+ : chaque année, nous menons au moins quatre actions internes pour améliorer la compréhension de cette communauté au sein de HEMA.
- Gestion des générations : nous étudions comment promouvoir la diversité des âges parmi le personnel des magasins d'ici 2021.

Nous espérons que ces objectifs contribueront à ce que nos employés se sentent chez eux chez HEMA.

Nous mesurons la sensibilisation des employés à la diversité et à l'inclusion par le biais d'enquêtes de satisfaction des employés aux Pays-Bas. Nous examinerons comment aborder ce problème dans d'autres pays en 2021.

## **encadrement et formation.**

Nous pensons qu'il est important que nos employés continuent à se développer et à prendre le contrôle de leur propre carrière. En 2020, nous avons donc lancé diverses initiatives pour promouvoir et faciliter l'employabilité durable au sein de HEMA. Nous avons également élargi notre plateforme d'apprentissage en ligne avec de nouveaux cours. En outre, en 2020, nous avons travaillé au lancement d'une nouvelle méthode de gestion de la performance dans laquelle le regard vers l'avenir, le suivi cyclique court et le

développement continu sont primordiaux. Ce système sera opérationnel en 2021.

Nous promouvons les compétences de leadership des responsables, notamment en leur proposant un coaching individuel et une formation de cinq jours pour renforcer leurs compétences en matière de leadership. Les équipes apprennent également à se donner des retours d'information et à ne pas éviter les « vrais dialogues ». Les employés peuvent également continuer à se développer individuellement, par exemple via des formations en ligne de GoodHabit et des formations supplémentaires proposées dans le cadre de l'employabilité durable. En 2020, 1890 employés de HEMA ont utilisé GoodHabit.

## **congé de naissance**

À partir du 1er août 2020, il est possible pour les employés qui accueillent un enfant dans leur famille par le biais, par exemple, d'une mère porteuse ou d'une adoption, de prendre un congé spécial de naissance. Ils bénéficient de quatre semaines de congé supplémentaires en plus du congé existant (d'adoption) de six semaines. C'est le cas, par exemple, si une famille LGBT+ accueille un enfant. Nous voulons ainsi contribuer à ce que ces enfants et leurs parents aient suffisamment de temps pour s'attacher les uns aux autres.

## **Fondation HEMA**

HEMA s'engage en faveur d'une société inclusive, dans laquelle chacun peut participer pleinement. La Fondation HEMA en est un exemple frappant. Nous aidons les jeunes designers à développer leurs compétences en matière de design social. Ce projet se concentre sur les solutions de conception créatives aux problèmes sociaux. En rendant le design social plus accessible à un large public, nous contribuons à trouver des solutions à des défis sociaux complexes tels que la promotion de l'inclusion et la lutte contre la solitude et l'exclusion sociale.

Dans notre accélérateur de design social, vingt designers travaillent sur les compétences linguistiques des enfants jusqu'à quatre ans. Ils ont développé des outils et des programmes pour apprendre à utiliser et à mieux comprendre la langue. Cela aide les jeunes enfants et les familles dont ils font partie. Fin novembre 2019, les designers ont présenté leurs idées à des partenaires et investisseurs potentiels. En 2020, les équipes de design ont approfondi leurs idées. Cela s'applique également à « Buikpraat », un programme qui relie les parents à leur enfant, de la grossesse à la deuxième année de vie du bébé. C'est au cours de cette période que sont créées les bases du développement (du langage), de la santé et du bonheur. En 2021, le programme « Buikpraat » sera testé à plus grande échelle.





## Matthijs Foppele

Responsable marketing CRM et président du groupe de travail Workplace Pride chez HEMA



### Workplace Pride

Depuis sa création, HEMA est au cœur de la société. Chaque fois différemment, souvent avec un clin d'œil. Grâce à son image positive, la marque HEMA permet d'aborder toutes sortes de questions sociales. C'est ce qui me permet d'être fier de toute mon entreprise.

Deux thèmes importants pour HEMA sont la diversité et l'inclusion. Nous pensons qu'il est important de garantir cela au sein de l'organisation. Plus de dix employés de tous les niveaux de l'organisation forment le groupe de travail « Workplace Pride », qui se consacre aux thèmes LGBT+.

Par exemple, nous soutenons les collègues, nous discutons des idées et des actions pour la période de Pride, nous informons la direction des signaux provenant de l'intérieur de l'organisation et nous réfléchissons à de nouveaux produits HEMA. Un bel exemple : la photographie de produit de nos matelas. En représentant des personnes et des compositions différentes, nous montrons la beauté d'une société inclusive.

Le 11 décembre 2020, à l'occasion du Purple Friday, notre première action a consisté à hisser le drapeau arc-en-ciel dans notre centre de distribution et notre support office ainsi que dans nos boulangeries. Nous avons reçu de nombreuses réactions positives. En 2021, au moins quatre actions (internes) sont prévues pour accroître la communauté LGBT+ au sein de HEMA.

Un produit HEMA dont je suis toujours fier est le T-shirt Pride de l'année dernière. En tant que grande marque, nous faisons ainsi du thème social de l'inclusion un sujet de discussion. En outre, une partie des recettes de la vente du T-shirt sera reversée à COC Netherlands, l'organisation qui représente les intérêts des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, trans- et intersexes (LHBT+).



# à propos de ce rapport

## suivre HEMA

Si vous souhaitez en savoir plus sur HEMA et la durabilité, consultez le site [www.hema.fr](http://www.hema.fr) ou suivez l'un de nos canaux de médias sociaux



**HEMA veut que la durabilité soit accessible et compréhensible pour un large public. Nous espérons que ce rapport y contribue. Si vous avez des questions ou des observations, n'hésitez pas à nous contacter à [sustainability@hema.nl](mailto:sustainability@hema.nl). Vous voulez en savoir plus ? Dans ce cas, cliquez sur [www.hema.com/fr-fr/durabilite](http://www.hema.com/fr-fr/durabilite)**

Le rapport porte sur la période du 1er janvier 2020 au 31 décembre 2020 inclus. Pendant cette période, HEMA B.V. faisait partie de Ramphastos Investments. Sauf indication contraire, les résultats portent sur les activités (internationales) d'HEMA au sein de sa propre organisation. La portée et les limites du contenu se basent sur les sujets matériels et sur le besoin d'information des parties prenantes. Ce rapport est rédigé conformément aux directives de la Global Reporting Initiative (GRI) et répond au GRI Standards niveau core.

Ce rapport n'a pas fait l'objet d'une vérification externe. Nous nous concentrons actuellement sur la mise en œuvre de la politique et l'obtention des résultats. Le contrôle externe fait partie d'une prochaine étape.

Pour la collecte des données, les services pertinents sont contactés et le service durabilité garantit la qualité. En 2020, un certain nombre de méthodes de mesure ont été ajustées. Nous l'avons mentionné dans le rapport. Les résultats de 2019 sont repris dans le rapport de durabilité 2019 [www.hema.com/fr-fr/durabilite](http://www.hema.com/fr-fr/durabilite), publié le 25 juillet 2020.

Vous trouverez le rapport annuel de HEMA BV à l'adresse [www.hema.net/investors](http://www.hema.net/investors). La contribution de HEMA à la Fondation HEMA est incluse dans le rapport financier annuel de HEMA BV. Vous trouverez sur [www.hema-foundation.org](http://www.hema-foundation.org) le rapport annuel et les états financiers d'HEMA Foundation 2020.

## copyright

Rien de cette publication ne peut être reproduit et/ou rendu public au moyen de photocopie ou microfilm ou de toute autre manière que ce soit sans l'autorisation préalable d'HEMA. HEMA décline toute responsabilité pour les éventuelles erreurs contenues dans ce rapport.

Portraits : Laloes Fotografie

**Ce rapport a été élaboré en collaboration avec Schuttelaar & Partners.**

