

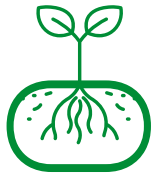
BÂTIR LA ROBUSTESSE

LES FONDATIONS DE NOTRE TRAJECTOIRE RSE



RAPPORT RSE 2026

L'ÉDITO



LE MOT DE LUC ARGEMI & FLAVIE RICHARDSON

RICHARDSON est un groupe familial : en quoi cette identité influence-t-elle votre façon d'aborder les enjeux RSE* et de préparer l'avenir ?

Flavie : « Être un groupe familial change profondément la façon dont on envisage l'avenir. Six générations de Richardson nous ont précédés, notre responsabilité c'est donc de transmettre à la génération suivante une entreprise non seulement performante mais capable de s'adapter aux enjeux de son époque. C'est dans cette logique que nous avons engagé notre démarche RSE dès 2021, non par contrainte, mais par conviction : pour bien décider, on doit regarder loin.

« Pour bien décider, on doit regarder loin. »

Entre fabricants, fournisseurs et clients professionnels installateurs, notre position au cœur de la chaîne de valeur nous confère un rôle majeur. Il ne s'agit pas seulement de distribuer des produits, mais d'accompagner notre transformation aux côtés de nos partenaires. »

La RSE est souvent perçue comme une contrainte réglementaire. En quoi constitue-t-elle, pour vous, un levier de résilience à long terme pour l'entreprise ?

Luc : « Notre participation à la Convention des Entreprises pour le Climat en 2024/25 et, quasi conjointement, le lancement de notre analyse de double matérialité* ont été des révélateurs. Concrètement, nous avons mieux compris les enjeux écosystémiques qui se présentent à nous et nos parties-prenantes : nos enjeux ne sont pas périphériques à notre activité, ils en sont au cœur. La robustesse est la boussole que nous nous sommes donnée pour nous adapter et préparer l'avenir. Une entreprise « robuste » sait identifier ses risques, saisir les opportunités, anticiper les changements – climatiques, réglementaires, techniques, humains – et s'adapter. C'est ce que RICHARDSON a su faire tout au long de son histoire et nous allons continuer cela. »

Comment faites-vous pour ancrer la RSE collectivement dans la culture d'entreprise ?

Luc : « La RSE ne se décrète pas depuis le siège, elle se construit avec les équipes. À la suite de la CEC* et du travail préparatoire à notre analyse de double matérialité, nous avons réuni nos directeurs dans le cadre de nos Rencontres* 2025. En ateliers d'intelligence collective*, chacun d'eux a pu s'impliquer dans la démarche, identifier les actions à mener à court et à plus long terme et comprendre les enjeux de l'entreprise. C'est la consolidation de leurs interventions qui a permis de finaliser notre feuille de route*. Dans notre logique décentralisée, ils en sont parties prenantes. Pour la mise en œuvre, certaines unités de gestion avanceront en éclaireurs et permettront le déploiement progressif par les autres. »

C'est votre premier rapport RSE, comment l'avez-vous abordé et à qui s'adresse-t-il ?

Flavie : « Ce premier rapport, nous l'avons voulu transparent sur ce que nous avons engagé comme sur ce qu'il reste à construire. Notre première feuille de route n'est pas une liste de promesses, mais un cadre de progression commun. Ce rapport s'adresse à tous ceux qui font partie de notre écosystème – collaborateurs, clients, fournisseurs, partenaires. En interne comme en externe, l'enjeu est le même : comprendre où nous allons et pourquoi. Il dessine notre cap pour 2040 : « RICHARDSON, acteur incontournable de la transition écologique dans le secteur du bâtiment, avec des agences ancrées dans les territoires qui sont des lieux d'innovation et de diffusion de solutions responsables ». Nous sommes au début du chemin, mais c'est un début assumé ! »



Luc ARGEMI
Directeur Général

RICHARDSON



Flavie RICHARDSON
Secrétaire Générale

RICHARDSON

L'ÉDITO 3

QUI SOMMES-NOUS ? 4

UNE ORGANISATION DÉCENTRALISÉE,
ANCRÉE DANS LES TERRITOIRES 5

NOTRE GOUVERNANCE RSE 6

NOS PRINCIPAUX ENJEUX RSE 8

NOTRE CAP À HORIZON 2040 9

ENGAGEMENT 1 10
Réduire notre empreinte carbone

ENGAGEMENT 2 13
Pour tendre vers des pratiques régénératives
et réduire nos dépendances

ENGAGEMENT 3 16
Faire évoluer nos offres vers des modèles plus
responsables

ENGAGEMENT 4 18
Placer l'humain au cœur des transformations

ENGAGEMENT 5 22
Intégrer les sujets de RSE dans notre gouvernance
et notre communication

LEXIQUE 23

* Terme défini dans le lexique.

NOTRE FEUILLE DE ROUTE RSE 24

QUI SOMMES -NOUS ?

Fondé à Marseille en 1855 pour répondre aux besoins d'une clientèle navale et industrielle, le Groupe RICHARDSON a inscrit l'adaptation au cœur de son développement.

À mesure que la ville se modernisait, dès 1940, nous avons accompagné l'essor des professionnels du bâtiment.

En 1965, nous avons étendu nos activités aux matières plastiques, avant de développer, au fil des décennies, notre réseau d'agences et d'enrichir nos gammes de produits.

Forts de 170 ans d'expérience, nous distribuons aujourd'hui en France du matériel de **chauffage**, de **climatisation**, de **salle de bains**, de **plomberie**, de **matières plastiques**, de **carrelage** et de **photovoltaïque** au travers de nos enseignes.



RICHARDSON



Multi-spécialiste en plomberie, sanitaire, chauffage et climatisation



Solutions techniques pour les métiers de la communication, du bâtiment et de l'industrie



Dédiée aux professionnels de la climatisation, de la ventilation et du chauffage



Experts des solutions complètes de salles de bain et carrelage

FILIALES



Couturier / Accessoiriste de votre maison

Experts en carrelage



distributeur de matériel électrique

Distributeurs de matériel électrique



Grossiste spécialisé en énergies renouvelables, chauffage et climatisation



Solution de gestion permettant aux artisans du BTP de gérer : devis, factures, clients et chantiers.

UNE ORGANISATION DÉCENTRALISÉE, ANCRÉE DANS LES TERRITOIRES

NOTRE ORGANISATION

1 siège social à Marseille (170 pers.)

36 unités de gestion (UG*) disposant d'une forte autonomie

131 agences en France, implantées majoritairement dans le sud-est mais aussi en Île-de-France et dans le sud-ouest.

1 plateforme logistique à Reventin (38)

6 enseignes spécialisées aux côtés de RICHARDSON

- | | |
|----------------------------------|-------------------------|
| ➔ RICHARDSON Matières Plastiques | ➔ R&V - Maître Bainiste |
| ➔ AIRéO | ➔ Maglec |
| ➔ Mattout | ➔ Le CER |

Avec un réseau d'agences réparties sur l'ensemble du territoire, notre organisation repose sur la proximité, l'autonomie et la responsabilité.

Au plus près de nos clients et de leurs enjeux, nos équipes disposent de la latitude nécessaire pour agir, expérimenter et s'adapter aux réalités locales. Cette dynamique favorise l'émergence d'initiatives concrètes qui contribuent à la transformation de l'ensemble du groupe.

NOTRE IMPACT ÉCONOMIQUE

2 200 collaborateurs au total

30 000 clients professionnels

682,1 M€ de chiffre d'affaires consolidé en 2025 (RICHARDSON et ses filiales)

LES PRINCIPES QUI GUIDENT NOS ACTIONS AU QUOTIDIEN



+ de 170 ans...



...d'évolution

NOTRE GOUVERNANCE RSE

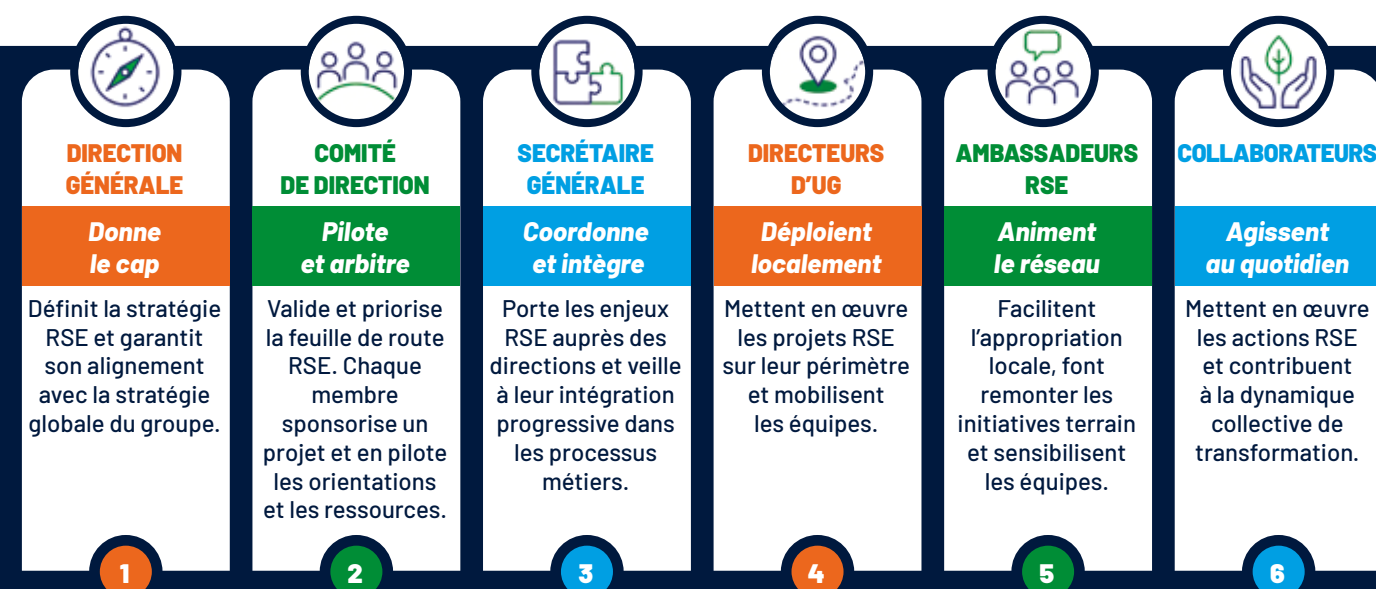
Le groupe RICHARDSON repose sur une organisation décentralisée, dans laquelle les unités de gestion disposent d'une forte autonomie opérationnelle.

Cet ancrage territorial et cette culture de la responsabilisation façonnent la robustesse du groupe. Notre démarche RSE s'inscrit pleinement dans cette réalité.

Dans cet esprit, notre feuille de route* a été conçue comme un cadre commun, laissant de la latitude dans les modalités de mise en œuvre. Les engagements que nous prenons sont des engagements de progression : nous avançons par expérimentation locale, les entités pionnières entraînant progressivement les autres dans la démarche.

Cette première feuille de route* vise ainsi à renforcer la conscience des interdépendances entre nos UG et la valeur d'une dynamique collective partagée.

Notre gouvernance RSE est organisée pour incarner cette ambition à chaque niveau de l'organisation et articuler pilotage stratégique, déploiement opérationnel et remontée des initiatives terrain.

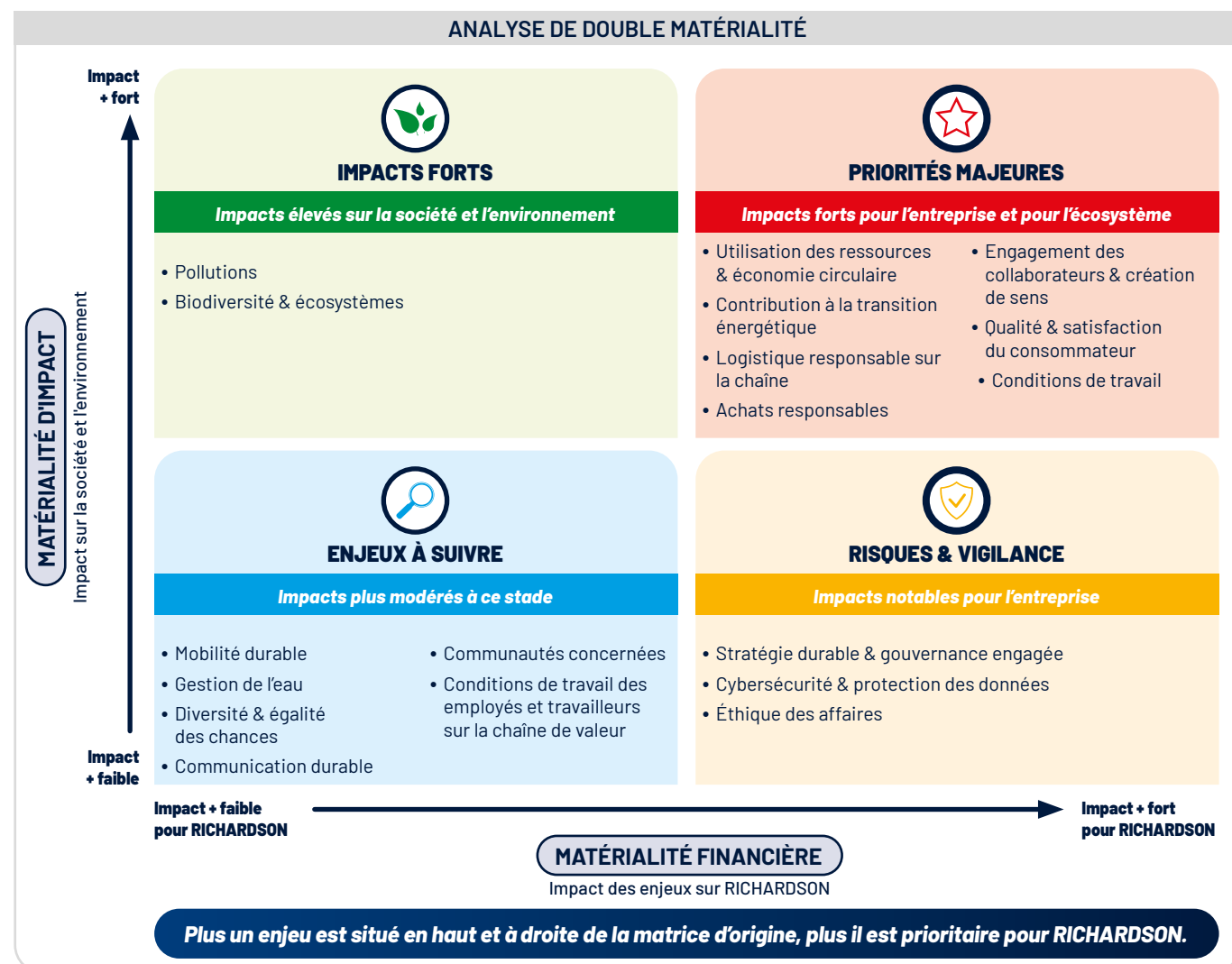


Cette organisation a vocation à renforcer progressivement la coordination entre les différents niveaux de l'entreprise, à favoriser le partage des pratiques et à faire émerger une dynamique collective, au service de la transformation durable de RICHARDSON.

Face aux évolutions environnementales, sociales, réglementaires et économiques qui transforment notre secteur, nous avons souhaité mieux comprendre les enjeux susceptibles d'influencer durablement notre activité. Notre participation à la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) a constitué un premier déclic en nous confrontant aux mutations profondes à l'œuvre dans nos écosystèmes. Dans le prolongement de cette démarche, nous avons engagé en 2025 une analyse de double matérialité, conformément aux principes de la CSRD, afin d'identifier et de hiérarchiser les enjeux les plus significatifs pour RICHARDSON et ses parties prenantes.

Cette démarche s'est structurée en plusieurs temps :

- ➔ cartographie de nos enjeux propres,
- ➔ identification de nos impacts risques et opportunités (IROs),
- ➔ consultation de nos parties prenantes internes et externes (20 entretiens),
- ➔ cotation des IROs et construction de la matrice.



Cette analyse a mis en évidence que, pour RICHARDSON, les enjeux de durabilité sont étroitement liés à notre cœur de métier. En tant que distributeur au cœur de la chaîne de valeur du bâtiment, notre responsabilité ne se limite pas à nos opérations : elle s'étend également aux produits que nous commercialisons, à nos partenaires et aux territoires dans lesquels nous sommes implantés.

Au-delà de l'exercice d'analyse, ce travail nous a permis de partager une vision commune des défis à relever et des leviers de transformation à activer. Ces enjeux prioritaires ont servi de point de départ à la construction de notre vision à horizon 2040 et de notre feuille de route RSE présentées dans les pages suivantes.



NOTRE CAP À HORIZON 2040

Les enjeux identifiés dans le cadre de notre analyse de double matérialité ont constitué le point de départ d'une réflexion collective sur l'avenir de RICHARDSON.

À l'occasion des Rencontres 2025, nos Directeurs d'unités de gestion ont été réunis pour imaginer l'entreprise à horizon 2040, identifier les transformations nécessaires et faire émerger les projets les plus structurants pour y parvenir. Cette démarche collaborative a permis de construire une vision partagée, ancrée dans les réalités du terrain et alignée avec les défis auxquels notre activité est confrontée.

CAP 2040

« En 2040, RICHARDSON est un acteur incontournable de la transition écologique dans le secteur du bâtiment, grâce à son réseau d'agences ancrées dans les territoires. Chacune d'entre elles est un lieu d'innovation, de coopération locale et de diffusion de solutions responsables.

- ➔ Nous avons réduit l'impact environnemental de nos infrastructures et de nos flux et les avons rendus plus robustes.
- ➔ Nous articulons notre offre produits et services autour des principes de l'économie circulaire en proposant un service de location de produits, un service de réparation, une offre complète de pièces détachées et des produits issus du réemploi.

- ➔ Nos méthodes de travail restent fondées sur la coopération, la confiance, l'autonomie et la responsabilité : nos collaborateurs sont épanouis et contribuent à la robustesse de l'entreprise.
- ➔ Nous avons organisé notre gouvernance pour assurer la performance durable de l'entreprise et avons commencé à intégrer des pratiques régénératives. »

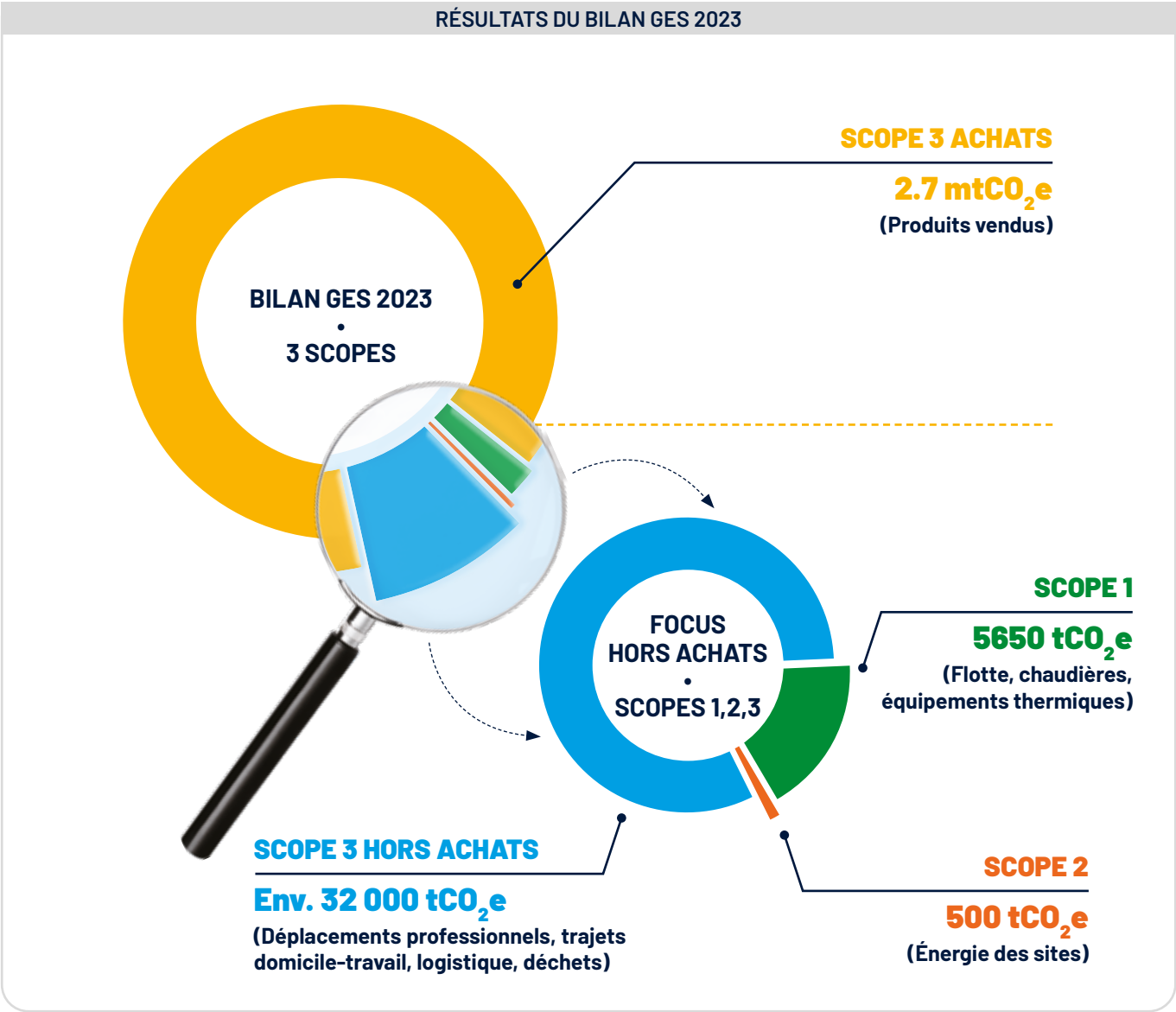
NOS ENGAGEMENTS EN ACTION

- ➔ Les pages suivantes présentent ces engagements et les projets associés, en mettant en lumière les enjeux auxquels ils répondent, notre niveau d'avancement et les trajectoires que nous souhaitons poursuivre.

Pour transformer cette vision en actions concrètes, nous avons identifié 13 projets structurants rassemblés au sein de 5 engagements. Cette feuille de route constitue notre premier cadre collectif de transformation et guidera nos actions dans les années à venir.

Afin d'identifier nos principaux leviers d'action, nous avons réalisé en 2024, sur l'exercice 2023, un premier bilan GES* couvrant l'ensemble de nos activités. Cette analyse a permis de mesurer les émissions liées à nos sites, nos déplacements, notre logistique ainsi qu'aux produits que nous commercialisons, afin de disposer d'une vision globale de notre impact climatique.

Comprendre les "scopes" d'émissions de gaz à effet de serre			
SCOPE 1	SCOPE 2	SCOPE 3 ACHATS	SCOPE 3 HORS ACHATS
Émissions directes	Émissions indirectes liées à l'énergie	Émissions indirectes liées aux achats	Autres émissions indirectes en amont et en aval
Carburants, flotte de véhicules, climatisation, groupes, ...	Consommation électrique des bureaux, ...	Biens et services achetés, matières premières, équipements, prestations, immobilisations, ...	Transport de marchandises, déplacements professionnels, trajets domicile-travail, déchets d'exploitation, ...



L'analyse de notre empreinte carbone a mis en évidence deux axes d'action complémentaires. Le premier concerne nos activités propres : bâtiments, déplacements, flotte et logistique. Le second porte sur notre offre de produits, qui représente la majeure partie de nos émissions sur l'ensemble du cycle de vie et que nous avons détaillé au niveau de chacune de nos familles de produits pour ensuite pouvoir identifier les priorités d'action. C'est à partir de ce constat que se structure notre premier engagement, avec un objectif double : réduire l'impact de notre organisation et accompagner l'évolution de notre offre vers des solutions moins émettrices.

ENGAGEMENT 1

Réduire notre empreinte carbone

Le changement climatique est l'un des principaux défis auxquels notre secteur est confronté. En tant que distributeur de produits pour le bâtiment, nos activités contribuent indirectement aux émissions de gaz à effet de serre tout au long de la chaîne de valeur. Réduire notre empreinte carbone est donc un levier majeur pour renforcer la robustesse de notre modèle et contribuer à la transition écologique du secteur.



1.1

RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DE NOTRE ORGANISATION (SCOPE 1, 2 ET 3 HORS ACHATS)

Même si ces émissions représentent une part limitée de notre empreinte carbone globale, elles relèvent directement de notre capacité d'action. Agir sur nos bâtiments, nos déplacements et notre logistique nous permet de réduire notre impact tout en développant une culture de sobriété et d'exemplarité au sein de l'entreprise.

Notre démarche s'articule en trois étapes :

- ➔ 1. Réaliser un diagnostic carbone par UG afin d'identifier les postes d'émissions prioritaires.
- ➔ 2. Prioriser les actions adaptées, en s'appuyant sur un catalogue commun de fiches carbone couvrant plusieurs leviers (transport amont et aval, déplacements professionnels, gestion des déchets, etc.).
- ➔ 3. Déployer les actions localement, sous l'impulsion du directeur d'UG et avec le soutien du relais ambassadeur RSE.



focus sur...

CARROS PILOTE SUR LA DÉCARBONATION DE LA LOGISTIQUE AVAL

Fin 2024, l'UG Carros s'est portée volontaire pour engager la réduction de ses émissions liées au transport, qui constitue un poste important. Accompagnée au lancement par l'ADEME dans le cadre du programme EVE (Engagé Volontaire pour l'Environnement), l'UG a structuré son plan d'action autour de 4 leviers :

- ➔ le renouvellement progressif des véhicules,
- ➔ le recours à des carburants alternatifs (HVO),
- ➔ la formation à l'éco-conduite,
- ➔ l'optimisation des tournées via des outils télémétrie embarquée.

L'OBJECTIF Réduire de 50 % les émissions de la flotte de livraison sur 3 ans.

Cette démarche, accompagnée de la mise en place d'outils et de documentation, préfigure le déploiement à venir dans d'autres UG.

1.2

RÉDUIRE L'EMPREINTE DE NOTRE OFFRE (SCOPE 3 ACHATS)

Notre portefeuille de produits constitue la principale source d'émissions de notre activité, en raison de leur impact sur l'ensemble de leur cycle de vie. Il se répartit entre des produits fortement consommateurs d'énergie à l'usage, comme le chauffage ou l'eau chaude, qui concentrent la majorité des émissions, et des produits sans consommation à l'usage, dont l'impact est principalement lié à leur fabrication.

Sur cette base, notre démarche s'articule autour de trois axes complémentaires :



1

Faire évoluer notre offre

Intégrer progressivement des alternatives moins carbonées dans nos différents marchés, en tenant compte des performances techniques, des usages et des attentes de nos clients.

2

Améliorer la connaissance carbone de nos produits

Construire progressivement une base de données carbone à l'échelle des produits afin de mieux comprendre leurs impacts et d'éclairer les décisions d'achat, de référencement et de conseil.

3

Accompagner les choix de nos clients

Donner aux équipes commerciales les moyens de mieux intégrer le critère carbone dans leurs recommandations et favoriser l'adoption de solutions plus sobres lorsque cela est pertinent.

À terme, l'ambition est d'intégrer progressivement les enjeux carbone dans les décisions d'achat, de référencement et de conseil afin d'accompagner la transformation durable de notre chaîne de valeur.

ENGAGEMENT 2

Pour tendre vers des pratiques régénératives et réduire nos dépendances

Faire mieux en utilisant moins de ressources, c'est la logique qui guide l'ensemble des actions que nous engageons sur nos infrastructures, notre gestion des déchets et notre chaîne logistique. Nous disposons, sur ces axes, de leviers d'action directs et mesurables, tant économiques qu'environnementaux.



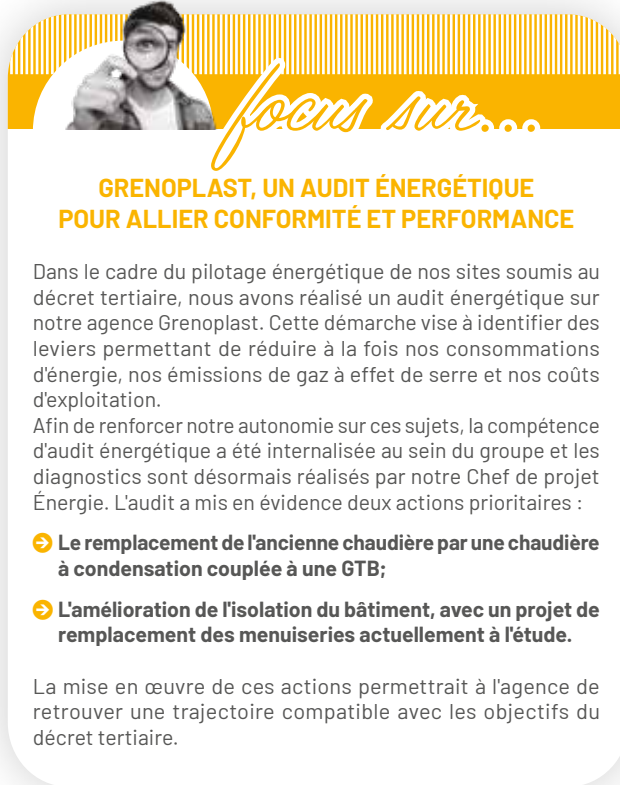
2.1

RÉDUIRE LA DÉPENDANCE ÉNERGÉTIQUE DE NOS INFRASTRUCTURES

Réduire la consommation énergétique de nos sites est un levier clé pour renforcer la résilience de notre organisation face à la volatilité des prix de l'énergie et limiter notre dépendance aux ressources fossiles. Cette démarche s'inscrit dans un cadre réglementaire structurant – décret tertiaire, audits énergétiques, loi APER – qui vient à la fois cadrer et accélérer nos actions.

Plusieurs initiatives sont d'ores et déjà engagées et/ou envisagées :

- ➔ **Autonome et sobre en énergie** : installation de panneaux photovoltaïques et d'ombrières de parking, isolation des toitures, mise en place de bornes électriques.
- ➔ **Logistique décarbonée** : électrification de la flotte de véhicules légers, déploiement de carburants alternatifs pour notre flotte de poids lourds, développement de solutions pour le dernier kilomètre, notamment par l'introduction de vélos cargo.
- ➔ **Place à la biodiversité** : végétalisation, désartificialisation des parkings et récupération des eaux.



GRENOPLAST, UN AUDIT ÉNERGÉTIQUE POUR ALLIER CONFORMITÉ ET PERFORMANCE

Dans le cadre du pilotage énergétique de nos sites soumis au décret tertiaire, nous avons réalisé un audit énergétique sur notre agence Grenoplast. Cette démarche vise à identifier des leviers permettant de réduire à la fois nos consommations d'énergie, nos émissions de gaz à effet de serre et nos coûts d'exploitation.

Afin de renforcer notre autonomie sur ces sujets, la compétence d'audit énergétique a été internalisée au sein du groupe et les diagnostics sont désormais réalisés par notre Chef de projet Énergie. L'audit a mis en évidence deux actions prioritaires :

- ➔ **Le remplacement de l'ancienne chaudière par une chaudière à condensation couplée à une GTB;**
- ➔ **L'amélioration de l'isolation du bâtiment, avec un projet de remplacement des menuiseries actuellement à l'étude.**

La mise en œuvre de ces actions permettrait à l'agence de retrouver une trajectoire compatible avec les objectifs du décret tertiaire.

2.2

PRÉVENIR ET GÉRER LES DÉCHETS



LA LOGISTIQUE INVERSE À REVENTIN

Au service de notre démarche de réduction des déchets, notre plateforme logistique a mis en place un système de logistique inverse. L'objectif : récupérer certains types de palettes après utilisation en agence afin de les réemployer plutôt que de les éliminer.

Les palettes collectées sont ainsi rapatriées vers la plateforme logistique à Reventin, où elles sont triées, contrôlées puis réintégrées dans nos flux lorsque leur état le permet. Cette démarche permet à la fois de limiter la consommation de nouvelles palettes, de réduire la production de déchets et de générer des économies.

Au-delà des bénéfices environnementaux, cette initiative illustre notre volonté de développer des solutions d'économie circulaire à partir de nos flux logistiques existants.

Cartons, palettes, équipements électroniques, carrelage ou fluides frigorigènes : nos agences génèrent une grande diversité de déchets, auxquels s'ajoutent parfois ceux de nos clients.

Dans une logique d'économie circulaire, nous faisons évoluer notre approche vers la prévention, le réemploi et la valorisation des matières.

Notre objectif est de réduire les flux et les coûts tout en développant de nouveaux services.

Plusieurs leviers sont à l'étude :

- ➔ renforcer la reprise des équipements usagés,
- ➔ favoriser le réemploi et le don des invendus,
- ➔ améliorer la traçabilité de certains flux,
- ➔ mutualiser les solutions entre agences.

Cette démarche progressive vise à transformer nos contraintes en opportunités de création de valeur.

En 2025 :

- ➔ 16 agences ont effectué des opérations de don des invendus à des associations,
- ➔ 37 tonnes de DEEE ménagers ont été collectés pour recyclage via ecosystem.

2.3

OPTIMISER NOTRE CHAÎNE LOGISTIQUE

Le transport et la logistique, de l'approvisionnement à la livraison, constituent des postes significatifs de nos émissions opérationnelles. Réduire leur impact est donc un levier clé de notre stratégie de décarbonation.

Pour y parvenir, plusieurs axes de travail sont engagés :

- ➔ optimisation des tournées
- ➔ massification des livraisons et amélioration du taux de remplissage
- ➔ évolution progressive du mix énergétique (électrification, carburants alternatifs)
- ➔ déploiement d'outils de télémétrie embarquée pour suivre les consommations et accompagner les pratiques, notamment via la formation à l'éco-conduite.

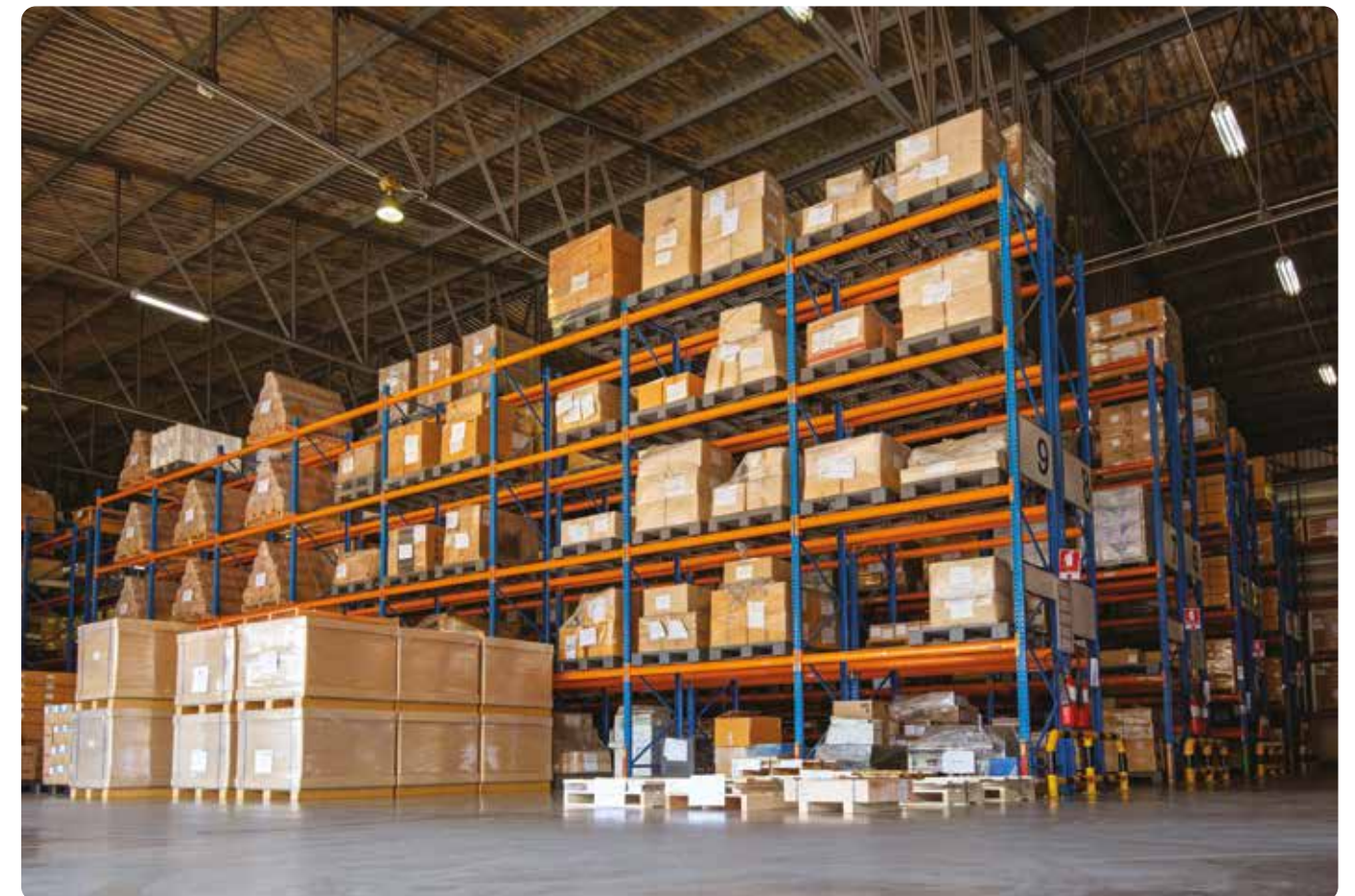
Ces actions sont portées conjointement par les équipes RSE et logistique, en lien étroit avec nos prestataires de transport, afin d'aligner performance opérationnelle et réduction des émissions.



FRESNES, 100 % B100 SUR LA LOGISTIQUE

L'UG de Fresnes assure l'ensemble de ses flux de transport en biocarburant B100, en partenariat avec le transporteur Berto. Sans modification structurelle de ses véhicules, l'agence réduit significativement ses émissions par rapport au gazole conventionnel.

Ce choix alimente nos réflexions collectives sur la décarbonation de nos flux logistiques et leur reproductibilité dans d'autres UG.

ENGAGEMENT 3

Faire évoluer nos offres vers des modèles plus responsables

En tant que distributeur, notre premier levier d'impact réside dans la sélection des produits que nous mettons sur le marché. Pour faire évoluer notre offre vers des modèles plus régénératifs et moins dépendants des ressources, nous travaillons à définir des exigences pour nos fournisseurs et à développer des conseils et des services permettant d'orienter nos clients vers des pratiques moins carbonées.



3.1

CONSTRUIRE ET DÉPLOYER UNE STRATÉGIE D'ACHATS RESPONSABLES

Intégrer des critères environnementaux, sociaux et éthiques dans nos décisions d'achat revient à agir sur l'ensemble de notre chaîne de valeur. Ce sujet est aujourd'hui en phase de structuration, avec l'ambition de construire progressivement un cadre commun inspiré des principes de la norme ISO 20400.



Une première étape a été franchie avec la mise en place, en 2023, d'un Code de conduite fournisseurs, socle commun d'exigences fondé sur les standards internationaux (ONU, OIT, OCDE).

Au-delà des sujets classiques – droits humains, conditions de travail, éthique et conformité – il sensibilise également nos fournisseurs aux enjeux carbone, en les incitant à partager leurs données d'émissions et à intégrer l'écoconception dans leurs pratiques.

En 2025, 84 % des fournisseurs référencés au siège ont signé ce Code (320 sur 379). L'enjeu est désormais d'étendre cette dynamique aux achats pilotés localement par les unités de gestion.

La prochaine étape consiste à structurer la démarche et à accompagner sa mise en œuvre. Une formation dédiée aux achats responsables, prévue en juillet 2026, constituera un point de départ pour aligner les pratiques, partager un socle commun d'outils et de méthodes et enclencher une dynamique collective à l'échelle de l'entreprise.

3.2

DÉVELOPPER UNE OFFRE DE SERVICE PERMETTANT D'ÉCONOMISER DES RESSOURCES

Réparer plutôt que remplacer, prolonger la durée de vie des équipements, faciliter l'accès aux pièces détachées, conseiller sur la rénovation responsable, proposer des solutions de réemploi ou de location sont autant de services qui permettraient d'accompagner concrètement nos clients et installateurs vers des usages moins consommateurs de ressources, tout en créant de la valeur. Ce chantier, identifié comme prioritaire pour RICHARDSON, est émergent.

Dans cette perspective, un groupe de travail, piloté par le Directeur Général Adjoint et réunissant des directeurs d'unités de gestion volontaires, est en cours de constitution. Son objectif est de co-construire une offre pertinente, ancrée dans les réalités du terrain et alignée avec les attentes de nos clients.



RÉPARER



FACILITER



REEMPLACER



CONSEILLER



PROLONGER



PROPOSER

»

« L'un des enjeux majeurs de notre transformation est d'aider nos clients à consommer moins de ressources tout en restant performants économiquement. En tant que distributeur, nous avons un rôle clé à jouer pour faire émerger de nouveaux services autour de la réparation, du réemploi, de la maintenance et du conseil. Nous allons nous appuyer sur les initiatives déjà présentes dans nos agences et sur les attentes exprimées par nos clients pour construire une offre concrète, utile et créatrice de valeur. Notre ambition est claire : faire de RICHARDSON un acteur qui accompagne la transition du secteur, non seulement par les produits qu'il distribue, mais aussi par les services qu'il apporte. »

Laurent FARNET
Directeur Général Adjoint

Sponsor du projet



»

ENGAGEMENT 4

Placer l'humain au cœur des transformations

Une feuille de route RSE n'a de sens que si nous en partageons les enjeux et si chacun peut se l'approprier et agir à son échelle. Pour cela, nous plaçons l'humain au cœur de nos transformations : en veillant aux conditions de travail, à la sécurité et au développement professionnel, mais aussi en faisant évoluer nos modes de collaboration pour favoriser l'intelligence collective et l'engagement de tous.



4.1

GARANTIR LA SANTÉ (PHYSIQUE ET MENTALE), LA SÉCURITÉ ET LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL DES COLLABORATEURS

Garantir la santé, la sécurité et la qualité de vie au travail de nos collaborateurs est une conviction forte : la robustesse de l'entreprise repose d'abord sur des équipes protégées et engagées dans leur quotidien. Le lancement de notre baromètre social & éthique nous a permis de mieux comprendre les réalités du terrain et d'identifier les principaux facteurs d'engagement, de satisfaction et de vigilance. À la date de publication de ce rapport, plus de 20 % des collaborateurs y ont participé.

Notre démarche de prévention repose sur deux niveaux complémentaires. Au siège, nous assurons une veille et une analyse des nouveaux risques liés à l'évolution de nos métiers, de nos réglementations et de nos activités, qu'il s'agisse par exemple du développement des pompes à chaleur au propane ou de l'essor des installations photovoltaïques. Ce travail permet de concevoir et diffuser des outils pratiques destinés à accompagner les équipes dans la maîtrise de ces risques. En parallèle, chaque unité de gestion s'appuie sur un référent sécurité formé, véritable relais de proximité chargé d'animer la prévention,

sensibiliser les équipes et contribuer au déploiement des actions sur le terrain. Leur présence dans 100 % des unités de gestion constitue un pilier essentiel de notre dispositif de prévention.

»

« En allant au plus près du terrain, les audits sécurité nous permettent d'identifier les axes de progrès, identifier les bonnes pratiques déjà déployées en agences et les diffuser. Après un premier audit initial sur l'intégralité des agences en 2024-2025, nous nous attelons à maintenir un rythme de visite biennuel. »

Laurent GUICHARD
Réfèrent Sécurité

RICHARDSON

»

4.2

ASSURER L'INTÉGRATION, LA MONTÉE EN COMPÉTENCE ET L'EMPLOYABILITÉ DE NOS COLLABORATEURS

Structurer un parcours RH cohérent constitue un axe clé de notre **feuille de route**. Notre ambition est de développer l'engagement et l'employabilité de nos collaborateurs, en agissant de manière cohérente sur l'ensemble des dimensions qui structurent leur parcours :

- ➔ conditions de travail,
- ➔ évolution professionnelle,
- ➔ montée en compétences,
- ➔ reconnaissance.

Cette démarche reste aujourd'hui en construction et vise à mieux articuler ces différents leviers dans une approche globale et progressive

focus sur...

**CLARIFIER LES MÉTIERS
ET CONSTRUIRE DES FORMATIONS ADAPTÉES**

Dans ce cadre, un travail de fond a été engagé pour clarifier et formaliser nos rôles métiers, étape indispensable pour structurer une offre de formation adaptée aux besoins du terrain.

Sur cette base, des questionnaires de positionnement ont été déployés afin de permettre à chaque collaborateur d'auto-évaluer ses compétences techniques et d'identifier ses besoins de développement.

Ces outils sont accessibles via la plateforme Callimédia.



4.3

ADOPTER DES MÉTHODES COLLABORATIVES

Les défis auxquels notre entreprise est confrontée nécessitent de croiser les expertises, décroïsonner les pratiques et renforcer la coopération entre les métiers, les agences et les unités de gestion. Pour y répondre, nous souhaitons faire évoluer nos modes de fonctionnement en intégrant progressivement des méthodes plus collaboratives dans nos projets, nos prises de décision et nos temps de travail collectifs.

Cette démarche vise à mobiliser davantage l'intelligence du terrain, favoriser l'émergence d'idées nouvelles et construire des réponses adaptées aux réalités opérationnelles. En développant une culture de coopération, nous renforçons notre capacité collective à relever les défis de transformation de l'entreprise.



**LA CEC,
UN ACCÉLÉRATEUR DE TRANSFORMATION**

Entre 2024 et 2025, la participation du trinôme Directeur Général, Secrétaire Générale et Responsable RSE à la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) a constitué une étape fondatrice de notre démarche. Au-delà de la compréhension des enjeux climatiques, cette expérience nous a permis de découvrir de nouvelles approches de coopération, d'intelligence collective et de conduite du changement.

Ces enseignements ont directement inspiré l'animation de nos Rencontres 2025, lors desquelles nos Directeurs d'UG ont construit collectivement la vision 2040 de RICHARDSON et contribué à l'élaboration de notre feuille de route RSE.

4.4

SENSIBILISER LES COLLABORATEURS AUX SUJETS RSE POUR LES RENDRE ACTEURS DU CHANGEMENT Y COMPRIS DE NOTRE INTÉGRATION DANS LES TERRITOIRES

Faire vivre une feuille de route RSE dans une organisation décentralisée suppose que chacun puisse comprendre les enjeux, identifier son rôle et agir à son échelle. Notre ambition est de développer progressivement une culture commune autour des sujets environnementaux, sociaux et sociétaux qui concernent notre activité. Pour accompagner cette dynamique, nous déployons un réseau d'ambassadeurs RSE au sein des unités de gestion.

Véritables relais de proximité, ils ont vocation à :

- ➔ Diffuser les projets et les messages clés afin de faciliter l'appropriation de la feuille de route RSE et de donner de la visibilité aux actions engagées.
- ➔ Partager les bonnes pratiques et valoriser les initiatives locales pour favoriser l'apprentissage collectif et accélérer le déploiement des solutions qui font leurs preuves.
- ➔ Faire remonter les retours du terrain, les opportunités et les difficultés rencontrées afin d'adapter les projets aux réalités opérationnelles des différentes unités de gestion.

À ce jour, 15 unités de gestion ont déjà identifié leur ambassadeur, avec l'objectif de couvrir progressivement l'ensemble du réseau. Cette animation de proximité sera complétée par des actions de sensibilisation, des modules de formation et des temps d'échange destinés à permettre à chacun de contribuer à la mise en œuvre de notre feuille de route.



ENGAGEMENT 5

Intégrer les sujets de RSE dans notre gouvernance et notre communication

Pour inscrire notre démarche RSE dans la durée, nous l'ancrons au cœur de notre gouvernance et de notre pilotage. Cela implique d'engager nos Directeurs comme relais de la transformation, de structurer un pilotage au plus haut niveau et de déployer une communication interne et externe claire et cohérente.



5.1

FAIRE DES DIRECTEURS DES RELAIS, DES ALLIÉS, DU PROCESSUS DE TRANSFORMATION

Nos Directeurs ont un rôle clé à jouer dans le déploiement de la feuille de route RSE, en tant que relais de la transformation au sein de leurs unités de gestion et agences. Leur implication est essentielle pour traduire les enjeux en actions concrètes, adaptées aux réalités du terrain.

Pour accompagner cette montée en responsabilité, nous structurons progressivement des dispositifs leur permettant de :

- ➔ s'approprier les enjeux,
- ➔ partager des pratiques,
- ➔ piloter la mise en œuvre opérationnelle au plus près du terrain.



5.2

COMMUNIQUER EN INTERNE ET EN EXTERNE

Accompagner nos projets de transformation suppose de structurer une circulation de l'information claire, ciblée et utile, adaptée à chaque niveau de l'organisation. Dans un contexte décentralisé, l'enjeu est de diffuser la bonne information, au bon moment, sans créer de saturation.

La création d'un intranet groupe constitue le socle de ce dispositif, avec une information différenciée selon les profils pour faciliter l'appropriation et la mise en œuvre des projets. Il sera complété par des formats adaptés (newsletters, points d'étape, animations internes) pour rythmer et valoriser les avancées.

Cette démarche, en cours de structuration, sera portée par une commission communication dédiée, chargée de définir les pratiques et d'animer le partage d'information.

En externe, ce premier rapport marque une étape structurante vers un reporting extra-financier progressivement aligné sur le VS* en 2027 puis sur la CSRD en 2028.



focus sur...

UN PARCOURS STRUCTURÉ EN DEUX TEMPS

En juin 2025, un premier temps d'embarquement a permis de poser un socle commun de compréhension des enjeux RSE et climatiques, de partager les enjeux spécifiques à RICHARDSON et de préparer les Directeurs à contribuer à la construction de la feuille de route. Cette dynamique s'est poursuivie à travers une série de webinaires, visant une montée en compétence progressive sur les sujets climat, réglementation et trajectoires de transition.

En septembre 2025, les Rencontres organisées par le LICA ont constitué une étape clé, en réunissant les Directeurs autour d'un travail de prospective et d'intelligence collective. Ensemble, ils ont construit une vision de RICHARDSON à l'horizon 2040, identifié 8 projets structurants et fait émerger des volontaires pour contribuer aux groupes de travail. La feuille de route aujourd'hui validée est le fruit de ces travaux collectifs, enrichis par les réflexions menées dans le cadre de la CEC.

5.3

PILOTER LA RSE AU PLUS HAUT NIVEAU DE LA GOUVERNANCE

En plaçant la RSE au cœur de notre gouvernance stratégique, nous renforçons l'intégration des enjeux environnementaux, sociaux et éthiques dans nos processus de décision.

Notre démarche vise à positionner le CODIR* comme instance de pilotage régulière de ces thématiques pour garantir un alignement stratégique et une prise de décision éclairée.

Deux évolutions concrètes ont marqué cette dynamique cette année :

- ➔ L'évolution du poste de Flavie RICHARDSON vers la fonction de Secrétaire Générale en mai 2026 traduit une approche plus transversale de la gouvernance. Cela permet une meilleure articulation entre stratégie, conformité et opérations, décloisonnement des sujets RSE et renforcement de la robustesse du pilotage.
- ➔ Par ailleurs, chaque projet de notre feuille de route RSE est désormais sponsorisé par un membre du CODIR, qui est garant de son déploiement selon sa vision, sa maturité sur le sujet et les enjeux identifiés dans notre analyse de double matérialité.

LEXIQUE

"Un langage commun pour mieux agir ensemble"**Agence satellite**

Agence rattachée à une agence mère au sein d'une même unité de gestion. Elle assure une présence de proximité sur son territoire tout en s'appuyant sur l'agence mère pour son pilotage et son fonctionnement.

Ambassadeur RSE

Relais identifié au sein de chaque unité de gestion, chargé de diffuser les projets RSE, d'accompagner leur mise en œuvre locale et de faire remonter les retours du terrain.

Analyse Double Matérialité (DMA)**► Double Materiality Analysis**

Méthodologie clé de la CSRD permettant d'identifier et de hiérarchiser les enjeux de durabilité selon deux perspectives :

- ➔ Leur impact sur l'environnement et la société.
- ➔ Leur impact financier sur l'entreprise.

Elle constitue le socle de la stratégie RSE et du reporting de durabilité.

CEC**► Convention des Entreprises pour le Climat**

Programme d'accompagnement collectif réunissant des dirigeants d'entreprises autour des enjeux climatiques. Fondée sur l'intelligence collective et la coopération entre pairs, elle vise à accélérer la bascule des modèles économiques vers une logique régénérative.

À fin 2025 :

- ➔ 25 parcours,
- ➔ 3 internationaux,
- ➔ 1 500 entreprises embarquées,
- ➔ 1 000 feuilles de route rendues.

CODIR**► Comité de Direction**

Instance de gouvernance regroupant les principaux dirigeants de l'entreprise, chargée de définir les orientations stratégiques et de piloter leur mise en œuvre.

CSRD**► Corporate Sustainability Reporting Directive**

Directive européenne encadrant le reporting extra-financier des entreprises. Elle impose la publication d'informations standardisées sur les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance, ainsi que sur les impacts, risques et opportunités associés.

Feuille de route RSE

Document structurant définissant les engagements, projets et actions prioritaires de l'entreprise en matière de RSE, ainsi que leur pilotage et leur déploiement.

Intelligence collective

Ensemble de méthodes et d'outils permettant de :

- ➔ Mobiliser les contributions d'un groupe pour co-construire des solutions.
- ➔ Faciliter la prise de décision.
- ➔ Renforcer la coopération.

IRO**► Impacts • Risques • Opportunités**

Ensemble des éléments analysés dans le cadre de la double matérialité :

- ➔ Impacts : effets positifs ou négatifs de l'activité sur l'environnement et la société.
- ➔ Risques : événements susceptibles d'affecter la performance de l'entreprise.
- ➔ Opportunités : leviers de création de valeur liés aux enjeux de durabilité.

Rencontres

Temps fort interne réunissant les directeurs d'unités de gestion (UG) autour d'ateliers de prospective et d'intelligence collective.

Les Rencontres de septembre 2025 ont permis de construire une vision commune de RICHARDSON à l'horizon 2040, d'identifier les projets structurants de la feuille de route RSE et de mobiliser les participants pour contribuer à leur mise en œuvre.

RSE**Responsabilité Sociétale des Entreprises**

Approche visant à intégrer les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance dans les activités et les décisions de l'entreprise, dans une logique de performance durable et de contribution positive à la société.

UG**► Unité de Gestion**

Entité opérationnelle de RICHARDSON (agence, site ou périmètre d'activité) disposant d'une autonomie de gestion et responsable du déploiement local des actions.

VS**► Voluntary Sustainability Reporting Standard**

Référentiel européen volontaire de reporting extra-financier, plus léger que la CSRD, permettant de structurer progressivement la communication sur les enjeux de durabilité.

Bilan GES**► Bilan des Émissions de Gaz à Effet de Serre**

Évaluation des émissions de gaz à effet de serre générées directement et indirectement par les activités d'une organisation. Réalisé à partir de données d'activité et de facteurs d'émission, il permet d'identifier les principaux postes d'impact, de définir des priorités d'action et de piloter une trajectoire de réduction des émissions.

NOTRE FEUILLE DE ROUTE RSE

- 5 engagements
- 13 projets
- Cap 2040

Nos 12 Objectifs de Développement Durable (ODD)



ENGAGEMENTS	PROJETS & ODD	INDICATEURS	UNITÉS	RÉSULTATS 2025
01 RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE	➔ Réduire l'empreinte carbone liée à notre organisation (scopes 1, 2, 3 hors achats) ODD13 Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions	• Emissions scope 1 - 2023 • Emissions scope 2 - 2023 • Emissions scope 3 hors achats - 2023	tCO2e tCO2e tCO2e	5 650 500 32 000
	➔ Décarboner notre offre (scope 3 achats) ODD13 Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions	• Emissions scope 3 achats - 2023	MtCO2e	2,7
02 SOBRIÉTÉ DES INFRASTRUCTURES ET DE LA LOGISTIQUE	➔ Réduire la dépendance énergétique de nos infrastructures (carbone) ODD07 Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable	• Consommation énergétique flotte (GWh) • Consommation énergétique bâtiminaire • Intensité énergétique totale • Part des bâtiments chauffés à l'électrique • Nombre de sites équipés ENR • Nb de sites concernés par le décret tertiaire • parmi eux : part de sites dans la trajectoire décret tertiaire • Nombre d'agences ayant effectué un audit énergétique il y a moins de 4 ans	GWh GWh kWh/m² % Nombre Nombre % Nombre	10,51 9,45 44 72 3 92 77 7
	➔ Prévenir et gérer les déchets (carbone) ODD12 Établir des modes de consommation et de production durables	• Nombre de sites équipés solutions tri DEEE • Tonnage DEEE recyclé • Tonnage fluides frigorigènes recyclés • Nombre d'agences ayant effectué une opération de dons de marchandises	Nombre Tonnes Tonnes Nombre	26 37 3,5 16
	➔ Optimiser notre chaîne logistique (carbone) ODD09 Mettre en place une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation	• Emissions transport • Part flotte bas carbone (usage de biocarburant, électrique ou hydrogen)	tCO2e %	6160 5
	➔ Déployer les achats responsables ODD12 Établir des modes de consommation et de production durables	• Part fournisseurs signataires code de conduite	%	84
	➔ Développer les services économes en ressources ODD06 Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau ODD11 Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables			
04 PLACER L'HUMAIN AU CŒUR DES TRANSFORMATIONS	➔ Santé, sécurité et qualité de vie ODD03 Donner aux individus les moyens de vivre une vie saine et promouvoir le bien-être à tous les âges	• Taux de fréquence des accidents • Taux de gravité des accidents • Taux d'absentéisme	%	20,46 0,8 5,73
	➔ Compétences et employabilité ODD04 Veiller à ce que tous puissent suivre une éducation de qualité dans des conditions d'équité et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie ODD05 Réaliser l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles ODD10 Réduire les inégalités entre les pays et en leur sein	• Nombre de collaborateurs formés • Nombre d'heures de formation • Index Egalité HF	Nombre Nombre d'heures Score / 100	1033 10075 93
	➔ Collaboration et sensibilisation RSE ODD17 Partenariats pour la réalisation des objectifs	• Nb de collaborateurs initiés aux pratiques d'intelligence collective • Taux de collaborateurs lecteurs de la newsletter RSE • Nb de newsletters RSE publiées	Nombre % Nombre	40 % 2
	➔ Faire des Directeurs des relais, des alliés, du processus de transformation	• Taux Directeurs sensibilisés aux enjeux RSE	%	100
	➔ Communiquer en interne et en externe	• Note Ecovadis	Score/100	54
05 GOUVERNANCE ET COMMUNICATION RSE	➔ Piloter les sujets extra-financiers au plus haut niveau de la gouvernance ODD08 Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous			

This image shows a full page of a document template designed for handwriting practice or general writing. It consists of approximately 28 evenly spaced, horizontal dotted lines extending across the entire width of the page. The background is plain white, and there are no margins, headers, footers, or other markings present.





RAPPORT RSE 2026