

Every day Action

///ACTION





POUR PLUS DE DÉTAILS, CONSULTEZ LA [VERSION COMPLÈTE DE NOTRE UPDATE2021 EN LIGNE EN ANGLAIS.](#)

Sommaire

Introduction	4
À propos d'Action	6
Action en 2021	9
La démarche responsable d'Action	14
Des employés fiers de travailler chez Action	15
Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030	18
La transparence de la chaîne d'approvisionnement comme garantie pour un approvisionnement durable	21
Action, acteur et partenaire sociétal	27
Action pour l'avenir	29
Gouvernance	31



Every day Action

Update2021

Hajir Hajji, CEO d'Action, présente l'Update2021 d'Action. Dans cette Mise à jour annuelle, nous vous disons tout sur Action, sur nos réalisations en 2021 et sur nos ambitions.



Dans cette mise à jour annuelle, nous partageons notre bilan de 2021 ainsi que nos ambitions. La force de notre équipe a une nouvelle fois contribué au succès d'Action. La pandémie de COVID-19 a affecté notre personnel et nos clients. Son impact direct et indirect sur la chaîne d'approvisionnement des produits et les magasins, a une nouvelle fois dominé l'actualité. Toutefois, 2021 a été une année de croissance remarquable pour Action.

Nous sommes restés réellement essentiels pour nos clients. Nos clients adorent vraiment Action. Ce succès est rendu possible par l'engagement, la persévérance et la confiance aussi bien de nos employés que de nos fournisseurs. Chaque jour, ils ont fait preuve de résilience et de flexibilité. Il s'agit là d'une grande

réussite.

Action est une entreprise prospère avec une formule solide, une culture unique et surtout un personnel dévoué ! En 2021, nous avons ouvert 267 nouveaux magasins et 2 nouveaux centres de distribution. Nous avons fait notre entrée en Italie et avons connu une forte expansion en République Tchèque. Ce faisant, nous avons créé plus de 5 000 nouveaux emplois.

Nos employés forment la colonne vertébrale de notre entreprise. La flexibilité dont ils ont fait preuve en 2021 a été essentielle à notre croissance. Notre objectif est d'offrir un environnement de travail sûr et de créer des possibilités de développement pour chacun des employés de notre entreprise. Nos employés sont fiers de travailler chez Action. Ils partagent notre engagement: servir

des million de clients chaque semaine et mettre en œuvre notre Programme de développement durable ainsi que notre stratégie numérique.

Un approvisionnement et une production durables sont essentiels pour assurer notre une croissance responsable. Nous agissons contre le changement climatique et nous nous efforçons de réduire les émissions dues à nos propres activités.

En 2021, nous avons développé des plans de circularité pour la moitié de nos catégories de produits afin d'identifier des moyens pour réduire leur empreinte carbone. En 2022, nous élaborerons des plans pour les autres catégories de produits. Action a l'envergure requise et la possibilité d'offrir à ses clients des produits de bonne qualité et responsables au prix le plus bas. Nous pouvons rendre les produits durables accessibles à tous. Alors que nous continuons à nous développer, nous offrons davantage de possibilités à nos clients à travers les solutions numériques. Nous tenons les clients informés au sujet de nos produits et les encourageons à se rendre dans nos magasins. Nous avons lancé l'application Action, qui permet à nos clients d'avoir à portée de main des informations sur nos offres attrayantes et nos nouveaux produits surprenants. Dans cette Every day Action, vous apprendrez tout ce qu'il y a à savoir sur Action, nos réalisations et nos ambitions. Every day Action présentées dans cette Mise à jour numérique indiquent clairement qui nous sommes et comment nous parvenons à offrir des produits surprenants et de bonne qualité aux prix les plus bas.

Hajir Hajji
CEO

Points forts d'Action

2021

+267 nouveaux magasins

- De 395 à 401 magasins
- De 189 à 201 magasins
- De 9 à 10 magasins
- De 559 à 653 magasins
- De 101 à 175 magasins
- De 389 à 435 magasins
- De 5 à 21 magasins
- De 69 à 80 magasins
- De 0 à 7 magasins

de 8 à 9 pays

11 CD ↑ 2 nouveaux Hubs ↑ 1 nouveau

Nous avons développé des plans de circularité spécifiques pour la moitié de nos catégories de produits



Lancement de l'App Action pour les clients aux Pays-Bas



6 000 produits

- 1 500 produits < 1 €
- Prix de vente moyen 2 €
- 380 marques connues
- 73 marques distributeur



8 prix décernés par les clients dans le concours « Meilleure Chaîne de Magasins de l'année » dans 5 pays

12 prix

remportés avec nos marques distributeur



86 % du coton issu de sources plus durables



70 % du bois issu de sources plus durables



12 millions de clients et 8 millions de visites du site web chaque semaine



Plus de **50 %** de nos magasins sont équipés de lumières LED écoénergétiques



Nous supprimons progressivement le plastique noir de nos produits de marques distributeur d'ici fin 2022 pour faire en sorte que tous nos emballages en plastique soient recyclables



En enveloppant uniquement les parties supérieures des conteneurs, nous économisons environ **30 % de plastique**

121 audits d'usine de nouveaux fournisseurs et **288** audits renouvelés de fournisseurs existants. Chaque année, des tiers indépendants audient les usines qui travaillent pour Action

1 000 magasins équipés de compteurs numériques intelligents

Plus de **1 500** magasins ne fonctionnent plus au gaz

Les panneaux solaires de notre centre de distribution de Zwaagdijk (Pays-Bas) assureront **85 %** de ses besoins énergétiques à l'avenir



Nos centres de distribution récemment ouverts ont obtenu la mention **BREEAM Très bon** (Bratislava) et **Excellent** (Bieruń)

Nos camions à deux étages transportent **60 %** de marchandises en plus que les camions conventionnels



68 000 employés

Nous avons créé **5 786 nouveaux emplois**, **2 178 promotions internes** et **33 759 personnes formées**

Nous sommes fiers d'avoir des collaborateurs internationaux de **124 nationalités**



96 % de nos employés ont répondu à notre enquête sur l'engagement



Employés **72 % de femmes** et **28 % d'hommes**

Une étude* montre qu'Action est l'enseigne qui a le plus manqué aux consommateurs néerlandais pendant le confinement lié à la Covid-19



Les consommateurs ont élu Action comme « Enseigne préférée des Français ».



1 737 enfants

parrainés à travers notre partenariat avec SOS Villages d'Enfants

* QBR du bureau d'études

* EV-Parthenon

Every day Action

Surprendre nos clients chaque jour

Nous travaillons avec nos employés et nos fournisseurs pour surprendre nos clients avec des produits essentiels du quotidien ainsi qu'avec toutes sortes d'autres produits. Notre modèle économique simple et efficace nous permet de combiner qualité et durabilité à des prix attractifs.



À propos d'Action

Action est le discounter non alimentaire qui connaît la croissance la plus rapide en Europe, offrant chaque semaine à 12 millions de clients, dans chacun de ses 2000 magasins, un assortiment de 6000 produits en constante évolution. 8 millions de clients supplémentaires se rendent sur le site [action.com](https://www.action.com) chaque semaine. La promesse d'Action : Petits prix, Grands sourires, Environnement chaleureux.

Notre assortiment inclut des produits essentiels du quotidien ainsi que des produits répartis dans un large éventail de catégories de consommateurs. Ces produits sont importants dans le quotidien de nos clients et de leurs familles. Nous voulons nous assurer que nos clients se sentent bien lorsqu'ils visitent nos magasins.

Nous sommes fiers d'offrir des produits de haute qualité au prix le plus bas possible. Nos prix bas sont synonymes d'accessibilité pour un large éventail de groupes de clients. Des personnes de tous les horizons se rendent dans nos magasins. Les magasins Action attirent un très large éventail de clients, qu'il s'agisse de personnes disposant d'un budget limité ou de personnes qui apprécient simplement avoir accès à des articles du quotidien de bonne qualité.

Action a débuté son histoire il y a près de 30 ans avec un petit magasin à Enkhuizen, aux Pays-Bas, et a connu un parcours remarquable depuis. Nous poursuivons notre croissance dans toute l'Europe et avons ouvert notre 2 000ème magasin à Prague le 20 janvier 2022.

Pourquoi nos prix sont-ils si bas



Petits prix : un atout ancré dans notre ADN et notre culture

Nous pouvons proposer notre assortiment à petits prix grâce à notre gamme ciblée composée de 14 catégories différentes. Cela nous permet d'acheter en grandes quantités auprès de nos fournisseurs et partenaires en Europe et en Asie. L'efficacité est inscrite dans notre ADN, et notre modèle économique est à la fois simple et efficace.

Action n'a de cesse de renforcer et d'investir dans sa proposition de valeur aux clients ainsi que dans son modèle opérationnel. Notre culture d'entreprise est axée sur l'amélioration quotidienne de nos opérations, la réduction des coûts inutiles et l'efficacité, avec un accent sur la simplicité

et les processus standardisés. La plupart de nos fournisseurs travaillent avec nous depuis longtemps. Nous évoluons ensemble et offrons de nouveaux produits toujours plus attrayants.

Grands sourires : des produits essentiels au quotidien

Nos clients arborent de grands sourires, car ils adorent vraiment aller chez Action. Ils apprécient le fait qu'Action propose un assortiment en constante évolution constitué de produits essentiels du quotidien et de nouveaux produits surprenants, adaptés aux besoins saisonniers.

C'est l'élément de surprise et l'amusement qui en découle, combinés à une bonne qualité proposée au prix le plus bas, qui donnent aux clients le sentiment d'avoir accès à ce dont ils ont besoin pour leur maison ou pour faire un cadeau à leur famille, à leurs amis ou à eux-mêmes. En plus des articles des marques distributeur d'Action et des marques de fournisseurs, nous proposons des produits de 380 grandes marques, dont Philips, Panasonic, Coca-Cola, Pampers, Nivea, Dove et Rexona.

Environnement chaleureux : notre personnel fait toute la différence

Nos employés forment la colonne vertébrale d'Action. Nous veillons à ce qu'ils se sentent bien lorsqu'ils travaillent chez Action. Nos collègues affirment apprécier le travail d'équipe, l'orientation client, la collaboration avec leurs chefs d'équipe et le sentiment de fierté d'être associés à notre marque.

Nous offrons des emplois à un nombre croissant de personnes dans dix pays européens. Près de 68 000 personnes de 124 nationalités différentes sont employées par ou via Action. Nous offrons à chacun la possibilité de travailler chez Action, indépendamment de leur éducation, genre, éducation ou origine.

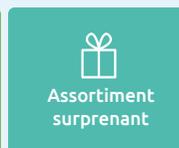
Notre engagement pour faire d'Action

14 catégories





Promesse de marque – Des produits étonnants à prix attractifs



une entreprise circulaire

Nous continuons à améliorer la qualité et la durabilité de nos produits, sans pour autant renoncer à nos prix bas et à notre assortiment surprenant. Un approvisionnement et une production durables sont essentiels à notre avenir et à notre croissance responsable. Action a l'envergure requise et la possibilité de fournir à ses clients des produits de bonne qualité et responsables au prix le plus bas, ce qui est démontré par le nombre croissant de produits durables proposés dans nos rayons. Dans le cadre de notre engagement en matière de développement durable, nous examinons l'ensemble de notre gamme afin d'identifier les changements nécessaires pour améliorer la circularité de nos produits.

Succès passés et futurs basés sur un

modèle économique simple et sain

Le client est au cœur de toutes les activités d'Action. Action a un modèle économique simple qui fonctionne pour nos clients, nos employés et nos actionnaires. Nous sommes fiers de notre contribution: offrir des produits de bonne qualité à bas prix à un grand nombre de clients. En tant que discounteur non alimentaire, nous devons respecter notre formule et ne jamais oublier de donner la priorité au client, en veillant à ce qu'il revienne toujours. Et c'est le cas.

Every day Action

18 décembre 2021

Nous célébrons l'ouverture de notre 400^e magasin aux Pays-Bas, dans la ville de Maastricht

En 2021, nous avons ouvert
267 magasins dans neuf
pays européens.



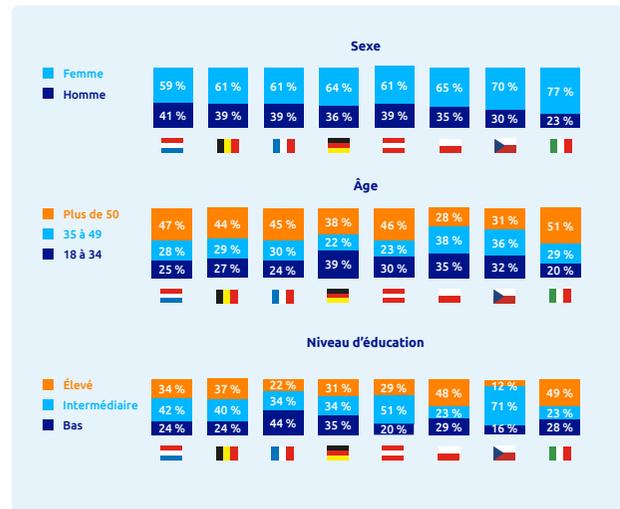
Action en 2021

En 2021, grâce à notre gamme de produits surprenante et à l'expansion de notre réseau de magasins, nous avons créé plus de valeur que jamais pour nos clients. La pandémie de COVID-19 toujours en cours nous a obligés à rester agiles et à accélérer les innovations numériques telles que l'application Action et notre service de Click & Collect. Cela a nécessité davantage de persévérance et de flexibilité de la part de nos clients, de nos employés et de nos partenaires.

Nos clients

Tout ce que nous faisons vise à apporter plus de valeur à nos clients. Chaque semaine, nos magasins sont ouverts et en 2021 nous avons accueilli 12 millions de clients. 6,4 millions de clients supplémentaires se rendent sur le site action.com chaque semaine. Pendant les confinements, ce chiffre est passé à près de 8 millions. Chez Action, il y a de nombreuses raisons de faire des achats – certains clients recherchent des bonnes affaires, tandis que d'autres aiment se livrer à une chasse au trésor. Le point commun de tous ces clients réside dans leur engouement pour nos produits surprenants et leurs prix incroyablement bas.

Nos clients



Présence en ligne

	2021	2020
Visites du site Web par semaine	6,4 millions	5,2 millions
Abonnements à la newsletter par e-mail	5 millions	5 millions
Facebook	2,5 millions	2,3 millions
Instagram	2 millions	1,8 million
Instagram beauté	54 000	44 000
Pinterest	12 000	10 000
LinkedIn	63 916	51 603

Notre base d'abonnés à la newsletter ne peut pas être entièrement comparée aux années précédentes, car en 2021, nous avons commencé à supprimer les comptes inactifs.

Plus connectés que jamais

Notre présence en ligne (site Web, réseaux sociaux et newsletters) nous a permis de rester en contact avec nos clients tout au long de l'année. Nous avons partagé des contenus inspirants, notamment des idées de décoration, des tutoriels de bricolage et des recommandations de produits. Nous avons continué à communiquer avec nos clients sur des sujets populaires liés à la pandémie, en mettant en avant notre assortiment de produits essentiels et nos thèmes tels que l'hygiène, le télétravail, les loisirs créatifs, la pâtisserie, le spa à domicile, la santé et le sport. Grâce à des groupes de fans indépendants sur les réseaux sociaux, des centaines de milliers de clients ont pu partager des idées et des expériences inspirantes.

En 2021, l'application Action et My Action ont été ajoutées à notre gamme de solutions numériques nous permettant de maintenir un lien avec les clients. L'application Action a été lancée aux Pays-Bas en avril. Celle-ci tient nos clients informés de nos offres promotionnelles et de nos nouveaux produits. Grâce à l'application, les clients peuvent également explorer la gamme complète, trouver les magasins à proximité de chez eux, consulter les horaires d'ouverture de leurs magasins. Lors de leurs visites en magasin, ils peuvent utiliser l'app pour scanner les codes-barres des produits et obtenir des informations supplémentaires.

Un programme de fidélité a été ajouté à l'application Action en septembre. Les clients qui créent un profil My Action ont accès à d'autres fonctionnalités de l'application, notamment une liste de courses et des fonctions de fidélité telles que des reçus numériques.





Articles ménagers
et cadeaux



Décoration
Articles ménagers
et cadeaux



Grand magasin



Grand magasin
Articles ménagers



Discounter
non alimentaire
Décoration
et cadeaux

En 2021, comme lors des années précédentes, nos clients nous ont décerné la meilleure note lors du concours de « Meilleure Chaîne de Magasins de l'année ».

Communication au sujet de la qualité et de la durabilité

Nous avons élargi notre communication en 2021, afin de mieux informer nos clients sur la qualité de nos produits et nos efforts en matière de développement durable. Notre programme de communication s'articule autour de newsletters, de dépliants, de réseaux sociaux, de canaux en magasin, de la radio, de communications internes, de relations publiques et de notre site web. Sur l'ensemble de nos canaux de communication, nos pouces verts continuent de mettre en avant notre gamme croissante de produits durables.



Fairtrade zet zich in voor betere werk- en leefomstandigheden voor cacaoboeren



Gemaakt van gerecycled plastic.



Door katoenproducten van Action te kopen, draag je bij aan een duurzamere katoenteelt.



Nos produits

Dans toutes nos marques distributeur et toutes nos catégories, nous sommes toujours à l'affût de nouvelles possibilités de développement de produits. Nous maintenons notre assortiment à jour, tout en conservant son caractère surprenant grâce à de nouveaux designs.

Nous avons ajouté des produits plus durables à nos marques distributeur. Exemples :

Nous avons également remporté 12 prix avec nos produits de marque distributeur.

- Les **boxers en bambou Ziki** et les **t-shirts en bambou Jack Parker** sont respirants et doux. Ils sont fabriqués avec du coton labélisé Better Cotton Initiative.
- Le **lait solaire Zenova Sensitive SPF50** a reçu le prix « Best Buy Award » de la part de l'organisation de consommateurs néerlandaise Consumentenbond, lequel récompense des produits à un prix raisonnable qui répondent à des normes de qualité strictes.
- L'**eau micellaire démaquillante Alvira** a été élue Produit préféré de la rédaction lors des Belgian Beauty Awards 2021.
- Le **kit de réparation de vélo Walfort**, le **crayon automatique khôl Max & More** et les **capsules de café Caffè Palazzo Lungo** ont reçu le prix du Produit de l'année en Belgique.
- Le **dégraissant Superfinn**, les **capsules à café Palazzo Lungo**, les **oreillers hypoallergéniques Comfibeds**, les **mouchoirs Pure Soft**, les **éponges power Spargo** et la laque satinée pour bois **2 en 1 Spectrum** ont reçu le prix du Produit de l'année aux Pays-Bas.



Les boxers en bambou Ziki et les t-shirts en bambou Jack Parker sont respirants et doux. Ils sont fabriqués avec du coton labélisé Better Cotton Initiative.



Les briquettes de noix de coco pour barbecue Big Jeff offrent plusieurs avantages, y compris plus de chaleur, moins de fumée, une combustion plus longue et plus constante. Elles sont fabriquées à partir de résidus de coques noix de coco.



Les grains de café à origine unique Caffè Palazzo du Brésil et du Honduras sont certifiés Rainforest Alliance et neutres sur le plan climatique, car leur empreinte carbone est compensée sur l'ensemble de la chaîne de valeur.



Le chocolat Christmas Moments est produit à partir de cacao certifié Fairtrade.



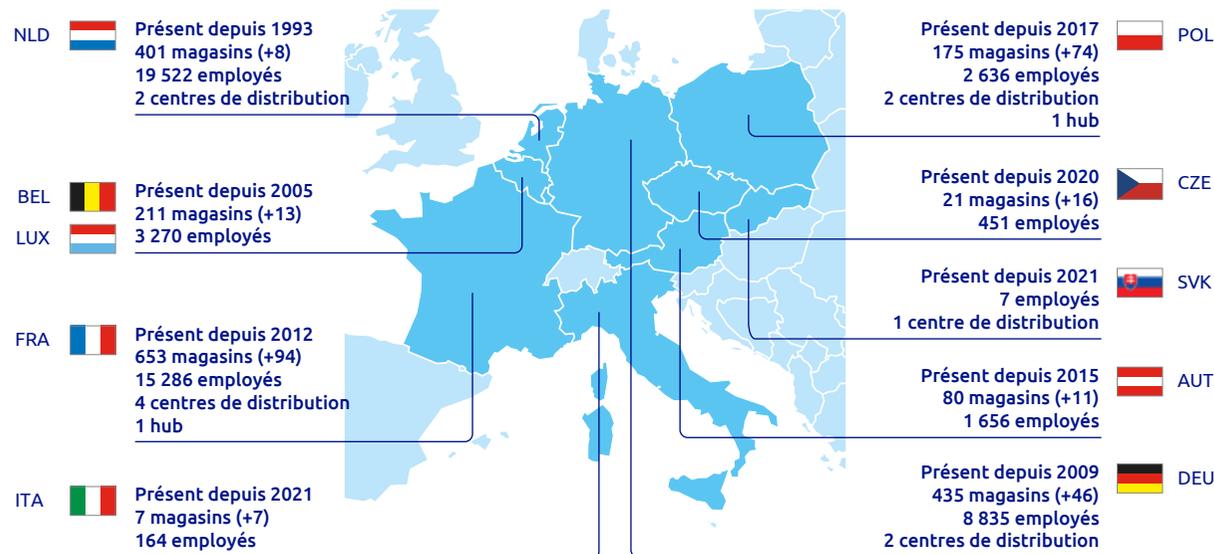
Une croissance continue

2021 a été une nouvelle année de croissance pour Action. Malgré la pandémie de COVID-19, nous avons continué à créer de la valeur pour nos clients, pour nos employés et pour l'économie en offrant des produits surprenants à des prix bas. Au cours de l'année, nous avons ouvert 267 magasins, ce qui a porté le total à 1 983 magasins répartis dans neuf pays à la fin de l'année. La France reste le premier marché d'Action avec 653 magasins en activité à la fin de l'année. En 2021, nous avons ouvert nos sept premiers magasins en Italie et nous avons célébré d'autres jalons majeurs : notre premier magasin à Prague (République Tchèque), 10 magasins au Luxembourg, 80 magasins dans toutes les régions d'Autriche, 200 magasins en Belgique, 400 magasins en Allemagne et 400 magasins aux Pays-Bas.

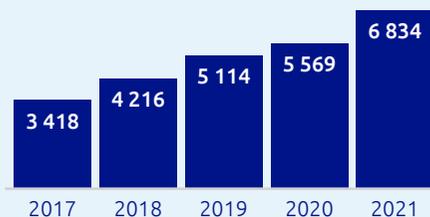
Pour soutenir le développement de nos magasins, nous avons étendu notre réseau de distribution. En 2021, nous avons ouvert notre dixième centre de distribution à Bratislava (Slovaquie). Notre nouveau centre de distribution à Bieruń (Pologne) a été mis en service en novembre. Nous avons également ouvert une nouvelle plateforme cross-dock à Tilburg (Pays-Bas) pour approvisionner nos centres de distribution plus efficacement.

Des résultats financiers solides

Le chiffre d'affaires net pour l'exercice se clôturant le 2 janvier 2022 s'est élevé à 6 834 millions d'euros, contre 5 569 millions d'euros en 2020 (sur une base de 52 semaines). Malgré les périodes de perturbations majeures dues aux restrictions liées au COVID-19, Action est parvenue à augmenter ses revenus de 23 %. La croissance du chiffre d'affaires à périmètre constant (Like-for-Like, LFL) s'est élevée à 11 %. Nous avons notamment enregistré d'excellents résultats en France, en Belgique et en Pologne. L'EBITDA (bénéfice avant intérêts, impôts, amortissements et éléments d'ajustement – et sur une base pré-IFRS 16) est passé de 609 millions d'euros (sur une base de 52 semaines) en 2020 à 828 millions d'euros en 2021. En 2021, le total de nos investissements s'est élevé à 183 millions d'euros, contre 173 millions d'euros en 2020. En 2021, le montant total de nos investissements s'est élevé à 183 millions d'euros, contre 173 millions d'euros en 2020.



Chiffre d'affaires net – en millions d'euros



EBITDA¹ – en millions d'euros



¹ Exclut les éléments d'ajustement et l'impact de la norme IFRS 16

Every day Action

22 décembre 2021

Nous avons terminé les analyses de circularité pour la moitié de nos catégories, ce qui nous a permis d'établir une orientation claire pour notre gestion des matières premières

Dans une économie circulaire, les ressources sont utilisées selon un modèle régénératif plutôt que linéaire. En 2020, nous avons entamé une collaboration avec l'organisation d'impact Circle Economy pour générer des informations sur notre position en matière de circularité à l'échelle de l'entreprise.

Action Sustainability Programme (ASP)

Notre croissance va de pair avec une responsabilité que nous acceptons et assumons pleinement. Nous pensons qu'il est possible de continuer à proposer notre assortiment surprenant au prix le plus bas, tout en améliorant la qualité et la durabilité de nos produits. Nous veillons à ce que les clients d'Action se sentent bien dans nos magasins. Petits prix, Grands sourires, Environnement chaleureux.

Nous voulons rendre les produits durables accessibles. Cet objectif ne peut pas être atteint du jour au lendemain, mais nous sommes déterminés à poursuivre sur cette voie et à réaliser nos ambitions.

Nous avons accompli des progrès ces dernières années. Nous sommes attentifs aux coûts et veillons donc par nature à préserver les ressources et à réduire nos déchets. Lorsque nous sommes en mesure d'apporter des changements, aussi petits soient-ils, notre envergure amplifie l'impact de nos actions, ce qui nous permet en fin de compte de faire une grande différence.

Notre programme de développement durable s'inspire de l'Agenda 2030 des Nations Unies pour le développement durable et des Objectifs de développement durable (ODD) correspondants. Le Pacte vert pour l'Europe constitue également pour nous une source d'inspiration et d'orientation.

Chez Action, la durabilité fonctionne à quatre niveaux différents, mais reliés :



Every day Action

1er octobre 2021

16 employés fêtent le cinquième anniversaire du magasin de Kittsee (Autriche)

Les employés du siège d'Action en Autriche ont créé un "walk of fame Action" devant le magasin de Kittsee: ils ont écrit à la craie sur le trottoir les prénoms de chaque membre de l'équipe pour les accueillir à l'événement.



Des employés fiers de travailler chez Action

Les collaborateurs d'Action sont essentiels à notre succès, aujourd'hui et demain leur engagement et leur énergie nous permettent de réaliser nos ambitions. Nous voulons que tous ceux qui travaillent pour Action s'érigent en ambassadeurs d'Action, qu'ils soient fiers et engagés. Nos équipes doivent être diversifiées, inclusives et engagées, avec de nombreuses possibilités de développement. Le bien-être de nos équipes revêt une importance capitale pour nous.



Infos clés People

- Environ 68 000 personnes travaillant dans des conditions de travail sûres
- Plus de 33 500 personnes formées grâce à des solutions créatives
- Plus de 96 % des employés participent à l'enquête Voice of Action sur l'engagement
- Introduction d'outils d'identification des compétences pour la gestion des talents

Les personnes au sein d'Action

Avec près de 52 000 employés à la fin de l'année 2021, Action joue un rôle important en tant qu'employeur. En outre, près de 16 000 personnes travaillent pour Action sur une base autre qu'un contrat de travail.

En 2021, nos effectifs ont continué à croître. Au total, nous avons recruté plus de 38 000 nouveaux employés. Comme c'est généralement le cas pour le commerce de détail, une grande partie de ces employés rejoint Action pendant une courte période, avec un nombre limité d'heures par semaine. Il s'agit en général d'un premier emploi auquel ils accèdent en parallèle de leurs études pour acquérir de l'expérience professionnelle et des compétences utiles pour leur carrière, ce qui leur permet de combiner travail et études ou de subvenir aux besoins de leur famille. Pour les acteurs du retail, cela entraîne automatiquement un taux de rotation du personnel relativement élevé.

Dans la plupart des pays où nous exerçons nos activités, le marché du travail est difficile, mais nous continuons à recruter avec succès le bon nombre de personnes avec les bonnes qualifications. En 2021, nous avons développé notre première campagne internationale d'image de marque d'employeur intitulée « Work at Action. Be surprised. »



Aider les employés potentiels à comprendre en quoi consiste le travail chez Action est particulièrement important dans les pays où nous sommes présents depuis peu de temps et où les personnes ne nous connaissent pas en tant que marque grand public ni comme employeur.

La transformation numérique est fondamentale pour nos processus de recrutement. Notre site de recrutement [action.jobs](https://de.action.jobs) et les campagnes ciblées nous aident à diffuser les offres d'emploi auprès d'un large public. Plus de 1,3 million de personnes ont visité notre site de recrutement en 2021, soit une hausse de 20 % par rapport à 2020.

Engagement, inclusion et diversité

La pandémie de COVID-19 a imposé à nos employés de faire preuve d'une grande flexibilité. Tant pendant les confinements (partiels) que lorsque les magasins étaient ouverts, ils ont travaillé dur pour créer un environnement de travail et d'achat sûr. C'est pourquoi tous les employés de nos magasins, centres de distribution et bureaux ont reçu une prime financière supplémentaire pour les récompenser de leur engagement extraordinaire en 2021.

Pour garder le lien alors que certains de nos magasins et centres de distribution étaient fermés et que presque tous les employés de bureau travaillaient à domicile, nous avons utilisé divers canaux de communication (numériques) pour maintenir la sécurité, la motivation et l'engagement de nos employés, et pour les tenir informés.

Nos valeurs au quotidien

La formule d'Action est puissante, mais notre réussite en tant qu'entreprise dépend entièrement de l'enthousiasme et de l'engagement de nos équipes. Quelles que soient nos origines ou notre position au sein de l'entreprise, nous partageons tous les valeurs d'Action. Elles constituent la base de nos interactions les uns avec les autres, avec nos clients et avec nos partenaires commerciaux.

The work is just as much fun as the brand!

Follow us and share the fun of working at Action! [@be Surprised](#)

[nl.action.jobs](#)

work at **ACTION** be surprised

Bei Action gehen Arbeit und Spaß Hand in Hand!

Für unsere Filialen in Niederggen, Niederzier und Vettweiß suchen wir Dich als:

- Verkäufer (m/w/d)
- Minijobber (m/w/d)

Gerne auch Quer- und Wiedereinsteiger!

de.action.jobs

arbeite bei **ACTION** du wirst überrascht sein



Voice of Action

En 2021, nous avons mesuré l'engagement de nos employés au moyen de l'enquête Voice of Action. Plus de 96 % de nos employés ont répondu à un questionnaire en ligne. Les résultats de l'enquête Voice of Action de 2021 montrent que l'engagement et l'orientation client de nos employés sont élevés et supérieurs au niveau de référence du secteur. Les scores montrent des tendances similaires dans tous les pays, avec des scores encore plus élevés en Autriche, en Allemagne et en Pologne. En utilisant une approche du bas vers le haut, toutes les équipes ont créé des plans d'action ciblant au moins un domaine à améliorer et un domaine dans lequel les résultats doivent être maintenus.

Favoriser la diversité

Nous offrons un environnement de travail chaleureux où les gens peuvent être eux-mêmes, quels que soient leur parcours, leur orientation, leur genre, leur âge et leur religion. Chez Action, nous donnons aux gens la possibilité de démarrer leur carrière, de changer de voie ou de se réintégrer dans la vie professionnelle. Action offre un emploi à chacun, avec des possibilités de travail flexibles, à temps plein ou à temps partiel.

Notre personnel reflète la diversité de notre clientèle. Nous sommes particulièrement fiers que 124 nationalités soient représentées dans tous nos magasins, centres de distribution et bureaux. Chaque année, de plus en plus de personnes venues du monde entier rejoignent notre entreprise florissante.

Reconnaissance et développement personnel

Pour stimuler l'engagement et favoriser le développement, nous voulons que nos employés se sentent reconnus pour leur travail. Cette reconnaissance prend de nombreuses formes, telles que la formation, l'évaluation des performances, les promotions internes, la rémunération équitable, les avantages et le feedback.



Grâce à l'Action Academy, nous offrons à nos employés la possibilité de participer à des formations dans différents domaines et à des fins diverses, allant de la sécurité au travail et des systèmes à la formation au leadership.

Les employés de bureau et les équipes de direction des magasins peuvent développer leurs compétences personnelles, techniques et de leadership grâce à une plateforme d'apprentissage en ligne avec des formations contextuelles. Ce programme a rencontré un tel succès qu'il fera partie de l'Action Academy en 2022.

Les promotions internes sont un moteur d'engagement, de rétention et de recrutement. Elles sont également essentielles pour préserver l'ADN d'Action à mesure que nous nous développons. Notre expansion rapide nous permet de proposer de nombreuses possibilités de promotions internes. En 2021, il y a eu 2 178 promotions internes.

Investir dans les futurs talents

Nous considérons qu'il est important d'investir également dans les générations futures de talents du retail. C'est pourquoi nous

offrons aux étudiants la possibilité de découvrir Action par le biais de stages. Nous proposons des programmes de formation dans l'enseignement professionnel, et nous avons des partenariats solides pour fournir les meilleures bases pour le développement des futures carrières.

L'accent sur le bien-être

Santé et sécurité

Étant donné que notre personnel est essentiel à notre réussite, la gestion de la santé et de la sécurité et le bien-être des employés sont des priorités clés chez Action. Ces priorités se sont révélées d'autant plus importantes en 2021, car la pandémie de COVID-19 a nécessité une réponse sur mesure pour continuer à garantir un environnement de travail sain et sûr pour tous nos employés.

En 2021, nous avons établi une approche internationale plus coordonnée en matière de santé et de sécurité. Une nouvelle stratégie en matière de santé et de sécurité a été élaborée. Celle-ci comprend des indicateurs de performance qui sont révisés mensuellement et qui sont intégrés dans notre prise de décision, la planification budgétaire, les flux de travail et les communications.

Every day Action

21 septembre 2021

Lancement de la campagne LED dans nos magasins

Dans le cadre de nos efforts visant à réduire la consommation d'énergie dans nos magasins, nous avons commencé à remplacer tous les éclairages fluorescents existants par des lampes LED, qui consomment 50 % d'électricité en moins. Avec une moyenne de 250 lampes par magasin, les économies d'énergie et de coûts s'accumulent rapidement. À la fin de l'année 2021, plus de 1 100 de nos magasins ne disposaient plus que de lampes LED. Les éclairages de tous les autres magasins seront remplacés en 2022.



Réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030

Nos opérations impliquent des magasins, des centres de distribution et des bureaux. Avec la croissance de nos activités, nous sommes conscients que nous consommons non seulement des ressources naturelles, mais que nous produisons aussi des déchets et des émissions qui ont un impact sur l'environnement, les personnes et les générations futures. Ainsi, nous visons à réduire les émissions de nos propres activités de 50 % d'ici 2030 (émissions Scope 1 et 2, par rapport à la base de référence de 2020).

Infos clés Planet



- Plus de 50 % de nos magasins sont équipés de lampes LED écoénergétiques
- Nos nouveaux centres de distribution ont obtenu la mention BREEAM Très bon (Bratislava) et Excellent (Bieruń)
- Les panneaux solaires installés sur notre plus grand centre de distribution (Zwaagdijk) lui fourniront 85 % de ses besoins énergétiques
- Base de référence détaillée de nos émissions de carbone de Scope 1 et 2

Émissions directes Scope 1	2020	2021
Gaz naturel	5 590	7 483
Transport – véhicules de l'entreprise	13 934	10 978
Total des émissions Scope 1	19 524	18 461
Émissions directes Scope 2		
Électricité (sur la base du marché)	23 272	27 854
Total des émissions Scope 2 (sur la base du marché)	23 272	27 854
Total des émissions Scope 1 et 2 (sur la base du marché)	42 796	46 315

Réduction de la consommation d'énergie et des émissions

La consommation d'énergie dans nos magasins, nos centres de distribution et notre logistique sortante (comme le transport de produits des centres de distribution vers les magasins) est responsable d'émissions de gaz à effet de serre. Ces émissions directes (Scope 1) et les émissions indirectes provenant de l'électricité achetée (Scope 2) sont au cœur de notre stratégie en matière de réduction de la consommation d'énergie et des émissions.

L'utilisation des énergies chez Action en 2021

	Électricité en kWh	Gaz en m ³
Magasins	125 338 382	1 560 068
Centres de distribution	20 868 861	2 559 183
Total	146 207 243	4 119 251
Par m ² de magasin en 2021	67,55	0,89
Par m ² de magasin en 2021 ¹	57,69	0,82

¹ Les chiffres de 2020 et de 2021 sont difficiles à comparer en raison des nombreux confinements qui ont affecté différemment les pays.

Notre ambition est de réduire nos émissions de Scope 1 et 2 de 50 % d'ici 2030 (par rapport à la base de référence de 2020).

Les mesures visant à réduire la consommation d'énergie et les émissions doivent être fondées sur des données. En 2020, nous avons choisi un nouveau système de gestion de l'énergie. Le lancement de ce système de gestion de l'énergie aux Pays-Bas en 2021 a confirmé qu'il répondait à nos besoins en termes de support, de fonctionnalité et d'évolutivité. Cela nous a permis d'établir notre base de référence en matière d'émissions en 2021 et de suivre les progrès.

Magasins

Étant donné que nos magasins représentent une part considérable de notre consommation d'énergie globale, nous avons accéléré nos efforts visant à y réduire les émissions pour atteindre les objectifs suivants :

- Réduction de la consommation d'énergie de 15 % par m² d'ici 2024 (par rapport à 2020) ;
- Accès au raccordement au gaz retirés dans tous les magasins d'ici fin 2024 ;
- Utilisation des énergies renouvelables dans tous les magasins d'ici fin 2022.

Pour réduire la consommation d'énergie dans nos magasins, nous avons mis en place un système numérique de gestion de l'électricité. Fin 2021, 50 % de nos magasins disposaient de compteurs numériques connectés à un portail de gestion de l'énergie. Ce portail nous permet d'évaluer les performances de nos magasins et d'identifier les habitudes de consommation irrégulières. Dans le courant de l'année 2022, tous nos magasins seront connectés à ce portail.

D'ici fin 2024, tous nos magasins auront cessé de consommer du gaz naturel. Les raccordements au gaz seront remplacés pour permettre un passage complet à l'électricité. Fin 2021, 1 593 de nos magasins fonctionnaient déjà sans gaz. En 2022, 115 autres magasins passeront à l'électricité.

Centres de distribution

Les étapes clés pour réduire de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030 dans nos centres de distribution sont les suivantes :

- Réduction de la consommation d'énergie ;
- Multiplication par deux de notre capacité de production d'énergie d'ici 2024 (par rapport à 2020) grâce à l'installation de panneaux solaires ;
- Utilisation des énergies renouvelables dans tous les centres de distribution d'ici fin 2022.

Nous gérons nos centres de distribution de manière écoénergétique : dans et autour des centres de distribution, nous utilisons le transport électrique pour limiter les émissions de CO₂ et réduire les niveaux de bruit et d'émissions de gaz d'échappement sur le site. Pour identifier d'autres économies d'énergie potentielles, nous effectuons régulièrement des audits énergétiques et mettons à jour les spécifications fonctionnelles afin d'inclure les conclusions de ces audits.

Nous construisons nos centres de distribution sur la base des dernières exigences technologiques en matière de construction pour assurer des activités écologiques et respectueuses de l'environnement, conformément aux normes BREEAM, qui constitue un système international de notation pour les constructions de bâtiments durables (ou des normes de certification comparables). Les centres de distribution dont la construction s'est achevée en 2021 ont obtenu la note BREEAM Très bon (Bratislava, Slovaquie) et Excellent (Bieruń, Pologne). Pour les futurs centres de distribution, la certification BREEAM Excellent deviendra notre norme.



Logistique sortante

Le transport représente une part importante des émissions de gaz à effet de serre dans le monde entier. Le secteur se transforme, en partie en raison de la pression exercée par les initiatives législatives, telles que la mise en œuvre de zones sans émissions. Pour notre logistique sortante (le transport des produits des centres de distribution aux magasins), le diesel sera progressivement supprimé au fil du temps. Nous considérons le transport électrique comme la solution à long terme pour le transport de courte et longue distance.

Nous travaillons en permanence à la réduction du nombre moyen de kilomètres parcourus. En 2021, la distance moyenne entre un magasin et un centre de distribution était de 189 km, soit 4,5 % de moins qu'en 2020.



Le transport chez Action

	2020	2021
Kilomètres parcourus des centres de distribution jusqu'aux magasins	63 325 689	74 142 869
Consommation de carburant en litres	18 344 729	20 970 588
Émissions de CO ₂ Scope 1 en kg	13 933 557	10 977 790
Émissions de CO ₂ Scope 3 en kg	44 136 893	57 006 604
Émissions de CO ₂ par colis Scope 1 en kg	0,12	0,11
Émissions de CO ₂ par colis Scope 3 en kg	0,29	0,27

Gestion de nos flux de déchets

Nos principaux déchets sont du carton et du plastique, utilisés pour protéger les produits pendant le transport. Nous traitons également les produits endommagés et retournés, principalement pour éviter que ces produits ne deviennent des déchets. Le carton et le plastique sont collectés et recyclés dans les magasins et les centres de distribution. Dans nos centres de distribution, nous comprimons le carton et le plastique avant de les expédier vers des installations de recyclage. En réduisant leur volume, nous pouvons transporter ces matériaux plus efficacement, ce qui contribue à minimiser les émissions de CO₂.

Quantités recyclées en tonnes

	2019	2020	2021
Carton	61 412	77 091	71 424
Plastique	1 446	815	1 811
Déchets métalliques			666



Every day Action

16 avril 2021

Évaluation de la circularité terminée pour les 50 produits les plus vendus dans la catégorie Jardin & extérieur

« Les matériaux que nous utilisons pour fabriquer nos produits et emballages sont de plus en plus rares et coûteux. Nous devons veiller à gérer les matières premières dont nous disposons de manière responsable. La réutilisation des matériaux offre de nombreuses possibilités. » Cerial Franken, acheteur Jardin & Extérieur



La transparence de la chaîne d'approvisionnement comme garantie pour un approvisionnement durable

Action veut proposer des produits qui proviennent de sources responsables et qui offrent un bon rapport qualité-prix. Pour concrétiser nos ambitions environnementales et sociales, nous avons élaboré une feuille de route et un ensemble de politiques de durabilité. Nous avons un vaste assortiment, des chaînes d'approvisionnement complexes et de multiples modèles d'approvisionnement, c'est pourquoi nous devons avoir une meilleure connaissance de notre réseau de fabrication. En améliorant le niveau de transparence de la chaîne d'approvisionnement, nous pouvons mieux comprendre les conditions sociales importantes telles que les conditions de travail, la santé et la sécurité.



Infos clés Product

- **80 %** des fournisseurs des articles vendus sous marques distributeur engagés et **452** usines répertoriées pour assurer la transparence de la chaîne d'approvisionnement
- 7 premières analyses de circularité réalisées en collaboration avec Circle Economy
- **Plus de 86 %** de notre coton provient de sources plus durables, ce qui signifie que notre objectif pour 2022 a été dépassé en 2021
- **Plus de 70 %** de notre bois provient de sources plus durables, ce qui signifie que notre objectif pour 2022 a déjà été atteint en 2021

Notre chaîne d'approvisionnement internationale

Le réseau de fournisseurs d'Action compte 624 partenaires, dont 132 nous approvisionnent directement. Ces 132 fournisseurs s'approvisionnent auprès de 485 usines. Notre équipe d'acheteurs joue un rôle clé pour nous permettre de proposer une large gamme de produits surprenants. Le nombre croissant de fournisseurs et de produits accroît la nécessité de faire respecter des normes de qualité, des processus et des exigences en matière de tests. C'est pourquoi nous avons une équipe dédiée à la qualité et au développement durable qui a doublé de taille en 2021.

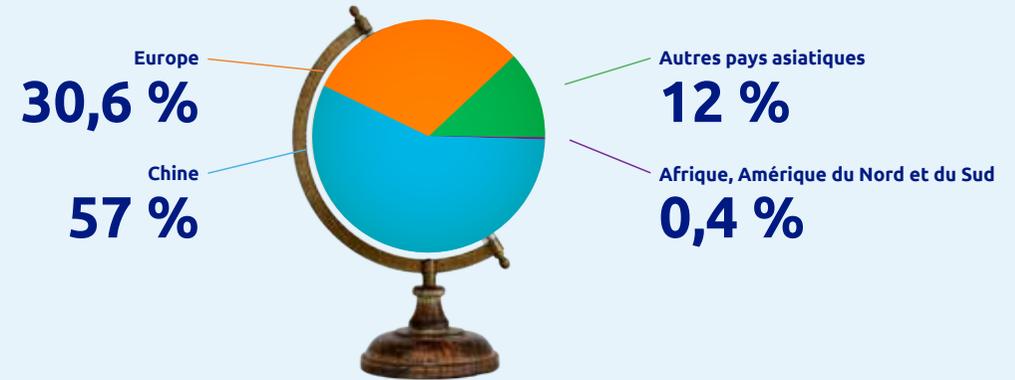
En ce qui concerne les importations directes, presque tous nos produits proviennent de Chine. Pour ces importations, nous travaillons en partenariat avec la société de renommée internationale Li & Fung. Cette société nous aide à trouver de nouveaux produits intéressants, ce qui implique parfois de trouver de nouveaux fournisseurs. Elle veille également à ce que les usines respectent nos exigences et nos politiques, ce qui comprend la mise en œuvre de notre [Politique d'approvisionnement éthique](#) et d'un programme de conformité sociale. Si une usine ne respecte pas nos directives, nous ne travaillons pas avec ce fournisseur.

Nos politiques en matière de durabilité

- Politique d'approvisionnement éthique
- Politique d'approvisionnement responsable en produits du bois
- Politique d'approvisionnement responsable en coton
- Politique responsable en matière de cacao (nouveau)
- Politique responsable en matière de produits chimiques
- Politique responsable en matière d'emballages

Pays de production

sur la base de la part des ventes



Intégrer et cartographier notre circularité

Nous avons adopté le principe de circularité pour deux raisons : d'une part, nous reconnaissons que l'industrie ne peut pas continuer à se reposer sur des ressources non renouvelables et, d'autre part, nous tenons à établir une orientation claire pour notre gestion des matières premières. Dans une économie circulaire, les ressources sont utilisées selon un modèle régénératif plutôt que linéaire. En 2020, nous avons entamé une collaboration avec l'organisation d'impact Circle Economy pour générer des informations sur notre position en matière de

circularité à l'échelle de l'entreprise. Cette collaboration nous permet de comprendre comment nous pouvons contribuer au mieux à l'économie circulaire. Du fait de notre statut de détaillant, il n'est pas surprenant que c'est via nos produits que nous pouvons avoir le plus d'impact. Par conséquent, nous avons décidé d'adopter une approche par catégorie et par produit: nous mesurons la circularité de chacune de nos catégories. Nous nous aidons pour cela d'une évaluation de référence. Notre objectif est de terminer l'examen de toutes les catégories d'ici fin 2022.



« La force de notre collaboration réside dans la combinaison de notre expertise en matière de circularité et de l'esprit pratique d'Action. En rendant la circularité concrète, spécifique et réalisable, nous permettons aux acheteurs d'acquérir les connaissances et les outils dont ils ont besoin pour mettre en œuvre la circularité. Résultat : l'entreprise continue de proposer un assortiment de produits de bonne qualité à bas prix, tout en le rendant plus durable. Il s'agit d'un changement de mentalité. »

Tamara Veldboer, responsable Stratégies d'entreprise chez Circle Economy.

À l'aide du cadre des indicateurs de transition circulaire (Circular Transition Indicators, CTI), nous avons développé en 2021 des plans de circularité spécifiques à chaque catégorie pour la moitié de nos catégories de produits. Ce cadre examine les flux circulaires entrants et sortants par rapport aux flux linéaires entrants et sortants dans le cycle de vie de produits spécifiques. Il évalue à la fois la durabilité des matériaux utilisés pour fabriquer les produits et les capacités de recyclage disponibles dans les pays où nous exerçons nos activités.

Étant donné que les gammes de produits dans toutes les catégories sont très différentes les unes des autres en termes de matériaux utilisés, les scores de circularité des catégories ne peuvent pas être comparés. Les plans d'action pour chacune de ces catégories comprennent l'amélioration de la circularité d'au moins cinq produits à fort impact dans leur catégorie respective (en fonction du volume et des ventes). En plus de terminer les analyses de circularité pour les autres catégories, nous mettrons en place en 2022 un guide d'achat circulaire, des KPI et des outils de circularité, pour faire de la circularité une partie intégrante de notre activité.

Bois durable

% de nos produits en bois certifiés FSC ou PEFC



Notre utilisation des matériaux

Dépasser les objectifs en ce qui concerne le coton et le bois

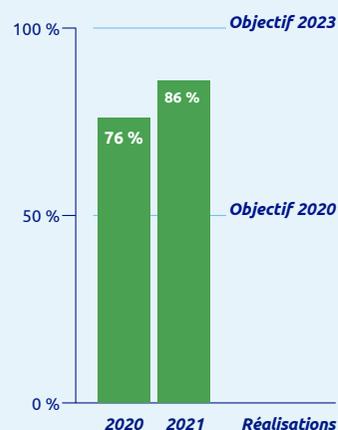
Ces dernières années, nous avons donné la priorité au bois et au coton dans nos efforts visant à créer un impact positif en ce qui concerne les matières premières que nous utilisons dans nos 14 catégories.

Fin 2021, 70 % des produits à base de bois vendus par Action provenaient de sources durables, ce qui signifie que nous avons déjà atteint notre objectif intermédiaire de 70 % fixé pour 2022. C'est pourquoi nous avons décidé d'avancer de 2025 à 2024 notre objectif visant à nous approvisionner uniquement en bois de sources durables.

Fin 2021, 86 % du coton d'Action était issu de sources durables, contre 76 % en 2020, ce qui représente une forte progression et dépasse notre objectif intermédiaire fixé à 85 % pour 2022 avec une année d'avance. Comme pour notre objectif en matière de bois, nous avons avancé à 2023 notre objectif visant à nous approvisionner uniquement en coton de sources durables.

Coton durable

Pourcentage de coton issu de sources plus durables, conformément à différentes normes comme BCI, Recyclé, Biologique et Commerce équitable



Fixer des objectifs pour le cacao et le plastique

En 2021, nous avons ajouté une politique en matière de cacao avec des objectifs concrets et un plan d'action stratégique pour nos produits en chocolat de marques distributeur. L'objectif est de nous approvisionner entièrement en cacao issu du commerce équitable pour nos produits chocolatisés de marque propre d'ici fin 2023. Grâce à cet engagement, nous voulons offrir aux producteurs de cacao un meilleur revenu, des conditions de travail dignes et la possibilité d'investir dans leurs communautés. Dans le même temps, nous voulons garantir de bonnes pratiques agricoles qui atténuent les effets nocifs sur les sols et la biodiversité. En plus d'offrir des avantages aux agriculteurs, le commerce équitable nous donne une garantie de transparence et nous permet d'avoir un impact mesurable.

Nous sommes conscients de l'impact que le plastique peut avoir, c'est pourquoi nous recherchons constamment des moyens de réutiliser le plastique dans nos produits et de réduire notre « empreinte plastique ». Nous savons qu'il y a beaucoup à faire pour limiter l'utilisation du plastique et augmenter son taux de réutilisation. C'est pourquoi nous inscrivons cet objectif dans un parcours que nous entreprenons conjointement avec nos fournisseurs et nos partenaires. Pour appuyer notre objectif quant au plastique, nous ajouterons en 2022 une politique spécifique au plastique conformément à nos objectifs en matière de circularité, laquelle stipulera notre engagement à nous approvisionner en plastique plus recyclé et renouvelable.

« L'engagement d'Action à travailler avec Fairtrade pour améliorer les revenus des producteurs de cacao est une étape à la fois importante et nécessaire. Le prix du cacao en Afrique de l'Ouest est sous pression depuis des années, ce qui impacte des millions d'agriculteurs. Action montre par l'exemple qu'il faut définir des normes plus élevées dans l'industrie. »

Peter d'Angremond,
directeur de Fairtrade aux Pays-Bas.

Labels de durabilité



« Action aime collaborer avec nous en raison de notre professionnalisme et de notre créativité. Ces deux atouts nous permettent de continuer à proposer à Action des produits toujours plus surprenants. Nous travaillons également de concert avec Action pour assurer la transparence de la chaîne d'approvisionnement, car nous sommes pleinement conscients de notre responsabilité sociale et environnementale. »

Monique Wurms, DLP Industry B.V.

Labels durables pour guider les clients

Avec plus de 12 millions de clients chaque semaine, nous avons un impact sur les produits que nous proposons à nos clients. Nous avons le devoir de les informer des alternatives durables. Nous améliorons chaque jour notre capacité à proposer à nos clients des produits plus durables et certifiés. Les clients peuvent trouver un nombre croissant de produits portant des labels de durabilité dans nos rayons.

Conformité sociale

La transparence de notre chaîne d'approvisionnement nous permet de surveiller la conformité sociale et d'identifier les points sensibles en matière de risque chez les grossistes et les fabricants qui fournissent Action. De cette manière, nous pouvons contrôler notre approvisionnement et créer un changement social positif. Notre objectif en matière de conformité sociale est de parvenir à une transparence complète d'ici 2025 pour tous les produits des marques distributeur et blanches.

Notre politique d'approvisionnement éthique

Tous nos fournisseurs sont tenus d'accepter et de respecter notre Politique d'approvisionnement éthique. Celle-ci dresse les conditions fondamentales d'un approvisionnement responsable des produits, tant pour les importations directes qu'indirectes. Les dispositions clés de notre Politique d'approvisionnement éthique sont tirées des conventions de l'Organisation internationale du travail, des Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et du Code de conduite de la Business Social Compliance Initiative (BSCI). Nous publierons notre Politique d'approvisionnement éthique révisée en 2022.

Notre Politique d'escalade critique décrit la procédure à suivre en cas de non-conformité sociale grave dans les usines produisant pour Action. Nous pouvons mettre un terme à nos relations avec les fournisseurs en cas de travail des enfants, de trafic d'êtres humains, de corruption, de sous-traitance non autorisée et de travail sous contrainte. Si nous pensons qu'un fournisseur ne se conforme pas de manière proactive à notre ambition et à notre orientation, nous décidons de la marche à suivre au cas par cas. Les commandes sont alors suspendues jusqu'à ce qu'un plan d'actions correctives soit mis en œuvre avec succès.



La Politique d'approvisionnement éthique d'Action définit les exigences suivantes :

- Aucun travail des enfants
- Les jeunes travailleurs de moins de 18 ans ne doivent pas travailler la nuit ou être exposés à des risques
- L'emploi est librement choisi
- Liberté d'association et de négociation collective
- Conditions de travail sûres et hygiéniques
- Salaires équitables
- Les heures de travail ne sont pas excessives
- Aucune discrimination
- La vie privée des travailleurs doit être respectée
- Les pratiques d'emploi doivent être conformes à la législation nationale et ne doivent pas exploiter les travailleurs
- Aucun traitement dur ou inhumain
- Protection de l'environnement
- Comportement commercial éthique (pas de corruption, pas de pots-de-vin, pas de chantage)

Audit de notre chaîne d'approvisionnement

Chaque année, des tiers indépendants audient les usines qui travaillent pour Action. Ces audits garantissent que les usines travaillant pour nous respectent notre Politique d'approvisionnement éthique. Nous privilégions un alignement sur le Code de conduite de la BSCI, mais, pour éviter toute usure liée à la répétition des audits, nous acceptons cinq autres organismes de conformité sociale et éthique internationalement reconnus.

En 2021, nous avons constaté une amélioration de la note globale de notre base de fournisseurs ainsi que des processus d'escalade critique. 121 audits d'usine de nouveaux fournisseurs et 288 audits de renouvellement de fournisseurs existants ont été réalisés. Chaque partenaire importateur direct doit avoir réussi un audit de conformité sociale valide et indépendant. Les audits de renouvellement ont lieu sur une base annuelle ou bisannuelle, en fonction des résultats des audits précédents. En outre, nous effectuons chaque année des contrôles ponctuels.

Nombre d'audits

409
audits
au total

121
nouveaux
audits

288
audits de
renouvellement

74
contrôles
ponctuels



Exemple de solutions de recyclage d'emballages



Ancien

Nouveau

Interdire le **PVC** comme matériau d'emballage, remplacer les emballages en PVC par des emballages en carton

Emballage

La production et la mise au rebut des matériaux d'emballage posent un énorme défi pour l'environnement. En janvier 2021, nous avons lancé notre politique en matière d'emballage, qui s'applique à la fois aux emballages de nos produits et aux emballages utilisés pour le transport. L'objectif de cette politique est de réduire les impacts sociaux et environnementaux des emballages au sein de notre chaîne d'approvisionnement en réduisant la quantité de déchets d'emballage et en mettant en œuvre la circularité dans tous les emballages.

Nos principaux objectifs sont :

- 25 % d'emballages en moins d'ici 2025 (par rapport à 2019)
- 100 % des emballages des produits sous marque distributeur recyclables d'ici 2022
- 100 % de tous les emballages recyclables d'ici 2025

Exemple de solutions de réduction des emballages



Ancien emballage

Carton et plastique



2 489 kg de plastique
et 365 kg de carton
en moins chaque année



Nouvel emballage

Carton uniquement



Résultats en matière de qualité des produits par rapport à 2020

↗ **2,3 %**

Amélioration
en matière de casse grâce à une approche améliorée de la qualité et de l'emballage

↘ **23 %**

Réduction
des plaintes des clients

↘ **20 %**

Réduction
des plaintes des clients concernant des articles défectueux

↘ **53 %**

Réduction
des retraits de produits dus à la qualité



Sécurité

La sécurité et la qualité des produits sont également essentielles à notre stratégie de développement durable. Nous nous assurons que tous nos produits peuvent être utilisés en toute sécurité et qu'ils sont conformes à toutes les réglementations et normes de sécurité en vigueur. Mais cette priorité va bien au-delà de la conformité des produits. Des produits de bonne qualité contribuent à la sécurité et, comme ils durent plus longtemps, ils génèrent également moins de déchets. Nous avons mis en place différents processus de sécurité et de qualité, du début jusqu'à la fin du processus d'achat.

Tout au long de l'année 2021, nous avons largement collaboré avec la société Product IP pour commencer à créer des fichiers techniques sur toutes nos marques de distributeur. Cette coopération s'ajoute à notre collaboration existante avec TÜV Sud et TÜV Rheinland, qui garantit que tous les tests et fichiers techniques de nos articles directement importés sont réalisés exclusivement par leur intermédiaire.

Produits retirés	2017	2018	2019	2020	2021
Retraits de sécurité publique	11	5	12	13	8
Retraits non communiqués	318	191	228	148	149
Total	329	196	240	161	157

Malgré nos efforts pour éviter les problèmes de qualité et de sécurité, nous devons retirer produits de la vente chaque. Nous le faisons soit parce que la qualité d'un produit n'est pas conforme aux normes convenues avec le fabricant, soit pour des raisons liées à la réglementation ou à la propriété intellectuelle.

Nous distinguons les « retraits de sécurité publique » et les « retraits non communiqués ». Un retrait de sécurité publique implique généralement un risque potentiel pour la santé et la sécurité de nos clients, ce qui nous amène à demander à nos clients de retourner les produits dans les magasins. Les retraits non communiqués ont différentes causes, souvent techniques ou organisationnelles, y compris l'élimination des produits invendus à la fin d'une saison, des produits présentant des erreurs d'étiquetage ou des produits qui ne répondent pas à nos normes de qualité.

Every day Action

11 janvier 2021

**Dans le Village
d'Enfants
SOS d'Itahari
(Népal),
ces sœurs
découvrent
l'importance
du lavage
des mains**

En cette période de pandémie, le fait de montrer aux enfants comment et quand se laver les mains constitue un moyen simple, essentiel et efficace pour empêcher la propagation du virus.



Action, membre et partenaire sociétal

Au delà de son rôle de distributeur de produits de bonne qualité à bas prix, Action souhaite avoir un impact positif sur la vie des citoyens. En tant que détaillant en pleine croissance, nous nous considérons comme un membre et un partenaire de la société. Les enfants sont notre avenir. Nous souhaitons donc particulièrement les soutenir. Nous soutenons également les activités des communautés locales dans les pays où nous exerçons nos activités.

Infos clés Partnership

- Élargissement du partenariat avec SOS Villages d'Enfants
- 1 737 enfants parrainés en Asie, en Pologne et en République Tchèque
- 25 000 euros reversés au programme de vaccination contre le COVID de l'UNICEF



Partenariat avec SOS Villages d'Enfants

Afin d'avoir un impact notable dans les pays où nous nous procurons nos produits et où nous exerçons nos activités, nous avons conclu un partenariat avec l'organisation caritative mondiale SOS Villages d'Enfants. Cette organisation œuvre pour maintenir les familles ensemble, offrir des alternatives d'accueil si nécessaire, soutenir les jeunes sur la voie de l'indépendance et défendre les droits des enfants. Depuis 2018, nous parrainons un enfant ou un village en Asie pour chacun de nos magasins et centres de distribution. Pour accroître notre engagement au niveau local, nous faisons également des dons à des programmes locaux dans les pays où nous avons un bureau. À mesure que notre réseau de magasins se développe, le nombre de villages que nous soutenons augmente également.

En 2021, nous avons parrainé 1 737 enfants qui ont grandi dans une famille SOS dans un village d'enfants en Asie, en Pologne et en République Tchèque. Le don de 25 euros par mois et par enfant que nous octroyons contribue à payer les dépenses quotidiennes de ces enfants et de leurs villages, y compris pour la nourriture, l'éducation, les soins médicaux, le sport et les loisirs. Bref, tout ce dont un enfant a besoin pour grandir.

Notre partenariat avec SOS Villages d'Enfants se révélant fructueux, nous nous sommes engagés à poursuivre notre collaboration avec l'organisation pendant les trois prochaines années. Ainsi, nous continuerons à travailler ensemble pour créer un foyer chaleureux pour les enfants vulnérables dans le monde entier.



Chaque bureau national fait don de 10 000 euros à SOS Villages d'Enfants dans son pays. Le montant total de nos dons en 2021 s'est élevé à 591 100 euros, profitant au total à plus de 11 000 enfants.

Initiatives auprès des communautés locales

Notre contribution à la société va au-delà de notre partenariat international avec SOS Villages d'Enfants. À un échelon décentralisé, Action développe un plan pour mettre en place des initiatives auprès des communautés locales dans le cadre desquelles la direction et les employés des magasins sur place jouent un rôle actif.

En 2021, nous avons amorcé cette démarche en répondant aux situations suivantes et en soutenant les communautés affectées.

- **100 000 professionnels de santé** dans 20 hôpitaux situés aux Pays-Bas ont reçu des œufs de Pâques issus du commerce équitable de notre part en remerciement de leurs efforts si importants pendant la pandémie de COVID-19.
- **En Allemagne, en Belgique et aux Pays-Bas, les entrepreneurs et ménages touchés dans les zones inondées** ont reçu des produits de nettoyage et d'autres biens.
- **100 000 euros ont été récoltés pour l'UMC Cancer Centre Amsterdam** par 300 employés qui ont **couru le marathon d'Amsterdam** conjointement avec nos fournisseurs.
- **Cinq centres de demandeurs d'asile afghans** aux Pays-Bas ont reçu divers articles tels que des bottes de pluie et des produits d'hygiène à la suite de nos dons effectués à la Croix-Rouge.



« En ce moment, les partenariats sont plus importants que jamais. La contribution d'Action nous permet de fournir tout ce dont les enfants ont besoin pour grandir dans un environnement sûr et aimant, c'est-à-dire une maison, une famille bienveillante, de la nourriture, des soins médicaux et la possibilité d'aller à l'école, de se faire des amis et de profiter d'activités sportives. »

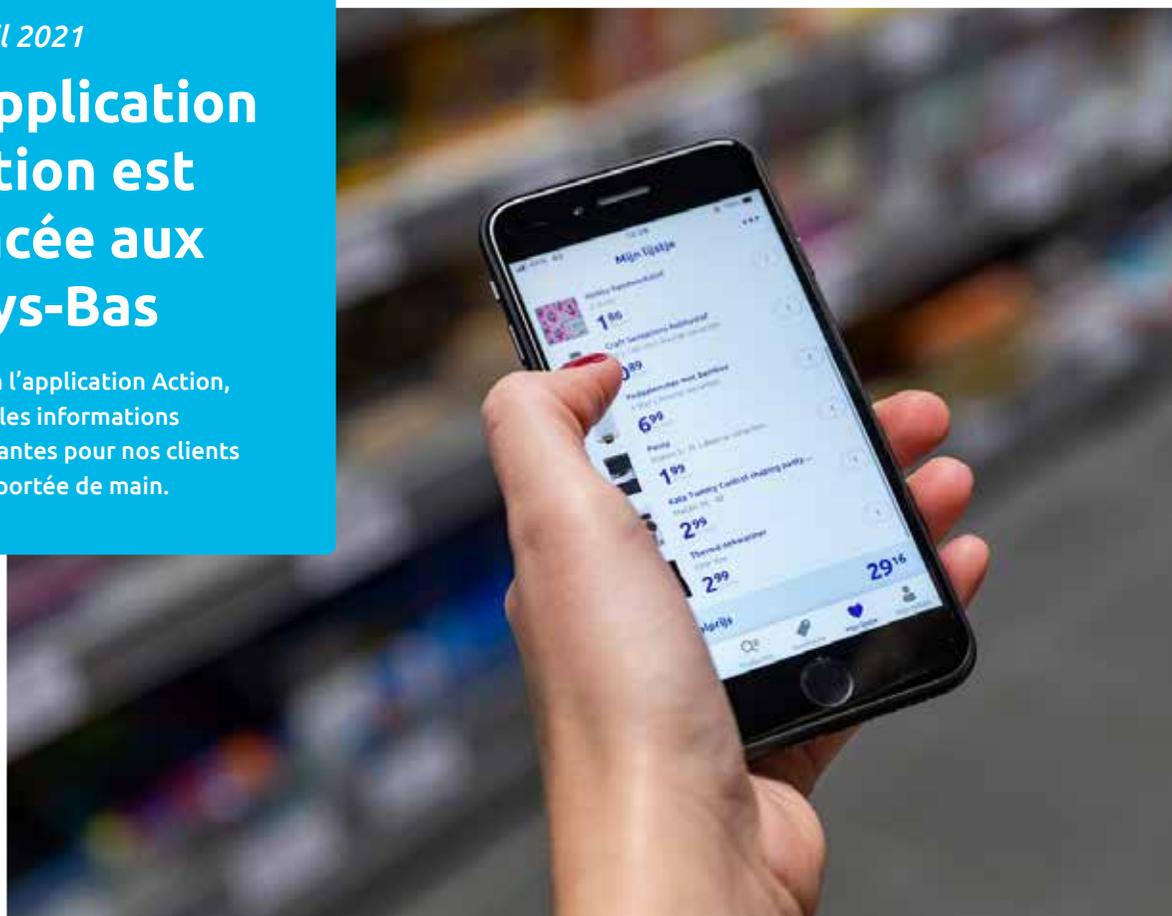
Arian Buurman, directrice de SOS Villages d'Enfants aux Pays-Bas.

Every day Action

7 avril 2021

L'application Action est lancée aux Pays-Bas

Grâce à l'application Action, toutes les informations importantes pour nos clients sont à portée de main.



Action pour l'avenir : Passer à la vitesse supérieure

Action s'est révélée essentielle pour ses millions de clients. Deux grandes opportunités s'offrent aujourd'hui à nous. D'une part, continuer à surprendre nos clients et à dépasser leurs attentes à chaque fois qu'ils se rendent chez Action. D'autre part, exploiter l'immense potentiel de croissance en vue de nous implanter plus largement et plus rapidement dans de nouveaux pays, en captant davantage de clients grâce à nos magasins, à notre assortiment et à nos excellentes équipes. Ainsi, nous créons de nouveaux emplois et de nouvelles opportunités pour nos employés à mesure que nous accélérons notre développement. Nous sommes conscients que nous traversons une période difficile et que le conflit en Ukraine a une incidence sur nos activités. Notre cœur et nos pensées se tournent vers tous ceux qui sont affectés ou préoccupés au sujet de leur famille et de leurs amis présents dans la région.

Continuer à s'améliorer en période d'incertitude

Nous avons prouvé que nous sommes en mesure de proposer à la fois des articles à bas prix et durables. Nous décelons de nombreuses autres possibilités pour améliorer et renforcer notre impact en faveur du développement durable dans l'ensemble de nos activités. Parce que nous pensons que l'objectif d'être un discounter durable *peut* être atteint et qu'il *doit* être atteint. Nous avons réalisé des progrès et continuons de progresser chaque jour. C'est dans notre ADN.



Nous sommes attentifs aux coûts et veillons donc à préserver les matières premières et les ressources et à réduire nos déchets. Cet objectif ne peut pas être atteint du jour au lendemain, mais nous sommes déterminés à poursuivre notre progression et à réaliser nos ambitions.

Étoffer notre offre numérique

Nous allons développer des solutions numériques pour enrichir la formule Action. Pendant la pandémie de COVID-19, nous avons pu apprécier la valeur que nous avons créée pour nos clients en ajoutant des services numériques permettant de répondre à leurs besoins. Nous continuons à optimiser nos canaux et services numériques en fonction de l'évolution des besoins de nos clients, tout en les inspirant et en les surprenant avec des contenus pertinents.



Notre application Action sera lancée dans tous nos pays en 2022 afin que les clients aient accès à nos services numériques 24 h/24 et 7 j/7. Nous incluons des fonctionnalités pour rendre leur expérience d'achat en magasin encore plus conviviale. En outre, nous continuerons à explorer les possibilités qui s'offrent à nous pour développer nos solutions de commerce en ligne ainsi que d'autres solutions numériques innovantes pour faire naître de grands sourires chez nos clients.

Travailler et grandir ensemble d'un bout à l'autre de la chaîne de valeur

Action ne peut réussir que si nos employés travaillent en équipe, se sentent fiers du travail qu'ils accomplissent, des expériences qu'ils vivent, des produits que nous proposons et des efforts que nous déployons pour être la meilleure version d'Action possible pour nos clients et les communautés que nous servons.

Alors que nous avons franchi la barre des 2 000 magasins ouverts, nous continuons d'aller de l'avant. Tandis que nous passons à la vitesse supérieure en 2022 et pour les années suivantes, les possibilités sont infinies pour Action.

Piloter l'Action Sustainability Programme

La responsabilité qui va de pair avec notre taille et notre croissance est intégrée dans l'Action Sustainability Programme. Nous avons fixé des objectifs ambitieux dans les catégories People, Planet, Product et Partnership. Nous continuerons à collaborer avec nos fournisseurs et autres partenaires pour réaliser ces ambitions.

Every day Action

2 novembre 2021

Le Board annonce la nomination de Hajir Hajji en tant que nouvelle CEO

« Hajir est un maillon important de l'ADN d'Action. Action est prête pour la prochaine phase de son programme de croissance, lequel met l'accent sur le développement numérique et durable, deux domaines qui relèvent actuellement de la responsabilité d'Hajir. »
Simon Borrows,
président du Board



Structure de gestion simple et directe

La manière dont nous gérons nos activités est conforme à notre formule : simple et directe, avec une distinction claire entre ce qui est fait au niveau central et ce qui est fait au sein des bureaux nationaux. Au siège international de Zwaagdijk (Pays-Bas), une équipe de professionnels soutient les dix bureaux nationaux dans la mise en œuvre de notre stratégie.

Nos équipes du siège international développent et partagent leur expertise dans différents domaines, notamment les RH, l'informatique, le droit, la finance, le marketing et la communication.

Executive Board d'Action



Hajir Hajji
CEO



Joost Sliepenbeek
CFO

Notre équipe d'achat est active dans le monde entier. Nos bureaux nationaux se concentrent principalement sur l'exploitation des magasins et apportent un soutien aux magasins en ce qui concerne l'acquisition et la construction de nouveaux magasins et les services RH.

En leur qualité de CEO et CFO, les directeurs exécutifs d'Action sont responsables de la gestion quotidienne de l'entreprise et forment ensemble l'Executive Board. L'Executive Board montre l'exemple en matière de gestion des risques et de respect des lois, des réglementations et de nos politiques internes. Il est tenu de s'assurer que des systèmes efficaces de contrôle interne et de gestion des risques sont en place. L'Executive Board a mis sur pied un comité de gestion des risques et de la conformité pour surveiller et contrôler le profil de risque d'Action ainsi que les politiques et les processus de gestion des risques et de conformité associés.

Gouvernance

Plus de 80 % des parts d'Action sont détenues par 3i Group plc et les fonds sont conseillés par 3i, une société du FTSE 100 opérant en Europe et en Amérique du Nord.

Action a une structure d'administration à un niveau avec un conseil d'administration, composé de notre CEO Hajir Hajji et de notre CFO Joost Sliepenbeek en tant que directeurs exécutifs et de six administrateurs non exécutifs. Nos administrateurs non exécutifs actuels sont Simon Borrows (président du Board), Menno Antal, Marc van Gelder, Robert van Goethem, Boris Kawohl, Sameer Narang et Ulrich Wolters. Un comité d'audit et un comité de sélection, de nomination et de rémunération ont été constitués en tant que sous-comités du Board.

Lors de sa nomination, Simon Borrows a déclaré : « Hajir fait preuve d'un grand leadership et possède une vaste expertise dans le domaine de la vente au détail, y compris en matière de développement numérique et durable. En tant que cadre d'Action et défenseuse de la culture et des valeurs d'Action depuis de nombreuses années, elle apportera à la fois un gage de continuité et un nouvel élan pour la prochaine phase de croissance d'Action. »

Every day Action

///ACTION

POUR PLUS DE DÉTAILS, CONSULTEZ LA **VERSION COMPLÈTE**
DE NOTRE [UPDATE2021 EN LIGNE EN ANGLAIS](#).

Si vous avez des commentaires ou des questions concernant
cette Update récapitulative ou l'Action Sustainability
Programme, veuillez nous envoyer un e-mail à l'adresse
press_FR@action.com.

Every day Action
Publié en mai 2022

