



# accessible à tous

rapport de durabilité 2017

HEMA

# table des matières

1. un succès collectif
2. résultats 2017
3. HEMA en bref
4. vraiment HEMA
5. une marque HEMA durable
6. en contact avec le monde qui nous
7. matrice de matérialité
8. l'origine des matières premières de nos produits
9. le mode de fabrication de nos produits
10. notre rôle dans la société
11. liste terminologique et labels

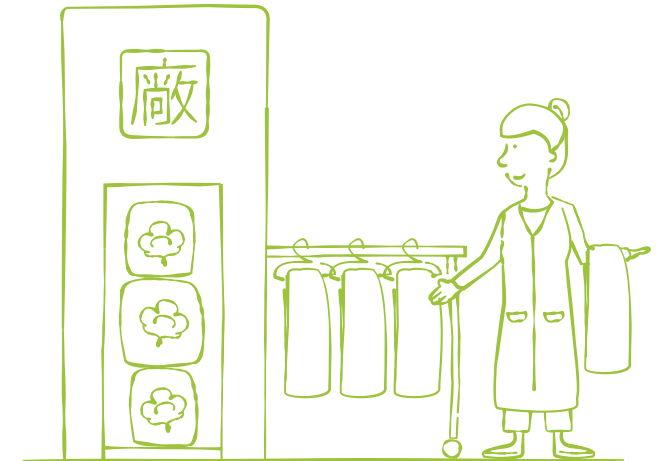


## l'origine des matières premières de nos produits

- matières premières et matériaux
- emballages

## le mode de fabrication de nos produits

- transparence de la chaîne et conditions de travail chez les producteurs
- conception durable
- environnement



## notre rôle dans la société

- gaspillage alimentaire
- bon employeur
- HEMA Foundation



# Un succès collectif!

3 **“Rendre le quotidien de nos clients et collaborateurs plus facile et plus fun, c’est notre passion et c’est ce qui nous fait avancer. À ce titre, l’année 2017 est une réussite. Nous avons transformé nos magasins au Benelux pour les rendre encore plus beaux et nous avons ouvert de nouvelles filiales hors des Pays-Bas. En 2018, nous poursuivrons notre expansion dans de nouveaux pays. Nous nous implanterons même sur un nouveau continent pour y rendre le quotidien plus facile et plus fun. Dans le domaine digital, nous avons travaillé au renforcement de notre proposition omnicanal avec le lancement de notre programme de fidélité et l’actualisation de notre site Web. Nous travaillons tous pour que notre marque HEMA soit toujours plus belle, plus forte et prête pour l’avenir.”**

Notre objectif est de proposer de bons produits, fun et abordables. De bons produits HEMA, ce sont des articles de qualité. Ce sont aussi des produits durables, fabriqués dans de bonnes conditions de travail, avec des matières premières durables et un impact minimal sur l’environnement. En proposant de bons produits, nous nous engageons à transmettre un monde meilleur à nos enfants.

Dans ce cadre, nous avons réalisé l’an dernier 349 audits dans nos sites de production. Et grâce à divers partenariats, nous nous engageons à garantir de bonnes conditions de

travail aux gens qui fabriquent nos produits. Nos clients s’intéressent de plus en plus à l’origine des marchandises et nous souhaitons mieux les informer à ce sujet. Nous y travaillons énormément en coulisses.

Pour fabriquer de bons produits, nous nous fixons des objectifs concrets en ce qui concerne nos matières premières. À partir de 2020, nous comptons acheter 100% de coton plus durable et à partir de 2022, 100% de bois labellisé FSC.

En 2017, 80% de nos produits en coton étaient déjà plus durables. Nous utilisons aussi le label néerlandais Beter Leven (qui contribue au bien-être des animaux) sur divers produits de charcuterie, dans nos restaurants et nos plats à emporter. Notre but est de proposer toujours plus de charcuterie et de produits laitiers durables portant les labels Beter Leven (Vie meilleure) et Weidemelk (Lait de prairie). Un objectif auquel nous travaillons chaque jour, pour offrir des produits encore meilleurs à nos clients.

Il est de plus en plus important de créer des partenariats qui nous permettent de créer des changements durables en valorisant nos produits. Dans ce rapport, nous vous invitons à découvrir comment nous nous procédons.

Pour nous, il est important de contribuer positivement à la société dans laquelle notre entreprise est ancrée. HEMA souhaite aussi être un bon employeur pour ses 19 000 collaborateurs. Car nous sommes absolument convaincus que la responsabilité sociale d’une entreprise comme HEMA dépasse largement sa seule contribution économique au monde qui nous entoure.

En 2018, nous réaliserons une grande avancée avec la création de HEMA Foundation. Cette fondation soutenue par HEMA a pour but de stimuler une société plus inclusive. Nous pensons en effet que notre société ne doit oublier personne au quotidien. Avec cette démarche, nous nous engageons à contribuer durablement à un monde meilleur et j’en suis très fier.

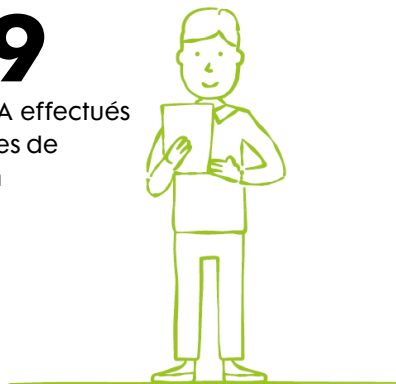


2018 est une année prometteuse et je m’en réjouis. Je vous souhaite une bonne lecture de ce rapport 2017. HEMA est une entreprise en constante évolution, n’hésitez donc pas à nous envoyer vos réactions à [sustainability@hema.nl](mailto:sustainability@hema.nl).

**Tjeerd Jegen, PDG HEMA**

# 349

audits HEMA effectués dans les sites de production



# 700.000

tasses de café versées à la banque alimentaire des Pays-Bas grâce à une campagne lancée par notre programme de fidélité MeerHema



social - chiffres clés

# 91.000

collaborateurs travaillent dans de meilleures conditions grâce à des plans d'amélioration suite aux audits



# résultats 2017



# 3.000

producteurs de coton formés par la Better Cotton Initiative grâce à HEMA

environnement - chiffres clés

économie - chiffres clés

# 21

nouveaux magasins ouverts hors des Pays-Bas

# 1.234,5 Mio €

chiffre d'affaires net\*

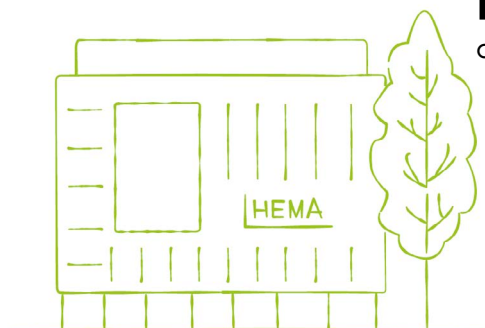


# 11%

l'utilisation de sacs en plastique a diminué de 11% par rapport à 2016 (91% moins par rapport à 2015)

# 236,8 Mio €

fonds propres



# HEMA en bref

---

Un nouveau grand magasin pour « monsieur et madame tout le monde ». Voilà exactement ce que les créateurs de l'entreprise, Leo Meyer et Arthur Isaac, avaient en tête lorsqu'ils ont ouvert, le 4 novembre 1926, le premier établissement du HEMA, acronyme de la Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam, dans la Kalverstraat à Amsterdam. Considérés dès le lancement comme typiquement néerlandais et fiables, les produits ne coûtaient que 10, 25 ou 50 centimes de florin.

Depuis, l'enseigne HEMA est devenue une chaîne internationale avec 750 filiales, (545 aux Pays-Bas et 205 à l'étranger) dont 266 magasins franchisés. Pour 2018, notre ambition est d'ouvrir des magasins en Autriche et à Dubaï. Au total, 19.000 collaborateurs travaillent chez HEMA et chaque semaine, près de 6 millions de personnes font leurs achats dans l'une de nos filiales ou dans notre boutique en ligne. Notre site Web propose une gamme complète de quelque 32.000 produits et services. HEMA B.V. fait partie de Lion Capital depuis 2007.

HEMA se focalise fortement sur le développement de sa gamme de produits durables. Nous offrons à tous des produits durables, à des prix attractifs, une démarche « vraiment HEMA ». Nous voulons que nos clients reconnaissent nos produits durables et comprennent pourquoi ils le sont, afin de faire des choix réfléchis. C'est pourquoi notre communication mettra davantage l'accent sur l'histoire derrière nos produits.



**En 2017, notre C.A. net  
a atteint 1.234,5 Mio €.**

Ce chiffre d'affaires se répartit selon les catégories principales suivantes:

- 39% habillement**
- 34% articles divers**
- 24% alimentaire**
- 3% services**

# HEMA et l'emploi

## • Pays-Bas

279 filiales (magasins propres)  
3.754 contrats à durée indéterminée (90% femmes / 10% hommes)  
4.346 contrats à durée déterminée (85% femmes / 15% hommes)  
100% CCT

## • Allemagne

14 filiales  
51 contrats à durée indéterminée (88% femmes / 12% hommes)  
162 contrats à durée déterminée (84% femmes / 16% hommes)  
aucun CCT

## • Belgique

97 filiales  
834 contrats à durée indéterminée (91% femmes / 9% hommes)  
62 contrats à durée déterminée (94% femmes / 6% hommes)  
100% CCT

## • France

73 filiales  
418 contrats à durée indéterminée (65% femmes / 35% hommes)  
175 contrats à durée déterminée (67% femmes / 33% hommes)  
100% CCT

## • Espagne

9 filiales  
61 contrats à durée indéterminée (64% femmes / 36% hommes)  
47 contrats à durée déterminée (64% femmes / 36% hommes)  
100% CCT

## • Angleterre

8 filiales  
73 contrats à durée indéterminée (56% femmes / 44% hommes)  
2 contrats à durée déterminée (50% femmes / 50% hommes)  
aucun CCT

## • Luxembourg

4 filiales  
25 contrats à durée indéterminée (96% femmes / 4% hommes)  
0 contrats à durée déterminée (0% femmes / 0% hommes)  
100% CCT



## support office Amsterdam

450 contrats à durée indéterminée (64% femmes / 36% hommes)  
218 contrats à durée déterminée (68% femmes / 32% hommes)  
92% CCT

## centre de distribution

472 contrats à durée indéterminée (20% femmes / 80% hommes)  
33 contrats à durée déterminée (30% femmes / 70% hommes)  
99% CCT

## boulangeries

187 contrats à durée indéterminée (18% femmes / 82% hommes)  
30 contrats à durée déterminée (23% femmes / 77% hommes)  
99% CCT

## bureaux d'achat

### • Dhaka

14 contrats à durée indéterminée (14% femmes / 86% hommes)  
2 contrats à durée déterminée (0% femmes / 100% hommes)

### • Hong Kong

0 contrats à durée indéterminée (0% femmes / 0% hommes)  
10 contrats à durée déterminée (70% femmes / 30% hommes)

### • Shanghai

4 contrats à durée indéterminée (50% femmes / 50% hommes)  
31 contrats à durée déterminée (77% femmes / 23% hommes)  
aucun CCT

\* employés propres, magasins franchisés aux Pays-Bas non compris. En ajoutant les magasins franchisés, nous employons plus de 19 000 personnes.

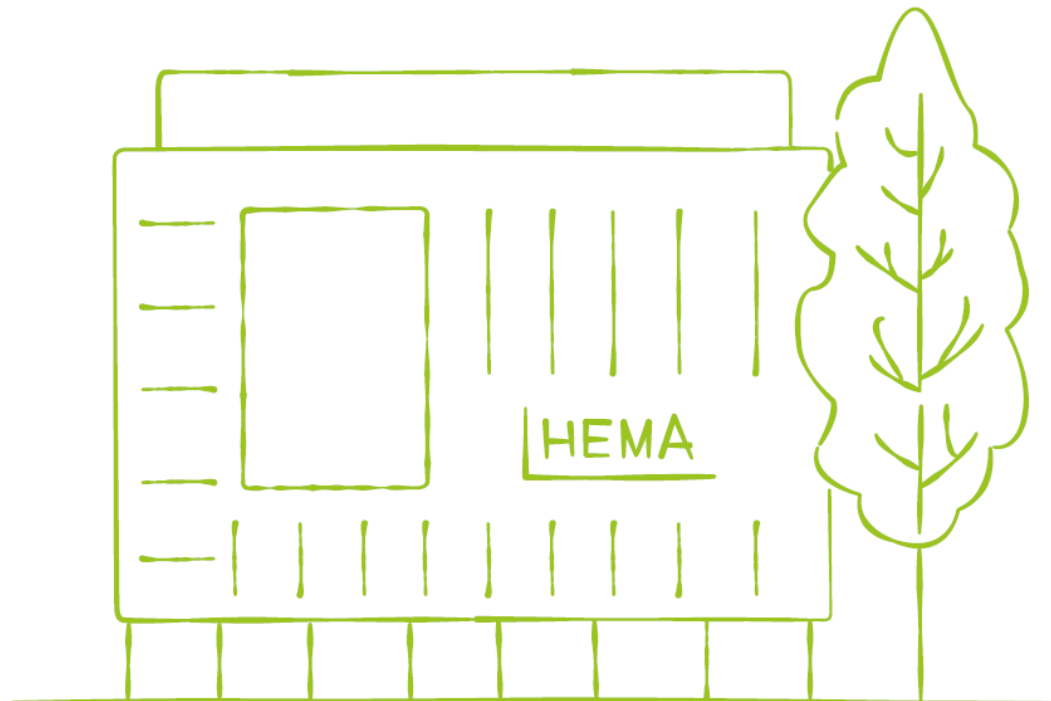
\* nombre total d'employés physiques (pas d'ETP). Ces chiffres sont une moyenne pour l'exercice 2017 (févr. 2017 à janv. 2018) à l'exception des pays étrangers (date de référence 31-12-2017).



## répartition par âge et par sexe des employés néerlandais

	hommes	femmes	moins de 30 ans	de 30 à 50 ans	plus de 50 ans
cadres	63%	37%	0%	66%	34%
employés	19%	81%	57%	22%	21%

\* de nos magasins (hors franchises), du support office, du centre de distribution et des boulangeries.





# vraiment HEMA

Il est important que nos produits aient un impact positif sur la vie de tous: nos clients, nos employés, nos fournisseurs et la société.  
HEMA a cinq priorités pour atteindre ses objectifs:

cinq priorités:

- des clients vraiment satisfaits,
- des employés fiers de HEMA,
- des activités plus simples et plus efficaces,
- être un entrepreneur socialement responsable,
- des résultats financiers sains.



# Une marque HEMA durable

**HEMA rend le quotidien des gens plus simple et plus fun. Nous rendons aussi la durabilité plus accessible, car nous estimons qu'elle doit être à la portée de tous. Et nous prouvons que c'est possible car HEMA est le magasin de tous.**

9

## notre cap

L'équipe de durabilité fixe le cap et établit chaque année des objectifs. L'opération s'effectue en coopération avec plusieurs services au sein de HEMA. Ensemble, nous formulons des objectifs précis mais réalisables. Ensuite, nous rédigeons ensemble un plan de campagne mis en œuvre par le service concerné. L'équipe de durabilité surveille le processus et son évolution. Pour cela, une coopération étroite et continue avec tous les services est essentielle. Le PDG, sponsor de la durabilité auquel le service soumet son rapport, est informé toutes les trois semaines de l'évolution. La durabilité est ainsi ancrée au plus haut niveau chez HEMA.

En 2017, nous avons misé sur une mise en œuvre renforcée de la durabilité et sur sa garantie. La durabilité fait désormais partie de notre mode opératoire ou « Way of Working » et constitue une composante de nos processus. À chaque saison, nous nous demandons par exemple comment rendre nos nouveaux produits encore plus durables.

## les acteurs de la durabilité

Avec un intérêt croissant de nos collègues, nous remarquons que la durabilité joue un rôle de plus en plus prioritaire dans la vie quotidienne de chacun. Dans ce domaine, nos clients sont aussi des acteurs essentiels et une source d'informations. Ils nous posent tous les jours des questions sur nos produits et nos processus, nous apportant un feed-back et des renseignements précieux. La durabilité fait dès lors partie des différents forums de clients et d'enquêtes que nous effectuons pour répertorier les attentes et les avis de nos clients.

Bien entendu, les rencontres restent aussi très importantes. Nous sommes fiers de notre première réunion en 2017 qui a rassemblé tous les acteurs de la durabilité. Nous y avons discuté de notre stratégie et de divers défis que HEMA doit relever. Comment rendre des produits jetables plus durables, par exemple, ou comment stimuler un comportement et des choix durables chez les consommateurs.

## nous plaçons la barre très haut

Pour rendre notre assortiment plus durable, nous plaçons la barre très haut. Notre but à moyen terme est de vendre uniquement du coton, du bois et du papier issus de productions durables. Pour certains groupes d'assortiment ou de produits, nous visons la meilleure certification possible grâce à une conception et une innovation durables. Un exemple, notre couette avec un garnissage en bouteilles PET recyclées et une enveloppe 100% coton biologique.

## responsabilité sociale

Acteur de la société, HEMA est conscient de ses enjeux et s'engage à améliorer les conditions de travail de ses employés et dans ses sites de production. Nous remarquons chaque jour l'impact de notre célèbre marque et l'implication de nos employés, de nos clients et de nos partenaires.

En 2017, nous avons également lancé la HEMA Foundation qui s'engagera à promouvoir une société plus inclusive, pour que chacun puisse participer activement à la vie quotidienne. Tous les trois ans, la fondation sélectionnera un thème dans ce sens. Le thème choisi jusqu'en 2022 est l'alphabétisation. Car savoir lire et écrire a un impact positif sur notre vie quotidienne. De plus, HEMA Foundation stimule le Design inclusif. Le Design inclusif vise le développement de produits, de services et de systèmes qui éliminent les obstacles afin que tout le monde puisse participer activement à notre société. En 2018, HEMA Foundation commencera ses premières activités.



**“La mise en œuvre du principe de durabilité exige un changement de culture. Ce n'est pas un aspect supplémentaire, mais une nouvelle façon de travailler. C'est un travail de longue haleine et il faut de l'ambition pour l'implanter durablement. HEMA a fait d'incroyables progrès ces dernières années. Des initiatives toujours plus nombreuses et un intérêt croissant de tous les collègues prouvent que cette thématique a toute sa place dans l'entreprise. Au niveau professionnel et personnel, il est essentiel de contribuer au développement durable de notre entreprise et de nos produits.”**

**Eva Ronhaar**  
Responsable Durabilité HEMA

# en contact avec le monde qui nous entoure

---

HEMA est en contact avec divers intervenants et participe à une toute une série d'initiatives. Les organisations avec qui nous collaborons sont des acteurs qui influencent notre action et sur lesquels nos activités ont un impact. Ensemble, nous essayons de valoriser les sociétés dans lesquelles nous opérons. Nous nous réunissons plusieurs fois par an, pour évoquer les sujets qui nous tiennent tous à cœur.

## engagé dans la société civile

HEMA s'engage activement dans la société civile. Depuis 2006, nous travaillons avec KWF Kankerbestrijding, la fondation néerlandaise de lutte contre le cancer. En 2017, la collecte de cartouches d'imprimante usagées nous a permis de lui verser un don de plus de 12 000 €. Nous avons également fêté le 25e anniversaire des personnages Jip et Janneke chez HEMA, avec une collection spéciale permettant de soutenir les projets de la Fiep Westendorp Foundation. Nous avons demandé au Conseil des enfants HEMA (à l'école primaire néerlandaise IKC NoordRijk) « Comment l'entreprise HEMA peut-elle aider la société ? » Ils ont partagé leurs idées avec notre direction. L'une d'elle consiste à prendre encore plus de mesures contre le gaspillage alimentaire. Nous allons nous mettre au travail en 2018 pour aller dans ce sens.

Nous soutenons également la LINDA Foundation qui a parrainé des produits HEMA. Pour COC, l'organisme néerlandais de défense des droits LGBTQI, nous avons créé des t-shirts vendus lors de la Gay Pride d'Amsterdam. Les bénéfices reversés à COC, seront utilisés pour sensibiliser les élèves des collèges des Pays-Bas aux problématiques LGBTQI.

## organisations professionnelles et initiatives pluripartites

Nous sommes affiliés à des organisations professionnelles comme le Conseil Néerlandais du Commerce de Détail, l'Association des Entreprises de Grande Distribution dans le Textile et Modint. Nous sommes en outre associés à des initiatives pluripartites (inter)nationales comme la convention IMVO (convention néerlandaise pour des vêtements et textiles durables), la BSCI (Initiative de conformité sociale en entreprise), le Bangladesh Accord et le Forum des Acheteurs du Pakistan. Participer à ces initiatives, nous permet d'opérer des changements positifs dans le secteur en restant informés des dernières évolutions.

## réunion des parties prenantes

Cette année, pour la première fois, nous avons organisé une réunion des intervenants au cours de laquelle les ONG, les pouvoirs publics, les fournisseurs, les labels et d'autres détaillants ont discuté de trois sujets essentiels pour tous : les matériaux durables, la transparence de la chaîne et notre contribution sociale. Nous avons soumis plusieurs dilemmes à nos partenaires sur chacun de ces thèmes. La contribution de tous les participants est très précieuse et nous

permet d'avancer. Nous allons ainsi travailler sur une politique d'emballages plus durables avec l'institut de recherche sur le conditionnement durable (Kennisinstituut Duurzaam).



## nos clients

Nous sommes très à l'écoute de nos clients. L'adresse électronique [sustainability@hema.nl](mailto:sustainability@hema.nl) leur permet de poser leurs questions et de formuler des propositions. Les sujets évoqués sont variés, ils vont des matériaux utilisés aux conditions de travail dans nos sites de production. Les clients reçoivent toujours une réponse à leur question et les propositions utiles que nous recevons sont partagées avec les services concernés. Chaque semaine, nous demandons également à 200 consommateurs si HEMA est une entreprise responsable et sociale, et si nos produits durables sont faciles à trouver en magasin et en ligne. Nos clients pensent-ils que nous sommes sur la bonne voie? C'est ce que ce questionnaire nous permet d'évaluer.

## normes et certifications

Les différents labels sur nos produits respectent des normes sociales et environnementales. Pour certifier nos matières premières, nous travaillons avec les organisations suivantes:

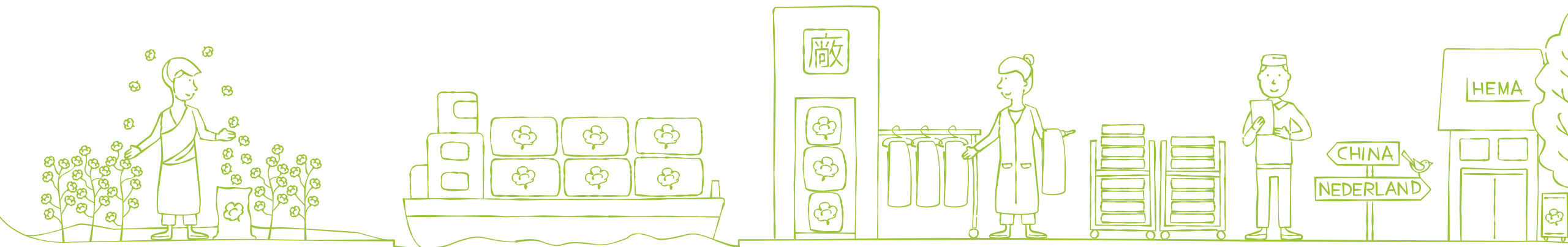
- **Better Cotton Initiative (BCI)**
- **Global Organic Textile Standard (GOTS)**
- **Organic Content Standard (OCS)**
- **Forest Stewardship Council (FSC)**
- **UTZ Certified**
- **Rainforest Alliance**
- **Fairtrade**
- **Marine Stewardship Council (MSC)**
- **Aquaculture Stewardship Council (ASC)**
- **label biologique ecolabel U. E**
- **E.U. ecolabel**
- **Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)**
- **label Beter Leven (vie meilleure)**
- **Stichting Weidegang (lait de pâturage)**

## directives internationales

Nous suivons les directives de plusieurs organisations internationales. Les directives des conventions de l'OIT, de la Déclaration universelle des droits de l'homme, de la Convention des droits de l'enfant et de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, ont toutes été intégrées au code de conduite de notre entreprise. Notre rapport sur la durabilité est réalisé selon les principes et les normes de la Global Reporting Initiative.

## symposium Beyond Green

En 2017, nous avons organisé le premier symposium Beyond Green, avec l'Amsterdam Fashion Institute (AMFI) et Circle Economy. Des centaines d'étudiants et d'experts ont pu s'inspirer d'entrepreneurs durables et réfléchir à des solutions en faveur d'une industrie de la mode circulaire ([en savoir plus sur Beyond Green](#)).



# matrice de matérialité

En 2015, nous avons réalisé une première analyse de matérialité que nous avons mise à jour en 2017. Grâce à une enquête, nous avons demandé à des intervenants externes, des clients et des employés de HEMA quels sont les sujets les plus importants pour en matière de durabilité. Par rapport à 2015, l'attention s'est portée vers des thèmes nouveaux : le gaspillage alimentaire, la conception durable et l'environnement. Des sujets de plus en plus importants pour la société. Dans ce rapport, nous vous présentons les efforts que nous faisons dans ces domaines et les autres thèmes sur lesquels nous nous engageons.

## matières premières et matériaux

Notre ambition est de rendre plus durables les matières premières que nous utilisons pour nos produits. En 2017, nous avons élargi nos objectifs et notre politique concernant les matières premières durables.

## emballages

Pour transporter et protéger nos produits, nous utilisons divers types de matériaux d'emballage. En 2018, nous souhaitons mieux intégrer le conditionnement durable dans notre politique d'emballage.

## environnement

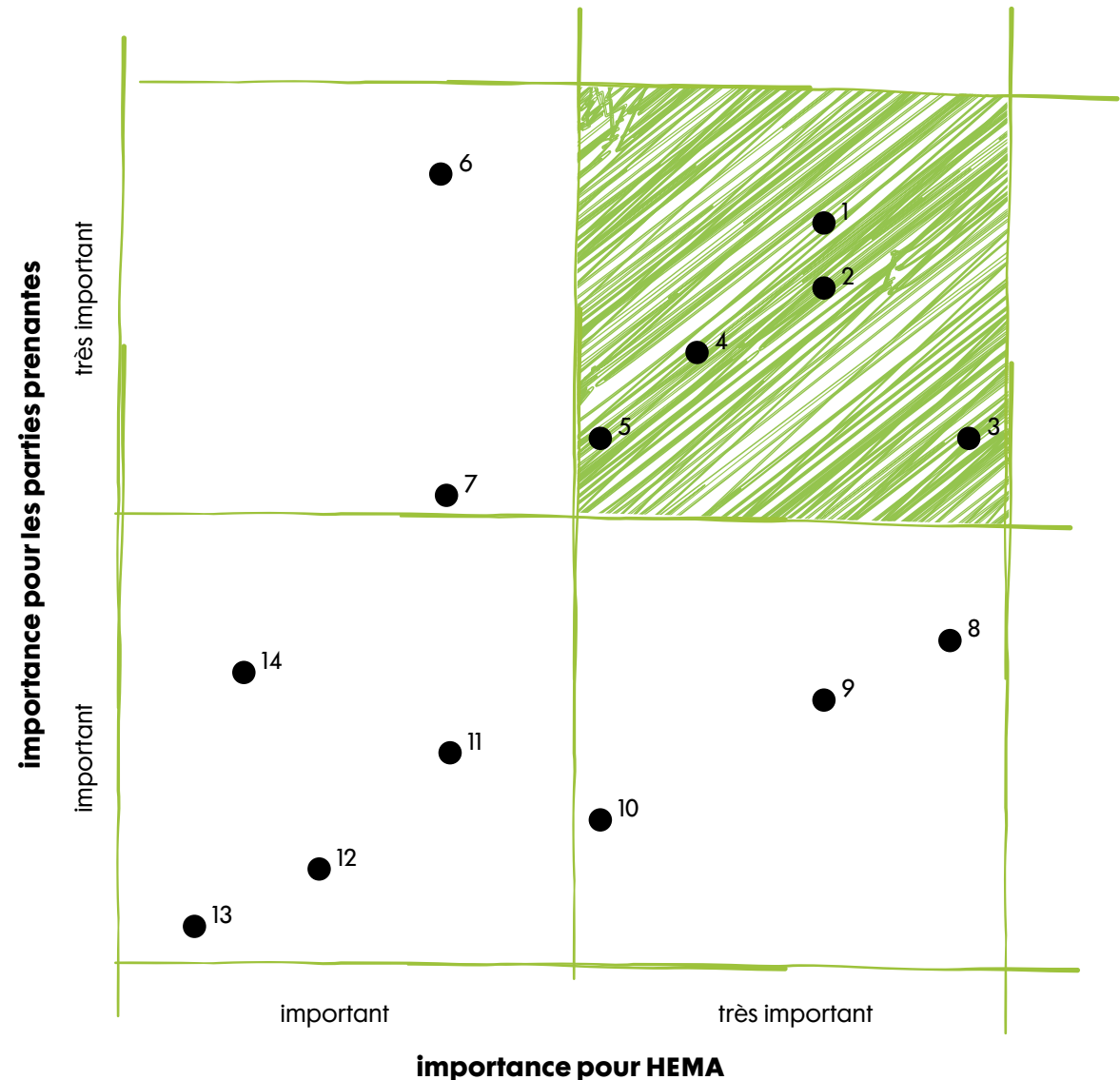
Nos activités sont consommatrices d'énergie et produisent donc du CO2. En misant sur l'éclairage LED et sur une politique de mobilité et de transport plus durable, nous essayons de réduire ces émissions.

## conception durable

Nos produits doivent leur réputation à leur signature HEMA originale et à leur excellent rapport qualité-prix. Le design et la durabilité doivent être plus complémentaires. En tenant compte de la durabilité dès la conception de nos produits, nous réduisons notre impact et nous nous demandons comment nos produits et services peuvent stimuler un comportement plus durable.

## gaspillage alimentaire

Nous vendons des produits périssables et des produits frais. Lorsque des produits dépassent leur date de conservation alors qu'ils sont encore consommables, il est important que trouver des partenariats qui luttent contre le gaspillage alimentaire. En 2017, nous avons commencé une coopération avec la banque alimentaire des Pays-Bas (Voedselbank Nederland).



### 1. environnement

### 2. gaspillage alimentaire

### 3. emballages

### 4. conception durable des produits

### 5. matières premières et matériaux

6. conditions de travail chez les producteurs

7. déchets et recyclage

8. bonne entreprise pour le personnel

9. transparence de la chaîne

10. engagement social

11. produits sains

12. impliquer les clients dans la politique de durabilité

13. supporter des initiatives locales

14. bien-être animal

# accessible à tous

---

HEMA est le magasin de tous. Nous sommes là pour nos clients et pour tous les gens qui participent au développement de nos produits. Grâce à trois principes de base, nous valorisons les gens avec qui nous travaillons et les sociétés dans lesquelles nous opérons.



**l'origine des matières premières de nos produits**



**le mode de fabrication de nos produits**



**notre rôle dans la société**



# L'origine des matières premières de nos produits

## matières premières et matériaux

Les matières premières et matériaux que nous utilisons pour nos produits ont un impact sur le monde qui nous entoure. Pour réduire cet impact, nous avons choisi de nous focaliser sur les matières premières couramment utilisées en nous fixant des objectifs pour le coton, le bois, le papier, le duvet, le café, le thé, le cacao, le poisson et l'huile de palme. Nous avons aussi pour ambition de choisir d'autres produits de base plus durables. C'est pourquoi depuis 2017, nous avons opté pour des labels de bien-être animal pour nos produits laitiers et notre charcuterie.

### coton

Le coton est une matière première importante pour nos produits. Notre objectif est d'utiliser uniquement du coton plus durable en 2020. En 2017, c'était déjà le cas pour 80% de nos produits en coton. Dans cette approche, nous suivons les normes de la Better Cotton Initiative (BCI), de l'Organic Content Standard (OCS) et de la Global Organic Textile Standard (GOTS). Pour simplifier la vie de tous, ces produits durables portent des logos qui les rendent plus visibles pour nos clients.



L'an dernier, nous avons acheté 4,4 millions de kilos de coton Better Cotton. Cet achat a permis à la BCI de former près de 3 000 cultivateurs aux méthodes durables. La BCI évalue les améliorations des agriculteurs affiliés en comparant leurs résultats avec ceux

de producteurs similaires non affiliés. Grâce aux formations en 2015-2016, les agriculteurs en Chine ont consommé 26% d'eau en moins pour l'irrigation. En Inde, 20% de pesticides en moins ont été utilisés par rapport à des exploitations comparables. Dans nos magasins, les produits à base de Better Cotton portent le logo Responsible Cotton.

Le coton biologique fait aussi partie de notre assortiment. On le reconnaît au logo Organic Cotton. L'agriculture biologique exclut l'usage de produits chimiques, ce qui est positif pour les producteurs de coton comme pour l'environnement. On retrouve du coton biologique dans nos t-shirts et chaussettes basiques. Nos bodys en coton pour bébé sont aussi 100% durables. Notre objectif pour 2017 dans ce domaine a été atteint.

### bois et papier

En 2022, 100% du bois et du papier contenus dans nos produits devra être issu de forêts gérées durablement. Carnets, mouchoirs, cadres photos... Une vaste gamme de produits est concernée. Nous respectons déjà les normes de la Forest Stewardship Council (FSC) qui garantit un bois issu de l'abattage légal et une préservation des écosystèmes dans les forêts d'exploitation. Aujourd'hui, 30% de nos produits en bois et en papier portent le label FSC®.





## bien-être animal

L'amélioration du bien-être animal nous tient à cœur. L'an dernier, nous nous sommes fixés pour objectif d'ajouter deux labels néerlandais fiables à notre assortiment alimentaire. C'est aujourd'hui le cas pour la charcuterie et les produits laitiers. Pour nos produits de charcuterie, nous sommes affiliés à la Stichting Beter Leven (Vie meilleure), une fondation qui se consacre à améliorer le bien-être animal. Nous sommes les premiers magasins aux Pays-Bas à proposer des produits labellisés Beter Leven dans ses restaurants, sa restauration rapide et sa charcuterie à la coupe. Tous les jambons néerlandais sont certifiés « Beter Leven: une étoile ». Dans les magasins qui disposent du nouveau concept alimentaire Lekker HEMA depuis 2017, le plus possible de produits de restauration portent le label Beter Leven. En 2018, nous ajouterons plus de produits Beter Leven à notre assortiment et nous utiliserons du lait de prairie ou du lait biologique pour tous nos produits laitiers. Une partie de nos produits est déjà à base de lait de prairie. Pour être plus visibles pour nos clients, ces produits portent le logo lait de prairie Stichting Weidegang.

## café et thé

En 2017, nous avons ajouté à notre gamme trois cafés single origine dotés du label Rainforest Alliance. Ces cafés issus du Brésil, de Colombie et du Honduras sont traçables jusqu'à leur plantation. Les Kachalu Coffee Farmers sont une des coopératives où nous achetons notre café. Installée sur les hauts-plateaux de Colombie, cette exploitation a pour but de produire un café de haute qualité en respectant l'humain, l'environnement et la nature. La culture de ce café est soucieuse de préserver la forêt tropicale et de vendre le café à des prix équitables pour les producteurs. En 2017, nous avons acheté 25 000 kilos de thé certifié Fairtrade, pour les différents mélanges de thé HEMA. Cet achat a permis de lever une cotisation sociale en faveur de trois plantations de thé en Inde: Kotada, Welbeck et Parry Agro. Ceci a permis de financer des projets sociaux, des bourses d'études pour les enfants, de l'aide médicale et l'entretien de communautés locales.

## huile de palme

Comparée aux autres huiles, l'huile de palme offre un rendement élevé par hectare. C'est pourquoi elle est la plus utilisée dans l'industrie alimentaire. Parallèlement, la culture d'huile de palme non durable entraîne la déforestation en Asie du Sud-Est. HEMA utilise de l'huile de palme dans ses produits alimentaires et cosmétiques. Notre objectif d'acheter 100% d'huile de palme RSPO plus durable pour nos produits alimentaires a presque été atteint en 2017. En effet, 99,5% de l'huile de palme de nos produits alimentaires étaient certifiés RSPO. Les derniers produits seront certifiés en 2018. Nous étudions aussi la possibilité de supprimer entièrement l'huile de palme de nos produits alimentaires sans affecter la recette.

Pour les produits cosmétiques, les choses sont plus compliquées, car l'huile de palme peut figurer dans des dizaines d'ingrédients complexes et ne constituer qu'une fraction du produit. Avec nos fournisseurs de produits cosmétiques qui n'achètent pas encore d'huile de palme RSPO, nous passons des accords clairs pour mettre en œuvre notre politique dans ce domaine.

"Aujourd'hui, Beter Leven est le label des produits à base de viande le plus célèbre aux Pays-Bas. En 2017, 31 millions d'animaux ont eu une vie meilleure grâce à ce label."



**Marijke de Jong**  
Directrice de Programme,  
Protection des animaux

# chiffres



**80%** de nos produits en coton sont plus durables.

**100%** du thé est certifié Fairtrade ou UTZ. Nous avons acheté 12 500 kilos de thé Fairtrade en Inde.

**99,5%** des produits alimentaires qui contiennent de l'huile de palme ont un certificat Rspo.

**100%** du café est certifié Rainforest Alliance ou UTZ.

**30%** de nos produits en bois et papier portent le label FSC®.

**21%** de nos charcuteries fraîches ont un label Beter Leven (Vie meilleure) 1 étoile.

**59%** de nos produits laitiers portent le logo Lait de prairie ou Marque de qualité biologique.

# emballages

Nous achetons nos produits dans le monde entier. Les emballages les protègent pendant le transport et permettent d'informer les consommateurs. Nos emballages renseignent nos clients des différents pays en cinq langues. Pour stimuler nos clients à recycler les emballages, nous ajouterons en 2018 un guide universel de recyclage à l'emballage de nos produits.

En 2018, nous lancerons une coopération avec l'institut de recherche sur le conditionnement durable (Kennisinstituut Duurzaam Verpakken) afin d'examiner notre politique de conditionnement. Notre objectif sera de réduire au possible l'impact environnemental de nos emballages, en réfléchissant à des emballages plus intelligents, en supprimant les emballages inutiles et en privilégiant les matières recyclables. À l'avenir, nos matériaux d'emballage seront de préférence renouvelables et d'origine durable. En 2017, nous avons déjà franchi une première étape avec l'emballage de nos colis. Nous utilisons neuf formes de cartons, tous certifiés FSC®. Ils permettent un conditionnement plus efficace en transportant moins d'air. Nous avons aussi trouvé un moyen de réutiliser ces emballages de façon ludique. Des animaux sont imprimés sur chacun des cartons. Les clients peuvent les découper et les assembler ([consultez la vidéo](#)).

## emballages de produits

Quantité totale de matériaux pour emballages de produits vendus aux Pays-Bas, en Belgique, au Luxembourg, en Allemagne et en Espagne (hors Royaume-Uni et France).

emballages de produits	verre	plastique	aluminium	acier	papier
total kg en 2017	227.283	1.012.593	39.689	32.907	1.514.616

Nous utilisons principalement du papier pour nos emballages. On le retrouve dans tout notre assortiment car il offre l'avantage d'être recyclable. Nous utilisons également le plastique pour emballer nos produits. Notre ambition est d'en utiliser de moins en moins. L'aluminium et l'acier sont surtout utilisés dans notre assortiment de produits de beauté (aérosols). Nous l'utilisons aussi pour d'autres groupes de produits, comme les bougies chauffe-plat et les dosettes de café. Le verre est principalement utilisé pour les boissons et pour certains de nos produits de beauté.

## recyclage d'emballages de transport

En 2017, nos magasins aux Pays-Bas et en Belgique, notre centre de distribution et une partie de nos magasins franchisés néerlandais ont recyclé 580.000 kg de plastique et 6.441.000 kg de carton.

"En coopération avec l'institut KIDV, HEMA continuera à augmenter la valeur ajoutée offerte à ses clients et à réduire son impact sur l'environnement et les matières premières."



**Marc Reijnders**  
Institut de recherche sur le conditionnement durable (KIDV)

# le mode de fabrication de nos produits

## transparence de la chaîne et conditions de travail chez les producteurs

Pour garantir une production équitable et durable, la transparence de la chaîne est essentielle. Nous exigeons une transparence de la part de tous nos fournisseurs concernant les lieux et les conditions de fabrication des produits. Les principaux pays producteurs de textiles et d'articles divers pour HEMA sont la Chine, le Bangladesh et la Turquie. Nos produits alimentaires et nos articles de beauté viennent principalement d'Europe.

Les 32 000 produits de notre assortiment sont fabriqués dans le monde entier par un grand nombre de chaînes de production. Il est donc essentiel que nous soyons informés des circonstances de production au sein de nos chaînes et que nous soyons en contact permanent avec les partenaires de ces chaînes.

### audits

Pour vérifier si les sites de production respectent nos exigences, nous organisons des audits avec nos propres inspecteurs. Nous contrôlons les circonstances dans lesquelles les produits HEMA sont fabriqués et nous les améliorons, si nécessaire. Ces contrôles portent principalement sur les sept aspects suivants:

- transparence de la chaîne
- lutte contre le travail des enfants
- pas de travail forcé
- environnement de travail sûr et sain
- salaires et heures de travail équitables
- assurances
- impact environnemental

Parallèlement à ces audits, HEMA est membre depuis 2003 de Amfori BSCI. Cette initiative mise en place par des entreprises vise à améliorer les conditions de travail et les normes environnementales à travers le monde, en organisant des audits indépendants dans les sites de production.

### plans d'amélioration

Si des points d'amélioration sont constatés pendant les audits, un plan d'amélioration est établi avec le directeur du site. HEMA travaille ensuite avec ses partenaires de la chaîne pour que ces améliorations soient réellement mises en œuvre. Si les améliorations ne sont pas implémentées à la date prévue par le plan, nous ne passons plus commande chez ce fabricant. Pour les producteurs avec lesquels HEMA travaille plus longuement, des audits sont effectués par Amfori BSCI pour surveiller la situation.

En 2017, les points d'amélioration à mettre en place concernaient principalement la sécurité et l'aspect sanitaire des lieux de travail et la pollution environnementale. L'an dernier, 771 audits ont eu lieu dans des sites de production de textiles et d'articles divers. Sur ce total, 349 audits ont été conduits par HEMA et 422 par des organismes externes comme Amfori BSCI. La mise en œuvre de ces plans d'amélioration a permis d'améliorer les conditions de travail de 91.000 personnes.



## coopération au sein de la chaîne

Pour améliorer les conditions de travail au Bangladesh, HEMA a rejoint en 2013, le Bangladesh Accord, également appelé l'Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh. Cette initiative vise à améliorer les conditions de travail dans l'industrie du textile au Bangladesh. En 2017, nous avons été parmi les premiers à signer l'Accord de Transition 2018 qui permet de poursuivre l'action du programme anti incendie et pour une meilleure sécurité des bâtiments au Bangladesh.

"En signant l'Accord de 2013 et l'Accord de transition 2018, HEMA fait preuve de leadership dans la création d'une industrie du textile plus sûre au Bangladesh."



**Rob Wayss**  
Executive Director & Acting Chief  
Safety Inspector, Bangladesh  
Accord

"Les problèmes structurels dans la chaîne de production des vêtements et textiles peuvent être uniquement résolus par une coopération entre les entreprises et les syndicats, la société civile et les pouvoirs publics. Il est donc très positif que HEMA participe à la convention néerlandaise pour les vêtements et textiles durables."



**Jeff Wintermans**  
Convention Textiles Durables

Nous sommes également membres de la convention IMVO (convention néerlandaise pour les vêtements et textiles durables) où nous faisons partie du comité de pilotage. Grâce à notre coopération avec de nombreuses autres entreprises, les pouvoirs publics, les syndicats, les ONG et les organisations professionnelles, nous nous engageons aussi à favoriser la fabrication de vêtements et de textiles durables. Toutes ces collaborations ont pour but d'augmenter la durabilité de nos produits et nos chaînes, en favorisant des conditions de travail équitables et en luttant contre la pollution de l'environnement.

Notre ambition pour 2018 est d'avoir un impact positif sur un plus grand nombre de partenaires dans nos chaînes de production. Pour cela, nous poursuivons nos propres audits et des audits externes. Si nécessaire, nous

pourrons mettre en œuvre des plans d'amélioration et veiller à ce que tous les sites de production répondent pleinement aux exigences de HEMA. Nous allons en outre réduire le nombre de nos fournisseurs et de nos sites de production, pour investir dans groupe de producteurs plus réduit, mais de qualité. Nous avons aussi pour but d'informer nos clients de façon plus claire sur l'origine de nos produits et sur leurs lieux de production.

## conception durable

La responsabilité d'une grande enseigne comme le nôtre est de réduire notre empreinte sur l'environnement et d'augmenter notre impact positif sur la société. Dans ce cadre, il est essentiel de réfléchir au développement durable dès la phase de conception de nos produits. Quels matériaux utiliser pour que le produit puisse être recyclé ? Le produit stimule-t-il un comportement durable ? Peut-il résoudre un problème social ? Ces questions doivent être immédiatement posées. Une bouteille d'eau en plastique recyclé ou un service de pièces de rechanges sont des exemples de solutions qui répondent à ce questionnement. En 2018, chaque service d'achat HEMA aura un objectif en matière de conception durable. En fin d'année, un pourcentage de l'assortiment devra être composé d'articles innovants qui intègrent l'aspect durable.

L'an prochain, nous étudierons comment appliquer les principes circulaires à la conception des produits HEMA. En concevant par exemple des produits à la durée de vie plus longue, des produits réparables, facilement recyclables ou conçus à partir de matériaux déjà recyclés. Citons l'exemple de notre couette avec un garnissage en bouteilles plastiques recyclées (rPET) que nous avons développée avec notre fournisseur Deltex.

L'an dernier, nous avons organisé l'événement Beyond Green, avec l'Amsterdam Fashion Institute (AMFI) et Circle Economy. Ce symposium était axé sur l'avenir du secteur de la mode et du textile. Nous stimulons ainsi la conception durable dans notre entreprise, mais nous essayons aussi de rassembler des forces externes pour créer un véritable impact. En 2018, nous organiserons la seconde édition du symposium Beyond Green.

"En 2017, nous avons conçu pour HEMA une couette en rPET avec une enveloppe en coton biologique. Un projet innovant et une formidable avancée vers un meilleur avenir."



**Edwin Slot**  
Deltex. Concepteur de la couette HEMA Rpet

## environnement

Nous essayons de limiter autant que possible notre impact sur l'environnement. Nous y travaillons à plusieurs niveaux comme lors de la fabrication de nos produits. Mais nous souhaitons aussi réduire les émissions de CO2 dans nos activités logistiques et dans notre politique de mobilité. En 2018, nous étudierons comment transporter nos produits de manière plus durable de notre centre de distribution vers nos magasins.

### émissions de CO2

Nous consommons de l'énergie pour produire, transporter nos marchandises, pour l'éclairage et la congélation dans nos magasins. Toutes ces activités émettent du CO2 qui impacte le changement climatique. En 2018, nous commencerons à mesurer les émissions de CO2 de nos activités, dans le but de les réduire. Nous diminuons déjà notre empreinte carbone en éclairant nos nouveaux magasins exclusivement avec des LED. En 2017, l'éclairage par LED a été adopté dans 30 magasins.

### politique de mobilité

En 2018, nous allons également revoir notre politique de mobilité où la durabilité joue un rôle important. Nous serons conseillés par une société partenaire en visant une mobilité plus intelligente et plus durable.





# notre rôle dans la société

## gaspillage alimentaire

HEMA vend tous les jours des produits frais. Les millefeuilles de nos boulangeries-pâtisseries sont bien connus aux Pays-Bas, nous en vendons 4,5 millions par an. Nos magasins proposent aussi un large assortiment de boulangerie, pâtisserie et charcuterie. Une partie de nos magasins propose divers services de restauration. Avec une gestion précise des stocks, nous essayons d'adapter au mieux notre offre à la demande de nos clients. Il arrive pourtant que certains produits arrivent presque à leur date de péremption alors qu'ils ne sont pas encore vendus. Pour limiter le gaspillage de ces produits encore consommables, nous les vendons à prix réduits. Ces produits portent un autocollant « anti gaspillage » offrant 25% de réduction.



Si des produits consommables restent malgré tout invendus après ce démarquage, nous trouvons d'autres possibilités de lutter contre le gaspillage. En 2017, nous avons collaboré avec la banque alimentaire néerlandaise dans cinq de nos magasins à titre d'essai. Après évaluation, le projet s'est avéré être une réussite. En 2018, nous sélectionnerons deux régions avec la banque alimentaire où nous poursuivrons notre coopération. Notre ambition est de développer ce projet dans d'autres régions aux Pays-Bas.

"Grâce à une opération de cartes de fidélité auprès de ses clients, HEMA a pu nous offrir 700 000 tasses de café. Une initiative très créative qu'on aimerait beaucoup poursuivre!"



**Rolf Peters**  
Voedselbank Amsterdam

# bon employeur

HEMA est le magasin de tous, y compris de son personnel. Nous pensons qu'un personnel bien formé, en bonne santé et impliqué dans son travail est une véritable force. En prenant soin de nos employés, nous prenons également soin de nos clients. HEMA est ancré au cœur de la société, c'est pourquoi il est important que notre entreprise reflète notre monde, où chacun à sa place. Avec l'organisation House of Hi, nous avons lancé un programme qui favorise la diversité au sein de l'entreprise.

HEMA est en constante évolution. Chaque année, nous plaçons la barre un peu plus haut en participant à de nombreuses initiatives qui nous aident à réaliser nos ambitions. Pour mesurer l'engagement de nos collaborateurs, nous menons chaque année une grande enquête internationale parmi tous nos employés. En 2017, 79% du personnel a participé. Nous avons partagé les résultats de l'enquête et avec les dirigeants et les employés, puis nous avons mis en place des mesures d'amélioration. De nombreuses initiatives ont été prises dans le domaine de la formation.

Pendant les mois d'été, 237 employés de toutes les disciplines, ont participé à notre HEMA Summer School. Ces collaborateurs ont testé un cours pilote pour déterminer s'il devait être intégré dans l'offre de formation de HEMA. En 2017, plus de 200 employés ont suivi un apprentissage (Beroeps Begeleidende Leerweg), une formation professionnelle à plusieurs niveaux organisée sur le lieu de travail. Cette formation, d'abord proposée dans nos centres de distribution a donc été organisée dans nos magasins et nos boulangeries. Ceci nous a permis d'atteindre notre objectif formation en 2017. Grâce à divers projets, nous cernons de mieux en mieux les compétences de nos employés. Nous pouvons ainsi agir de manière plus ciblée en leur permettant de mieux exploiter leurs talents, d'évoluer et se développer dans des domaines spécifiques.

Nous réalisons aussi que nos employés doivent se sentir à l'aise dans leur tête et dans leur travail. Il est donc essentiel que notre personnel soit en bonne santé. Dans ce cadre, nous avons organisé la Health Week, une semaine qui met l'activité physique en avant à tous les échelons de notre entreprise.

"En offrant des programmes pour les groupes vulnérables, HEMA peut devenir encore plus inclusif et offrir des opportunités à tous les membres de la société. HEMA et House of Hi travaillent ensemble que la diversité soit plus un état d'esprit qu'une politique d'entreprise."



**Wietske Kamsma**  
House of Hi

# HEMA Foundation

## une société inclusive

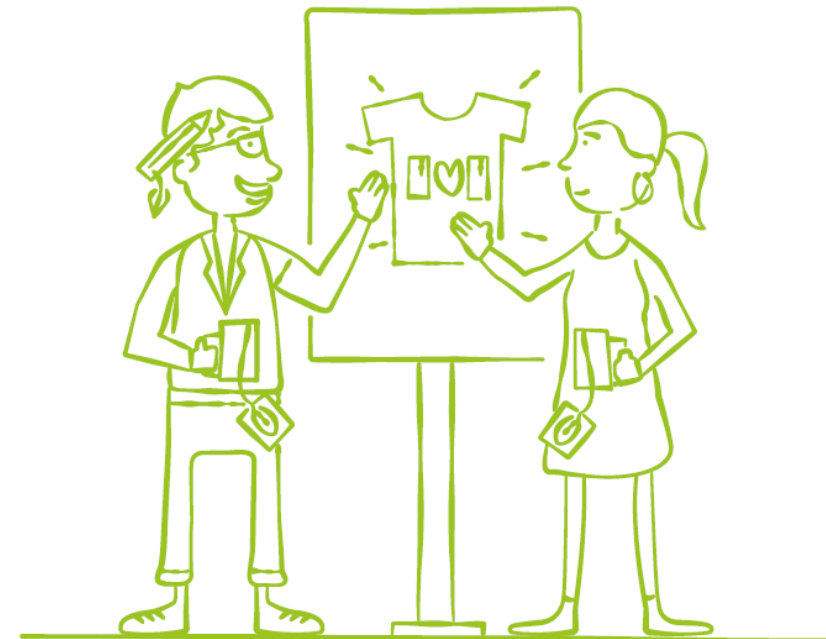
HEMA est un véritable acteur de la société et nous estimons que notre rôle est d'avoir un impact social positif. C'est pourquoi en 2018, nous avons créé HEMA Foundation. HEMA Foundation s'engage à promouvoir une société inclusive, où tout le monde peut participer activement à la vie quotidienne.

La force de HEMA est de s'adresser à tout le monde en concevant des produits au design unique. Ces deux atouts constituent un immense potentiel qui peut contribuer positivement à la société, ceci forme la base de HEMA Foundation.

Concrètement, HEMA Foundation travaillera dans le cadre d'un thème choisi tous les quatre ans, lié aux objectifs deW développement durable des Nations-Unies et qui contribue à la création d'une société inclusive. Jusqu'en 2022, HEMA Foundation s'engagera en faveur de l'alphabétisation. Savoir lire et écrire a un impact immense sur notre vie quotidienne. Aux Pays-Bas, 2,5 millions de personnes ont du mal à lire et à écrire correctement. En Europe, ce chiffre s'élève à 70 millions de personnes. L'illettrisme se transmet de génération en génération. HEMA Foundation veut briser ce cercle vicieux en développant, avec des organisations (d'alphabétisation) et d'autres parties, une approche familiale efficace. HEMA Foundation souhaite se positionner comme une plateforme accessible à tous afin d'expérimenter ensemble, de développer des concepts innovants et de tisser des liens. HEMA Foundation organisera aussi des campagnes de sensibilisation pour briser le tabou de l'illettrisme et soutenir des activités linguistiques pour tous les âges.

HEMA Foundation stimule par ailleurs le design inclusif. Le design inclusif vise le développement de produits, de services et de systèmes qui éliminent les obstacles afin que tout le monde puisse participer activement à notre société. HEMA Foundation s'engage à ce que la conception inclusive devienne un principe de base au sein de la communauté du design. L'objectif est un changement structurel de la société. Pour ce faire, nous nous positionnons comme une plateforme accessible à tous où la communauté expérimentera et partagera ses pratiques d'excellence. HEMA Foundation souhaite devenir un laboratoire d'idées et créer des liens inattendus entre différents acteurs. Nous offrons en outre un podium aux talents émergents du design, pour leur produit ou leur idée favorisant l'inclusivité et nous leur offrons un coaching et un soutien, afin qu'ils en poursuivent le développement.

## HEMA Foundation



# liste terminologique et labels

## audit

Processus permettant d'évaluer la gestion d'entreprise au sein d'un site de production par rapport à des critères prédéfinis.

## Better Cotton

Le logo Responsible Cotton est apposé sur les produits en coton que nous achetons sous le label Better Cotton. Better Cotton est une organisation sans but lucratif qui s'engage mondialement à améliorer les normes de production du coton.

## ETP

ETP est l'acronyme de Équivalent Temps Plein. Cette unité de mesure permet d'exprimer l'importance d'une fonction ou de l'effectif, un ETP correspondant à une semaine de travail complète.

## chaîne de production

De opeenvolgende reeks processen die nodig is om een product te maken, van grondstof tot klant.

## parties prenantes

Stakeholders zijn personen en organisaties die direct of indirect beïnvloed worden door de activiteiten van de onderneming of die een directe of indirecte invloed hebben op de onderneming.

## convention IMVO pour les vêtements et textiles durables

HEMA est signataire de la convention de l'entrepreneuriat international socialement responsable (IMVO) dans l'industrie des vêtements et des textiles. La Convention IMVO textiles contient des accords passés entre les entreprises de fabrication de vêtements et textiles avec la société civile, les syndicats et les pouvoirs publics. Ces accords doivent veiller à ce que les entreprises du secteur international du textile agissent de manière équitable, durable, sûre, dans le respect de l'environnement et du bien-être animal.



# à propos de ce rapport

---

HEMA veut rendre le développement durable plus accessible et plus compréhensible pour le grand public. Nous espérons que ce rapport y contribue. Avez-vous une idée, un conseil, une question ou une remarque? Envoyez votre message à [sustainability@hema.nl](mailto:sustainability@hema.nl). Suivez HEMA sur:

Pour plus d'informations sur HEMA et le développement durable, cliquez sur: [www.hema.fr/durabilite](http://www.hema.fr/durabilite). Ce rapport est établi selon les directives de la Global Reporting Initiative (GRI) en conformité avec les normes GRI niveau core. Ce rapport couvre la période du 1er janvier au 31 décembre 2017. Au cours de cette période aucune acquisition significative ni désinvestissement n'ont été réalisés. Sauf mention contraire, les résultats indiqués dans ce rapport sont basés sur les activités (internationales) de HEMA au sein de l'organisation. La délimitation du contenu de ce rapport est établie sur la base des aspects matériels et des besoins en informations des parties prenantes. HEMA établit chaque année un rapport sur les avancées des aspects matériels présentés dans ce document. Le présent rapport n'a pas été vérifié par une partie externe. Les données nécessaires sont collectées dans les services concernés, le service de développement durable en garantit la qualité. Les résultats de l'année 2017 sont mentionnés dans le Rapport de durabilité 2017, publié le 9 juillet 2018. Les calculs et données de ce présent rapport n'ont pas subi de modifications.

## **copyright**

Toute reproduction et/ou publication, même partielle de ce document, par photocopie, microfilm ou autre moyen, est interdite sans l'autorisation préalable de HEMA. HEMA n'est pas responsable des éventuelles erreurs contenues dans ce rapport.

