VOLET RSE
DU RAPPORT DE GESTION
2014

Auchan

SOMMAIRE

SOMMAIRE **2**

INTRODUCTION **3**

AVANT PROPOS 3
STRATEGIE RSE D'AUCHAN FRANCE 4
RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES 5

COLLABORATEURS **7**

PRESENTATION DES EFFECTIFS ET DE L'ORGANISATION DU TRAVAIL 7
DONNER TOUTE SA PLACE AU DIALOGUE SOCIAL 10
DONNER LEUR CHANCE A TOUS LES PROFILS 11
INTEGRER ET PROMOUVOIR LA DIVERSITE 12
PARTAGER LA REUSSITE DE L'ENTREPRISE 16
AMELIORER LES CONDITIONS DE TRAVAIL ET PREVENIR LES SITUATIONS DE PRECARITE 17
ASSURER LE RESPECT DES NORMES DE L'OIT 20

CLIENTS **21**

RENDRE ACCESSIBLES DES PRODUITS BONS POUR LA SANTE 21
PROPOSER DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT 22
FAVORISER LES GESTES ECO-CITOYENS 25
GARANTIR DES PRODUITS SAINS 27

PARTENAIRES **29**

SOUTENIR DURABLEMENT LE MONDE AGRICOLE 29
CREER DE NOUVEAUX PARTENARIATS ET DEVELOPPER LA PROXIMITE AVEC LES PME 30
VEILLER A L'ETHIQUE DES AFFAIRES 32

ENVIRONNEMENT **37**

SE MOBILISER AU QUOTIDIEN POUR LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT 37
CONSTRUIRE ET EXPLOITER DURABLE 38
LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE 43

SOLIDARITE **47**

LA FONDATION AUCHAN POUR LA JEUNESSE 47
UNE MOBILISATION DES MAGASINS TOUT AU LONG DE L'ANNEE 47
LE DON ALIMENTAIRE 48
UNE SOLIDARITE QUI NE S'ARRETE PAS AU ZONES DE CHALANDISES 48

METHODOLOGIE **50**

TABLE DE CORRESPONDANCE ARTICLE 225 GRENELLE 2 ..... **53**

ATTESTATION DE PRESENCE DE L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT ..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

INTRODUCTION

AVANT PROPOS

Cadre général

De plus en plus d'acteurs (pouvoirs publics, ONG, médias…) attendent des entreprises qu'elles collectent et diffusent des informations environnementales et sociétales sur leur activité : il leur est demandé de prouver qu'elles intègrent l'intérêt public dans leur projet économique et que la création de richesse s'accompagne d'une réduction des inégalités et d'un environnement protégé.

Avec l'ambition partagée au sein de Groupe Auchan d'être une société reconnue pour son éthique, Auchan France, qui a créé la Fondation Auchan pour la Jeunesse en 1996 et la Direction de l'environnement en 2001, a commencé à répondre à ces attentes dès 2001 avec la sortie de son premier rapport développement durable.

Par ailleurs, le contexte législatif a renforcé les exigences en matière de reporting RSE. L'article 225 de la loi Grenelle 2 dont le décret d'application est entré en vigueur courant 2013, dispose que les entreprises entrant dans son champ d'application sont tenues à de nouvelles obligations de communication, au sein de leur rapport de gestion.

Ces obligations portent sur 42 thèmes relatifs à leur responsabilité sociale, environnementale et sociétale. Pour chacune de ces thématiques, les entreprises doivent apporter une réponse qualitative et/ou quantitative, au regard de leur profil d'activité et de leurs politiques. Le cas échéant, elles doivent impérativement justifier de l'absence d'informations reportées, quel(s) qu'en soi(en)t le(s) motif(s). En qualité de société anonyme, Auchan France S.A. rentre dans le champ d'application de cette loi et doit publier des informations sur l'ensemble des sociétés et filiales contrôlées directement ou indirectement.

Pour se conformer à ces nouvelles obligations, Auchan France a publié en 2013 une annexe RSE à son rapport de gestion. Ce volet a fait l'objet d'une attestation de présence par le cabinet Ernst & Young. Cette édition 2014 reprend, met à jour et complète les informations publiées en 2013. Elle est complémentaire du rapport développement durable 2014 et, à ce titre, est publiée sur le site www.groupe-auchan.com.

Remarques générales concernant le reporting RSE

Sauf indication contraire, pour permettre une publication au début d'année calendaire, les indicateurs sont calculés sur une année glissante allant du 1er octobre 2013 au 30 septembre 2014.

Pour le calcul de la plupart des indicateurs, la méthodologie utilisée est définie par les protocoles de reporting de Groupe Auchan. Ces documents sont disponibles sur demande adressée à la direction de la communication et du développement durable Groupe.

En raison d'importantes modifications méthodologiques et d'un contrôle plus poussé de certaines données, la comparabilité des informations publiées dans le rapport 2013 et dans le rapport 2014 est, de fait, limitée. L'évolution des différentes données est commentée dans le corps du texte et indiquée dans les tableaux d'indicateurs. Lorsque ceux-ci n'étaient pas publiés en 2013, ils n'ont pas été recalculés.

Pour plus d'informations sur ces spécificités, il convient de se rapporter au chapitre méthodologie.

Une stratégie inscrite dans les politiques de l'entreprise

En 2013, la VISION de Groupe Auchan définit son identité comme « une fédération d'entreprises autonomes de commerçants audacieux, partageant des valeurs et des convictions communes au service d'un développement économique et humain durable », avec une raison d'être ambitieuse d'un point de vue sociétal et social puisqu'elle se fixe comme but « d'améliorer le pouvoir d'achat et la qualité de vie du plus grand nombre de clients avec des collaborateurs responsables, professionnels, passionnés et considérés ».

Ce document qui porte le sens, la direction et la cohésion du groupe y réaffirme son objectif en matière de développement durable : *« Etre une entreprise acteur du développement durable, qui exerce concrètement sa responsabilité sociale, environnementale vis-à-vis de la société. »*

La Direction du développement durable et la Direction des ressources humaines animent les politiques RSE dans leurs domaines d'expertises respectifs. Les politiques s'intègrent dans un cadre commun : les 4 axes RSE d'Auchan France. Validés en 2013 par la Direction générale de l'entreprise, ceux-ci réaffirment la volonté d'Auchan France « de concrétiser son engagement d'entreprise responsable et de développer le concept de discount responsable ».

Ils viennent en appui du projet d'entreprise CAP 2020 et visent à mieux insuffler les politiques développement durable sur chaque site et auprès de chaque collaborateur.

FOCUS : CAP VERS 2020

Pour fonder un nouveau modèle d'entreprise, qui préserve ses performances économiques à long terme et son modèle social, Auchan France a lancé en 2012 son projet d'entreprise CAP 2020.
Son esprit se résume en une phrase :

« Redonner la main à chaque collaborateur pour mieux servir chacun des habitants et ainsi devenir la marque préférée pour les courses de tous les jours ».

Modifiant profondément les façons de faire de l'entreprise, la conduite de CAP 2020 est notamment suivie à travers 3 indicateurs clefs avec pour chacun d'eux un objectif à atteindre à l'horizon 2020 :

- 90 % de satisfaction des collaborateurs au BOI ;
- 45 % de taux de pénétration clients ;
- 15 % de rentabilité.

Une stratégie et un reporting développement durable au plus près des réalités du terrain

L'animation des politiques RSE est décentralisée pour mieux répondre aux besoins locaux. Les acteurs de terrains, DRH, Directeurs de magasin, responsables techniques magasins ou bien encore membres des comités DD (cf. page 37) se réfèrent à un réseau d'experts pour les sujets nécessitant des connaissances techniques particulières.

Pour assurer le reporting RSE d'Auchan, la Direction de la communication en charge du développement durable s'appuie sur deux types d'interlocuteurs :

- les relais locaux prennent souvent des initiatives locales originales et permettent d'identifier les bonnes pratiques mises en place ;

- les experts de l'entreprise fournissent une analyse des principales avancées au niveau national ainsi que les données quantitatives de leur domaine de spécialité. Celles-ci font l'objet d'un contrôle de cohérence par la Direction de la communication en charge du développement durable.

Cadres et référentiels internationaux

La démarche de l'entreprise s'inspire des principaux textes et initiatives internationaux relatifs aux droits de l'homme et à la responsabilité sociale des entreprises (RSE) dont les principes du Pacte mondial des entreprises (Global Compact) des Nations unies et la norme d'orientation sur la responsabilité sociale ISO 26000.

Auchan France est membre du Pacte mondial (Global Compact) depuis 2004. Cette initiative, lancée en 2000 par le secrétaire général de l'ONU, propose aux entreprises d'adopter et de souscrire à un ensemble fondamental de valeurs. Les entreprises qui y adhèrent s'engagent à appliquer individuellement les 10 principes du Pacte mondial dans les domaines des droits de l'homme, des normes internationales de travail, de l'environnement et en matière d'éthique des affaires.

Pour ses audits sociaux, l'entreprise se réfère plus particulièrement :

– aux principes directeurs de l'OCDE relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme ;
– à la déclaration de principes tripartite de l'OIT concernant les entreprises multinationales et la politique sociale.

RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES

Le dialogue d'Auchan France avec ses parties prenantes est aujourd'hui très décentralisé et se décline sous de nombreuses formes, tant au niveau national qu'au niveau local (voir tableau ci-dessous).

Il s'accompagne d'une démarche collaborative au sein du secteur professionnel lorsque les questions concernent l'ensemble des grands distributeurs, notamment via la FCD[1]. Par ailleurs, Auchan participe activement aux travaux menés par certaines associations et forums professionnels ou avec les représentants de la société civile sur des sujets d'intérêt général. Enfin, l'entreprise noue de nombreux partenariats permettant des échanges d'expertises sur des thématiques variées (ex : gaspillage alimentaire, politique Forêt, solidarité).

Suite à la réécriture des politiques RSE de l'entreprise, une cartographie et une hiérarchisation des parties prenantes est en cours d'élaboration afin de mieux les prendre en compte. Ce travail sera à terme décliné sur chaque magasin.

[1] Fédération des entreprises de commerce et de la distribution.

Principaux modes de dialogue pour quelques parties prenantes

Familles de parties prenantes	Exemples	Principaux modes de dialogue
Clients	Clients, associations d'usagers	Enquêtes de satisfaction, rencontres clients, visites chez l'habitant
Salariés	Salariés, représentants du personnel, syndicats	Réunions DP, CHSCT, CE, signatures d'accord collectifs, baromètre d'opinion interne, bilan social, outils de communication interne, réunions d'informations.
Fournisseurs et prestataires	Producteurs agricoles, PME, transporteurs	Voix des PME, participation au Club Déméter, Charte Transport et comité de suivi de la charte, co-construction des produits, organisation de forums régionaux…
Pouvoirs publics	Etat, collectivités territoriales, élus locaux	Rendez-vous institutionnels, visites magasin
Acteurs territoriaux	Pôle emploi, écoles	Partenariats avec Pôle emploi et les écoles, interventions dans les écoles, projets de solidarité animés par les magasins…
Associations professionnelles	FCD, Club Demeter, FEEF[2], ICS[3], Club Agro-développement, éco-organismes, Perifem	Participation aux groupes de travail, co-construction de projets…
Société civile	Médias, ONG, associations, fondations	Partenariats locaux, accompagnement par des ONG spécialisées (ex : TFT), communiqués de presse, Initiative DD, rapport DD, volet RSE du rapport de gestion, salons DD, projets soutenus par la Fondation Auchan pour la jeunesse…

[2] Fédération des entreprises et entrepreneurs de France (cf. p.XX)
[3] Initiative Clause Sociale (cf. p. 32)

COLLABORATEURS

Pour assurer la sortie de ce document en temps voulu, les données sociales présentées ci-dessous sont calculées sur une année glissante (à savoir du 1er octobre 2013 au 30 septembre 2014) et non sur une année civile, sauf indications contraires.

Les méthodes de calcul et les définitions utilisées pour ce document correspondent à celles établies dans le protocole de reporting RSE de Groupe Auchan. Celui-ci est disponible sur demande adressée à la Direction de la communication en charge du développement durable.

La comparabilité des données entre ce document et le Bilan Social est de fait limitée. Par ailleurs, entre 2013 et 2014, la méthodologie utilisée a évolué. Des précisions quant à ces évolutions sont disponibles à la page 50.

PRESENTATION DES EFFECTIFS ET DE L'ORGANISATION DU TRAVAIL

Présentation et évolution des effectifs

Au 30 septembre 2014, Auchan France compte 54 216 collaborateurs, en baisse de -1,7% en comparaison avec le chiffre publié dans la précédente édition de ce document en raison d'une modification de la méthodologie de calcul. Sans cette modification méthodologie, l'effectif aurait légèrement augmenté.

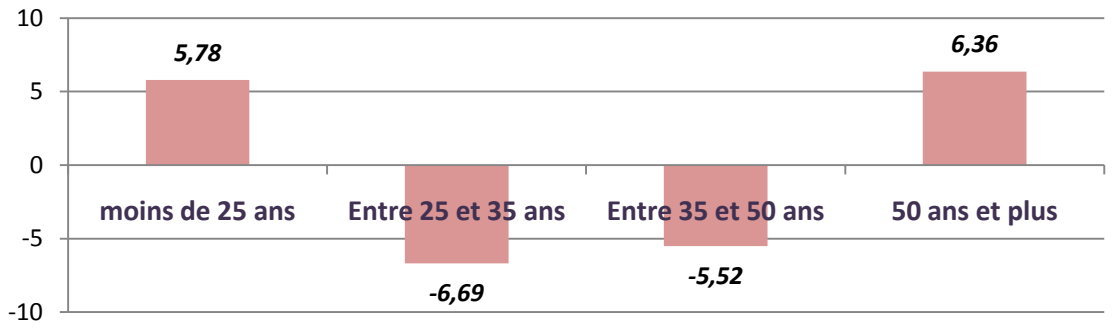
La part des femmes dans l'entreprise est en légère baisse, l'effectif femmes ayant diminué pendant la période (-4,6%) de reporting alors que l'effectif homme a augmenté (+1,5%). Les femmes restent néanmoins majoritaires puisqu'elles représentent 50,4% des effectifs.

Les effectifs des moins de 25 ans et de 50 ans et plus augmentent tandis que les effectifs entre 25 et moins de 50 ans diminuent.

EFFECTIFS AU 30 SEPTEMBRE 2014

		Evolution
Tous types de contrats confondus	**54 216**	↘
Part des femmes dans l'entreprise	**50,4%**	↘
Salariés âgés de moins de 25 ans	**17,5%**	↗
Salariés entre 25 et 35 ans	**21,9%**	↘
Salariés entre 35 et 50 ans	**39,7%**	↘
Salariés de 50 et plus	**20,8%**	↗

Evolution des effectifs (en %) par catégories d'âge, entre 2013 et 2014



Evolution des embauches et des licenciements

Le nombre d'embauches en CDI (dont transformations de CDD) est passé de 4988 à 5976, soit une progression de 19,8%. Cette hausse découle essentiellement de l'ouverture de drives et des nouveaux magasins de Roissy et Epinay.

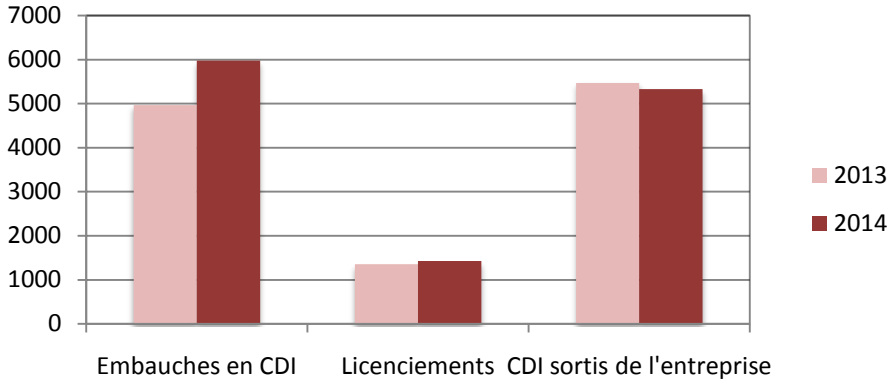
Auchan conduit actuellement un programme d'adaptation des compétences à la transformation de l'entreprise (PACTE) qui vise à faire évoluer son organisation en magasin, en recentrant les membres de l'encadrement sur leur rôle managérial et leurs responsabilités dans la stratégie commerciale. Ce programme va entrainer le recrutement de 500 employés supplémentaires et une diminution de 800 postes sur les effectifs encadrement. Pour cela, des mesures d'accompagnement à la mobilité interne et externe sont prévues. Une des dispositions de ce programme est la possibilité de partir en préretraite totale, mesure dont a bénéficié une centaine de collaborateurs à ce jour.

Le nombre des ***licenciements*** est passé de 1353 à 1427 soit une hausse de 5,5%. Ce nombre comprend 140 ruptures d'un commun accord du contrat de travail dans le cadre de l'accord de gestion de l'emploi des équipes commerciales en magasin précédemment évoqué.

Le ***taux de turn-over*** est quant à lui quasiment stable (-0,2%).

EVOLUTION DES EFFECTIFS		*Evolution*
Embauches en CDI, dont transformation de CDD en CDI	**5 976**	↗
Licenciements	**1 427**	↘
Taux de turn-over	**10,8%**	→

Evolution des effectifs entre 2013 et 2014



Données calculées sur la période de reporting, cf. chapitre méthodologie pour plus de détails.

Organisation du travail

En 2014, plus de 70% des collaborateurs possèdent un contrat de travail à ***temps complet***. L'accord d'entreprise sur l'organisation et l'aménagement du temps de travail a été rénové en 2012 et signé début 2013. Il a pour objectif de répondre aux attentes des collaborateurs et de permettre de mieux concilier vie professionnelle et personnelle, tout en intégrant les nécessités de l'activité de l'entreprise. La proportion de salariés travaillant à temps complet est en progression de 0,8 points sur un an, passant de 70,3 à 71,1%.

Travail de nuit, dimanche, jours fériés et journée de solidarité font l'objet de modalités d'applications particulières. Le travail du dimanche ou d'un jour férié reste soumis au volontariat et fait l'objet, au choix du salarié, d'une récupération ou d'un paiement à 150%. Le travail de nuit, avec un nombre maximal de 3 nocturnes par semaine, concernait en 2013[4] un peu plus de 16% des collaborateurs.

Auchan France met par ailleurs en place un ensemble de dispositifs liés à la question du temps de travail (temps complet, temps partiel, modulation, ilots, poly-activité, forfaits jours, forfait spécifique agents de maitrise) : légaux ou améliorés par accord d'entreprise spécifique, la plupart d'entre eux ont été aménagés et négociés avec les partenaires sociaux.

La ***démarche Temps complet choisi***, engagée fin 2007, permet aux collaborateurs à temps partiel de bénéficier du forfait horaire hebdomadaire qu'ils souhaitent. La possibilité de passer à temps complet répond aux besoins grandissants des collaborateurs en matière de pouvoir d'achat et développe les compétences et l'employabilité des bénéficiaires de cette démarche. En effet, celle-ci s'accompagne généralement d'une poly-activité (via la conclusion d'un avenant au contrat de travail) pour que le collaborateur parvienne à un temps de travail de 35 heures par semaine. La démarche a bénéficié à plus de 3 000 collaborateurs depuis son lancement.

L'***îlot*** a pour objectif de permettre aux collaborateurs de se positionner sur les différents créneaux horaires proposés par le manager. Cette organisation est surtout développée sur le secteur caisse mais peut aussi convenir à toute autre activité. Elle vise à concilier les attentes des collaborateurs avec les contraintes de l'entreprise. Un animateur ou une animatrice est dédié à cette mission pour coordonner les souhaits de chacun.

La très grande majorité de l'effectif possède un contrat à durée indéterminée (plus de 90%) bien que cette proportion soit en légère baisse (-0,6 points) du fait d'une augmentation du nombre de salariés en CDD (+4,4%).

[4] Donnée du bilan social 2013.

ORGANISATION DU TRAVAIL		
		Evolution
Part de salariés en CDI	**90,4%**	↘
Part de salariés travaillant à temps complet	**71,1%**	↗
Heures travaillées sur la période de reporting (en millions)[5]	**79,7**	

DONNER TOUTE SA PLACE AU DIALOGUE SOCIAL

Les échanges avec les salariés et leurs représentants sont menés aussi bien au niveau local (réunions mensuelles du Comité d'Etablissement et des Délégués du personnel, réunions trimestrielles du CHSCT…) qu'au niveau national (réunions du Comité Central d'Entreprise, réunions partiaires, commissions…). Plus de 6500 réunions se sont déroulées sur la période de reporting, soit plus d'un millier de réunions supplémentaires à celles prévues par la réglementation.

L'organisation du dialogue social s'inscrit dans le cadre de la réglementation et d'un protocole d'accord sur le développement du dialogue social en date du 30 août 2000. Ce dernier prévoit l'octroi aux représentants du personnel de moyens supplémentaires (crédit d'heures, prise en charge de frais de déplacement, autorisations d'absence…) à ce que prévoit la loi afin d'encourager un dialogue social constructif avec des partenaires sociaux professionnels. En vue de moderniser cet accord, 3 réunions paritaires se sont déroulées les 11 février, 26 février et 26 septembre 2014.

Les différents syndicats représentant les collaborateurs présents au sein d'Auchan France sont :

- La CFDT (Confédération française démocratique du travail),
- La CFTC (Confédération française des travailleurs chrétiens),
- La CGT (Confédération générale du travail),
- FO (Force ouvrière),
- SEGA CFE/CGC (Syndicat national des entreprises du groupe Auchan, Confédération française de l'encadrement, Confédération générale des cadres).

En 2014, 10 accords collectifs et avenants ont été signés :

- un accord de Groupe prime de progrès portant sur les années 2014 à 2017 ;
- un accord relatif à la mise en place d'une instance temporaire de coordination des CHSCT dans le cadre de PACTE ;
- un accord sur la gestion de l'emploi des équipes commerciales en magasin dans le cadre de PACTE ;
- un accord collectif relatif à la mise en œuvre d'un dispositif de Préretraite Totale Auchan ;
- un accord de groupe sur la participation des salariés aux résultats de l'entreprise ;
- un avenant à l'accord d'entreprise portant adaptation des systèmes de garanties collectives remboursement frais de santé ;
- un avenant à l'accord d'entreprise portant adaptation des systèmes de garanties collectives des employés en matière de prévoyance (décès - Incapacité – Invalidité) ;
- un avenant à l'accord d'entreprise portant adaptation des systèmes de garanties collectives des agents de maîtrise et cadres en matière de prévoyance (décès - Incapacité – Invalidité);
- un accord d'entreprises en faveur de l'insertion des travailleurs handicapés ;
- un accord d'entreprise relatif au télétravail.

[5] Non publié en 2013.

DIALOGUE SOCIAL	
Nombre de réunions entre les employeurs et les représentants du personnel [6]	**6 586**

DONNER LEUR CHANCE A TOUS LES PROFILS

Garantir l'employabilité des collaborateurs par la formation

Délivrée par l'IFE[7] (l'institut de formation interne d'Auchan), par des collaborateurs ou par des prestataires extérieurs, la formation vise à renforcer l'employabilité et la mobilité des collaborateurs d'un poste à un autre, tout en leur permettant de monter en puissance dans leur métier.

Auchan France a assuré 1 034 419 heures de formation en 2013, soit 17,8 % de moins qu'en 2012. Cette baisse touche toutes les catégories mais un peu plus fortement les cadres (dont les heures de formation avaient déjà baissé de 10,6% en 2012).

Au cours des 8 premiers mois de l'année 2014, les heures de formation continuent de régresser (-18%) par rapport aux 8 premiers mois de l'année 2013. Cette baisse est notamment due à la réduction importante des parcours prise de fonction Encadrement (baisse des recrutements et des promotions internes). Deux autres tendances expliquent une partie de cette baisse :

- La Direction des ressources humaines redonne de plus en plus la main aux magasins dans leur choix de formations en réduisant progressivement celles qui sont suivies obligatoirement par tous les collaborateurs et qui ne correspondaient pas forcément toujours à un réel besoin local.

- La transmission de pair à pair, qui n'est pas comptabilisée comme formation, se développe de plus en plus.

Cette baisse des heures de formation doit néanmoins être relativisée. Sur l'ensemble de l'année 2013, Auchan a dédié un peu plus de 3%[8] de la masse salariale à la formation continue, soit largement plus que ses obligations légales.

Dans le même temps, la Direction des ressources humaines continue à adapter son offre de formation aux besoins des collaborateurs en cohérence avec le projet d'entreprise CAP 2020 et l'Accord formation signé en décembre 2013. L'offre de formation « Compétences transverses » par exemple s'inscrit fortement dans cette logique : elle est organisée par rôle et non plus par niveau hiérarchique, seul le besoin de formation étant pris en compte. Cette approche assure la mixité des publics au sein d'un même stage.

FOCUS : LE MAGASIN DE SAINT QUENTIN FACILITE LA FORMATION DE PAIR A PAIR.

Pour faciliter l'échange des savoirs et savoirs-faire entre collaborateurs, le magasin de Saint Quentin a mis en place un système de formation informel : « l'université Auchan ».

Son principe de fonctionnement est simple :

- chaque collaborateur peut s'inscrire via un tableau aux formations qu'il souhaite. Il se positionne seul sur le/les créneaux disponibles et organise son travail en fonction. Les dates de formation sont proposées au minimum deux mois à l'avance ;
- les formations doivent répondre à des besoins très opérationnels ;
- les formations, d'une heure maximum, sont animées par la personne la plus compétente, quel que soit son statut ;

[6] Non publié en 2013.
[7] Institut de formation à l'Excellence.
[8] Donnée du bilan social 2013.

- dès qu'une personne au moins s'est inscrite, la formation est confirmée.

En moins de deux mois d'existence, ce système a recueilli 75 inscriptions.

Ouvrir les emplois à tous les talents et favoriser la promotion interne

Auchan France compte plus de 600 métiers pour la plupart accessibles sans conditions d'expérience ou de diplômes. L'entreprise développe une politique visant à favoriser la diversité des profils recrutés et permettre à tous les talents d'accéder à l'emploi, avec des dispositifs comme le recrutement par simulation, les stages d'adaptation ou le projet « 1000 chances ».

L'une des priorités de la politique ressources humaines est de faire de chaque collaborateur une référence sur son métier. Dans ce but, Auchan propose des opportunités de promotion interne en s'assurant, par exemple, que les postes d'encadrement sont accessibles aux employés.

Pour accompagner l'ensemble des collaborateurs et valoriser leur professionnalisme, la pratique de l'***entretien de gestion du développement individuel*** (GDI) est généralisée depuis plusieurs années. Ayant lieu pour la première fois après 6 mois de présence du salarié dans l'entreprise puis tous les ans, l'entretien de « GDI » est un moment privilégié entre le collaborateur et son manager, permettant de faire le bilan de l'exercice passé.

Il vise en particulier à s'assurer de la qualité de la tenue de poste du collaborateur, à voir avec lui les pistes de progression sur son métier et à proposer une évolution professionnelle. Pour les collaborateurs les plus expérimentés, cet entretien est l'occasion de fixer, d'un commun accord, des objectifs pour l'année en cours.

Afin de favoriser le développement des compétences et relancer la promotion interne, différents parcours (Déclic, Talent, Passerelles) sont mis en place avec pour objectif de développer le potentiel des collaborateurs et leur permettre d'accéder à une fonction de niveau supérieur. La prise de fonction sera alors accompagnée par un cursus spécifique (Ecole des managers, Ariane, Pépinières). Plusieurs de ces parcours et cursus seront actualisés en 2015 et le parcours « Passerelles » permettant d'accompagner des collaborateurs employés vers une fonction de manager sera déployé dès le premier trimestre.

La mise en place progressive du plan de transformation de l'entreprise, CAP 2020, doit permettre d'élargir les champs de responsabilités de chaque collaborateur et de formaliser un parcours de l'employé, plus cohérent, axé autour de trois grands étapes : professionnalisation, responsabilisation et finalement promotion.

INTEGRER ET PROMOUVOIR LA DIVERSITE

Promouvoir la mixité à tous les niveaux hiérarchiques

Depuis 2009, Auchan mène une politique volontariste pour garantir la ***promotion des femmes aux postes à responsabilités***. Ainsi, la démarche « Mixité », menée de 2009 à 2011, a permis à plus de 70 des 85 participantes de bénéficier d'une promotion. « Talents de femme » a, quant à elle, bénéficié à 108 femmes chef de rayon en 2013 et 2014.

La Direction des ressources humaines a souhaité faire évoluer ces parcours de développement, qui ne sont plus uniquement destinés aux femmes, mais intègrent une forte sensibilisation à la diversité et à la mixité :

- Le programme « Mixité » a évolué en 2012 et est devenu le parcours « Déclic » qui consacre une journée à la promotion de la diversité ;

- Le programme « Talents de femmes » sera remplacé en 2015 par le programme « Talents » dans lequel une journée entière est consacrée à la mixité.

En complément, le programme « Passerelle » va être mis en place pour permettre aux employés de développer leurs compétences afin d'accéder à des fonctions managériales. Dans le cadre de cette formation, une journée est consacrée à la découverte des différentes facettes de la diversité et des enjeux de son management.

En 2013, Auchan et les partenaires sociaux ont souhaité poursuivre les actions en faveur de l'égalité professionnelle et s'engager sur des actions aux résultats mesurables dans le cadre d'un nouvel accord d'entreprise. Il s'articule sur quatre grands axes :

- la formation ;
- la rémunération ;
- la promotion professionnelle ;
- l'articulation vie privée et vie professionnelle.

Il prévoit notamment la mise en place d'un suivi et d'un accompagnement spécifique en cas d'écart salarial dans certains métiers et la prise en charge de 100% de l'ancienneté durant la première année de congé parental (contre 50% prévu dans la loi). Un premier point d'étape de l'application de cet accord a eu lieu en juillet 2014.

MIXITE		
		Evolution
Femmes exerçant une responsabilité de manager	**1 996**	↘
Part des femmes parmi les manager (en %)	**36,0**	↘

S'ouvrir au handicap

Dans le cadre de sa politique ressources humaines, Auchan mène depuis 1993 de nombreuses actions en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap. Ces actions se sont concrétisées par la signature de six accords successifs, permettant des avancées concrètes. Fin 2013, le taux d'emploi légal a atteint 5,61 %. Le nombre de ***collaborateurs en situation de handicap*** a augmenté de 5,9% entre 2012 et 2013.

Cet engagement a été renouvelé avec la signature d'un 7ème accord d'entreprise pour la période 2014-2017 qui s'articule autour de 4 axes majeurs :

- Le ***recrutement*** : L'entreprise s'est engagée à recruter chaque année d'application de l'accord : 40 CDI, 50 CDD, 70 contrats d'alternance, 70 stagiaires de plus d'un mois.

- ***L'insertion et la formation*** : Auchan s'engage à mettre en place des actions de sensibilisation et de formation auprès des collaborateurs de l'entreprise, dans le but de faire tomber les idées reçues sur le handicap. Sur chaque site, 2 référents minimum auront pour mission d'accueillir et accompagner les nouveaux collaborateurs en situation de handicap, d'apporter de l'aide aux salariés dès qu'un besoin est identifié, d'être les relais du responsable ressources humaines dans l'animation de la politique handicap, de proposer d'éventuels partenariats avec le secteur protégé. Par ailleurs, les formations sont aménagées pour être accessibles aux personnes en situation de handicap. Elles sont ainsi encouragées et accompagnées dans leurs démarches de bilans de compétences, VAE ou bilan d'orientation carrière.

- Le ***maintien dans l'emploi*** : dans le but d'anticiper et d'éviter le plus possible des situations d'inaptitudes, des commissions de reclassement préventives sont mises en place. Elles permettent de trouver des solutions pour les salariés concernés, notamment par la connaissance des postes disponibles. La mission handicap apporte un soutien financier lors de l'aménagement du poste de travail d'un collaborateur en situation de handicap (par exemple : chaussures de sécurité sur mesure, sièges adaptés, écrans ou logiciels grossissants, transpalettes électriques…) Un budget spécifique est également prévu pour leur faciliter l'accès à l'emploi grâce à différentes mesures : transport spécialisé, formation à l'obtention du permis de conduire, adaptation du véhicule pour les personnes à mobilité réduite, aide à l'hébergement s'il est nécessaire à l'accès d'un emploi, appareillages auditifs, visuels…

- Enfin, ***des partenariats avec le secteur adapté et protégé*** continueront d'être mis en place pour des actions de sous-traitance (nettoyage des locaux, entretien d'espaces verts …).

Lancé en avril 2012, le ***numéro vert handicap*** a reçu, entre 2012 et 2013, 110 appels de collaborateurs ayant des questions sur le sujet du handicap, soit pour eux-mêmes, soit pour un membre de leur famille. En cas de besoin, un véritable accompagnement des personnes est offert pour les aider dans leurs différentes démarches.

Pour continuer à sensibiliser les collaborateurs, Auchan a notamment organisé en 2014 :

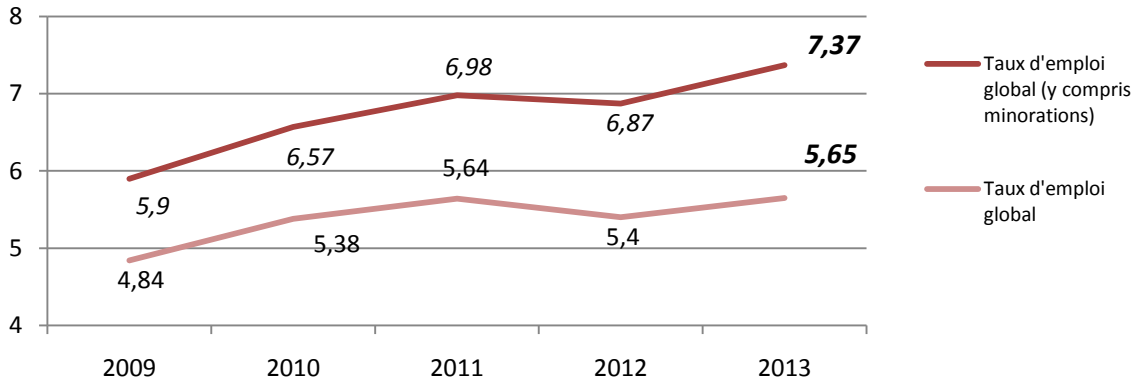
- Un tournoi d'handi-tennis de table en centrale d'achats, qui a rassemblé 220 collaborateurs ;

- Un défi permettant aux collaborateurs de l'entreprise de tester leurs connaissances sous forme de jeu interactif lancé à l'occasion de la semaine pour l'emploi des personnes en situation de handicap.

Pour ses actions autour des 20 ans de l'accord Handicap, Auchan France a reçu le ***Trophée LSA*** de l' « intégration professionnelle des personnes handicapées ».

Quelle que soit la méthodologie retenue pour le calcul des données (celle du bilan social ou du rapport de gestion), le nombre de salariés en situation de handicap tout comme leur part dans l'effectif total est en augmentation régulière depuis plusieurs années. Le taux d'emploi global (comprenant les versements à l'AGEFIPH) a ainsi augmenté de presque 1,5 point entre 2009 et 2013.

Evolution du taux d'emploi des salariés en situation de handicap depuis 2009 (données du bilan social[9])



HANDICAP		
		Evolution
Salariés en situation de handicap	**3 041**	↗
Taux d'emploi des salariés en situation de handicap	**5,61 %**	↗

Assurer la transmission des savoirs dans l'entreprise

Embaucher des jeunes, les accompagner et les former pour leur permettre de développer leur employabilité est un des objectifs de la politique ressources humaines d'Auchan France qui souhaite devenir une entreprise de référence auprès des jeunes et promouvoir l'alternance comme levier majeur de création de ressources.

[9] Pour rappel, les données du bilan social et du rapport de gestion ne sont pas établies selon une méthodologie identique, ce qui explique le faible écart entre le taux de 5,65 (bilan social) et le taux de 5,61 (rapport de gestion)

Les sites Auchan (hypermarchés, services centraux, entrepôts logistiques, SAV) établissent des ***partenariats avec les établissements de niveau secondaire et supérieur*** en lien avec les métiers exercés. L'entreprise souhaite transmettre, par l'accompagnement de tuteurs, maîtres d'apprentissages et maîtres de stage, ses savoir-faire aux jeunes en formation.

Cet engagement se concrétise par l'accueil de plus de 5000 ***stagiaires*** par an de la 3ème au Master professionnel qui bénéficient de l'accompagnement de professionnels.

Par ailleurs, ***1029 contrats d'apprentissage et 1360 contrats de professionnalisation*** ont été conclus en vue de l'obtention de diplômes de l'Education Nationale (du CAP au master) ou de certificats de qualification professionnelle de la branche (CQP employé de commerce, hôtes ou hôtesses de caisse). Ces jeunes proviennent d'établissements secondaires et supérieurs ou de CFA, notamment dans les métiers de bouche, et d'organismes partenaires. Le taux d'alternance a atteint 4,55% en 2014 et 96 sites ont un taux supérieur à 4 % (seuil légal).

Dans le cadre de l'accord relatif à « l'orientation et à la formation professionnelle tout au long de la vie », Auchan France :

- a réaffirmé que l'insertion professionnelle s'adresse à des populations susceptibles d'intégrer l'entreprise (notamment les demandeurs d'emploi, les jeunes et les publics issus des zones à fort chômage) ;

- a renforcé sa politique en matière d'alternance en s'engageant à recruter plus de 2 500 alternants en 2015 ;

- s'est engagé à atteindre un taux de transformation des contrats d'alternance en CDI à hauteur de 15% minimum.

La politique alternance de l'entreprise s'inscrit dans une démarche "gagnant/gagnant" :

· Pour les alternants : l'entreprise propose une formation qualifiante offrant la possibilité à des jeunes de trouver ensuite un emploi sur le marché du travail ;

· Pour l'entreprise : recruter des jeunes dans certains métiers de l'hypermarché tels que les métiers de bouche, les métiers de l'encadrement, du commerce, des caisses.

Par ailleurs, le versement de la taxe d'apprentissage permet de valoriser les partenariats actifs avec ces écoles et de promouvoir la marque employeur.

En 2014 dans le cadre de partenariats, Auchan France a notamment :

- soutenu 15 CFA métiers de bouche grâce à un versement supplémentaire de taxe d'apprentissage afin de leur permettre l'acquisition de matériel pédagogique ;

- organisé comme chaque année le « Grand prix association étudiante de la Fondation Auchan pour la Jeunesse » qui récompense des projets solidaires menés par des étudiants en faveur des jeunes. En 2014, 50 dossiers ont été proposés par les étudiants de 36 écoles et universités partenaires. La remise de ces prix d'un montant total de 18 000 € a été relayée par les magasins avec une importante communication locale et sur les réseaux sociaux avec le soutien de la file recrutement ;

- assuré l'aide financière sous forme de bourses d'excellence distribuées à 36 étudiants des écoles partenaires pour l'année scolaire 2014/2015, la plupart d'entre eux acceptant à cette occasion d'être ambassadeurs de l'entreprise au sein de leur école ;

- accompagné, avec la fondation Auchan pour la jeunesse, une épicerie solidaire créée par une étudiante ambassadrice de l'ESC Dijon ;

- fait évoluer la finale nationale du challenge Auchan qui fait concourir des élèves d'écoles partenaires sur des sujets marketing , avec l'introduction du directeur de la marque Auchan auprès des étudiants finalistes et de leurs professeurs ;

- poursuivi le soutien à l'Association Passerelle handicap, qui cherche à faciliter l'intégration d'étudiants handicapés dans les écoles supérieures de commerce et de management.

PARTAGER LA REUSSITE DE L'ENTREPRISE

Proposer une rémunération motivante

Malgré un chiffre d'affaires en régression de 2,5% sur la période de reporting, la politique volontariste d'évolution des salaires est maintenue, et ce quel que soit la catégorie socioprofessionnelle.

Le système de rémunération d'Auchan est fondé sur le partage des résultats de l'entreprise et se compose :

- d'une partie fixe comprenant le salaire de base et une prime annuelle. La grille des salaires des employés, parmi les meilleures de la profession, débute à 1500 euros bruts par mois ;
- d'une partie variable individuelle ;
- d'un intéressement (prime trimestrielle) ;
- d'une participation annuelle aux bénéfices d'Auchan France ;
- auxquels s'ajoute la possibilité de bénéficier de l'actionnariat salarié à travers le fonds commun de placement Valauchan. En 2014, plus de 89 % des ayant droits étaient actionnaires.

Les employés ont vu leurs grilles de référence augmenter de 0,5% en 2014. Les hausses collectives qui leur ont été accordées en 2013 (soit +0,6%) ont été appliquées à l'encadrement en 2014, conformément à l'accord de 1986 relatif à l'individualisation des salaires de base de l'encadrement.

De fait, le forfait moyen des agents de maîtrise a augmenté de 0,81% et celui des cadres de 1%.

En parallèle, pour l'ensemble des employés éligibles à la part variable individuelle, la cible maximum est passée de 70 à 100% d'un mois de forfait de base. Pour l'encadrement, le taux de perception de la rémunération variable individuelle est identique à l'année précédente.

Offrir une protection sociale complémentaire à tous les collaborateurs

Le projet social de l'entreprise consiste à accompagner ses collaborateurs en leur offrant une protection sociale de qualité, tout en assurant un accompagnement plus spécifique pour ceux qui rencontrent des difficultés (cf. ci-dessous).

Depuis plus de 40 ans, Auchan et les partenaires sociaux font évoluer et complètent les différents dispositifs existants pour qu'ils demeurent un ensemble vivant de valeurs et d'engagements. 6 accords d'entreprise ont ainsi été conclus le 23 mai 2013.

Un régime ***complémentaire santé*** obligatoire permet de couvrir une famille entière pour moins de 7 € par mois. Il est ouvert à tous les salariés présents depuis plus de six mois dans l'entreprise. D'autres complémentaires, financées en partie par Auchan, sont également disponibles pour les salariés qui veulent bénéficier d'une protection étendue.

Depuis le 1er octobre 2013, les mêmes garanties ***prévoyance*** sont offertes à tous les collaborateurs quel que soit leur catégorie professionnelle.

Un système d'aides facilite l'***accès au logement*** des collaborateurs. En 2014, plus de 631 collaborateurs ont ainsi été logés avec l'aide de l'entreprise. Chacun peut exprimer sa demande via un site Web dédié, accessible même en dehors de l'entreprise. Plus de 2000 interventions ont eu lieu en 2014 via des partenaires (forums sociaux, commissions logement, permanences, prêts, assistance etc.) et un budget de 6 millions d'euros y a été consacré.

Depuis de nombreuses années, les collaborateurs bénéficient de dispositifs leur permettant de préparer leur ***retraite*** dans les meilleures conditions, (Santé, logement, épargne long terme ou de précaution au travers du PEE, de la participation, de Valauchan…). Ils ont été complétés en 2013:

- Dès 55 ans, Auchan propose des mesures spécifiques à destination des salariés qui expriment le souhait de réduire leur temps de travail plutôt que de continuer une activité temps plein. Elles leurs donnent la possibilité de réduire leur temps de travail sans effet sur leur retraite grâce à une indemnité financière compensant la baisse progressive de revenus. Ceux travaillant déjà à temps partiel peuvent cotiser sur un temps plein, l'entreprise prenant à sa charge 80% des cotisations supplémentaires retraite.

- Pour l'encadrement, Auchan a décidé de mettre en place des mesures plus adaptées à la structure de leur retraite, avec un régime de ***retraite supplémentaire par capitalisation***. Ce système est fortement financé par l'entreprise notamment les salaires les plus modestes.

- Auchan propose aussi depuis octobre 2013, un moyen d'épargner pour tous les collaborateurs : ***le PERCO*** (Plan d'épargne Retraite Collectif), qui complète le Plan d'Epargne Entreprise (PEE). Véritable outil retraite de l'Epargne salariale, Auchan permet aux collaborateurs d'épargner jusqu'à 5 jours de congés non pris, que l'entreprise abonde à hauteur de 20%.

AMELIORER LES CONDITIONS DE TRAVAIL ET PREVENIR LES SITUATIONS DE PRECARITE

Accompagner les collaborateurs qui rencontrent des difficultés

L'entreprise a ouvert en décembre 2013 un ***service d'aide par l'écoute*** à l'ensemble de ses collaborateurs : « HumaniA ». Ouvert 12 heures par jour, 6 jours sur 7, ce service téléphonique a pour objectif d'aider les personnes à trouver des solutions appropriées aux difficultés qu'elles expriment. Il fournit donc à la fois une aide psychologique (en cas de souffrance au travail ou dans la vie quotidienne) et un accompagnement social (clarification, information, orientation et soutien psychologique et social) pour résoudre des problèmes familiaux, financiers ou de logement par exemple. Les 400 travailleurs sociaux et psychologues du service HumaniA, présents sur tout le territoire national ont reçu près de 2000 appels de collaborateurs en moins d'un an.

En cas de situations pouvant être jugées traumatisantes (braquage, agression, décès sur le lieu de travail…), l'entreprise fait appel à des cabinets spécialisés dans l'accompagnement psychologique.

Promouvoir le bien-être au travail et assurer la sécurité de nos collaborateurs

Depuis 2013, la Direction des Affaires sociales dispose d'un ***Pôle qualité de vie au travail***. Il implique tous les acteurs de l'entreprise autour de cette notion plus large que les questions de sécurité et de prévention des risques puisqu'elle questionne également le contenu du travail.

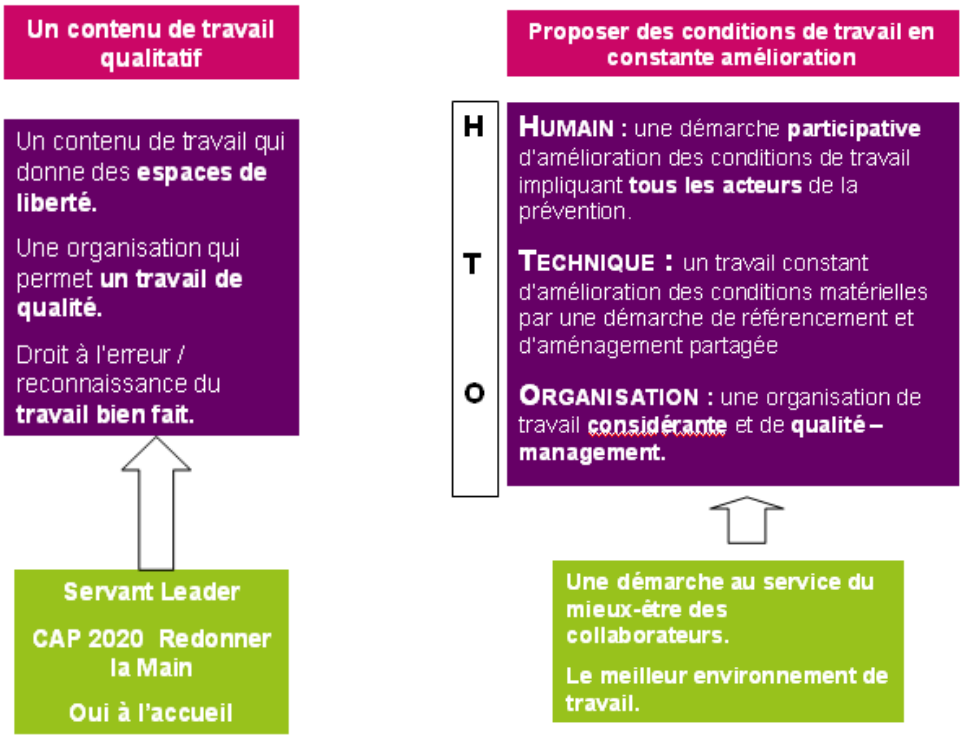
La qualité de vie au travail se conçoit comme un sentiment de bien-être au travail perçu collectivement et individuellement et qui englobe tout à la fois l'ambiance, la culture d'entreprise, l'intérêt du travail, les conditions de travail, le sentiment d'implication, le degré d'autonomie et de responsabilisation, l'égalité, un droit à l'erreur accordé à chacun, une reconnaissance et une valorisation du travail effectué[10].

[10] Définition retenue par l'Accord national interprofessionnel du 19 juin 2013.

Pour évoluer vers un ***contenu de travail plus qualitatif***, Auchan accompagne ses managers pour que ceux-ci adoptent la posture « Servant-leader », une approche du management visant à se « mettre au service » de ses collaborateurs pour qu'ils expriment tout leur potentiel au travail. 25 Directeurs de Magasin et 195 membres de comité de direction ou Directeurs de service ont suivi une formation de 4 jours sur ce sujet. Initiée fin 2013, cette formation a vocation à être étendue à tous les membres de l'encadrement dans les années à venir.

De nouvelles mesures de simplifications sont mises en place depuis fin 2014 pour faciliter le travail au quotidien des salariés. Le « oui à l'accueil », lancé en 2013, est un bon exemple du but recherché par ces mesures. En facilitant le remboursement des clients ou l'échange directement en caisse (sans passer par un processus de validation préalable), ce système permet de renforcer l'autonomie des collaborateurs employés tout en améliorant la satisfaction client.

Définition de la qualité de vie au travail et axes de travail de la Direction des ressources humaines



Pour proposer des conditions de travail en constante amélioration, la Direction des ressources humaines privilégie la co-construction et entretient un dialogue régulier avec un groupe de travail paritaire, la médecine du travail et des représentants de l'assurance-maladie. Au niveau local, des groupes de travail pluridisciplinaires sont en cours de déploiement et réunissent les compétences des collaborateurs pour concilier les impératifs de prévention avec les besoins de l'établissement en matériel performant.

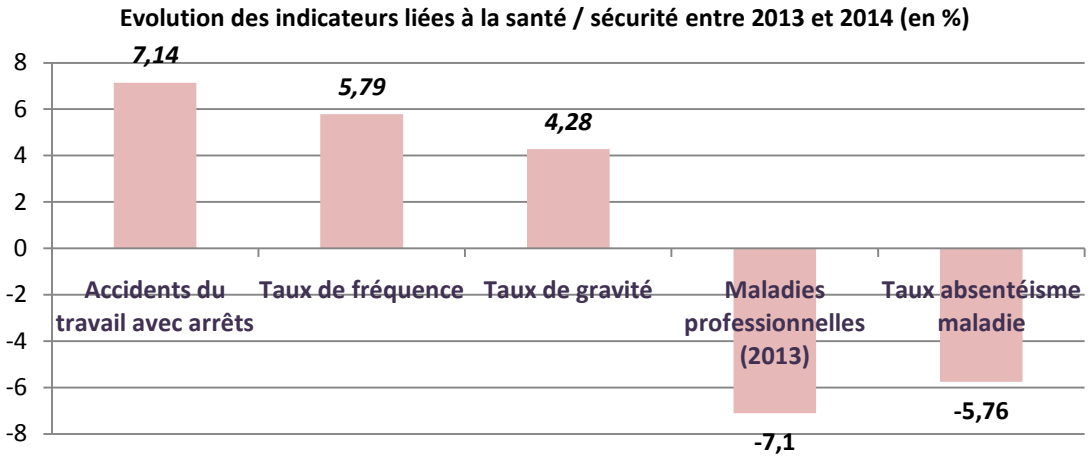
Pour ***limiter la pénibilité du travail***, Auchan adapte le matériel du personnel, limite le travail de nuit et s'assure qu'aucun salarié ne travaille en ***zone de froid négatif***. Des meubles adaptés sont installés si nécessaire pour répondre à cet engagement.

En 2013, un accord visant à prévenir la pénibilité et à préserver la santé des collaborateurs a été signé. Il engage notamment l'entreprise à l'achat de matériels ergonomiques (voir à leur conception le cas échéant) et à la mise en place de formations afin de favoriser une meilleure posture au poste du travail.

De nombreux ***entrepôts*** ont mis en place des ***échauffements au travail*** pour limiter les accidents du travail lors de l'heure qui suit la prise de poste. Cette démarche a été dupliquée sur certains hypermarchés, notamment en région Ile-de-France.

Pour lutter contre les troubles musculo-squelettiques, ***44 moniteurs PRAP[11] et 2935 acteurs*** ont été formés parmi les collaborateurs après respectivement 10 et 2 jours de formation. A fin août 2014, l'entreprise comptait 3 formateurs de moniteurs (3 semaines de formation), 166 moniteurs et 4723 acteurs PRAP, avec pour objectif de parvenir à 2 formateurs sur chaque site.

Par ailleurs, 5 entrepôts logistiques bénéficient d'un ***label Sécurité*** (contre 1 en 2013). La finalité de ce label externe est de garantir un espace de travail sûr de manière à atteindre l'objectif 0 Accident de Travail. Pour être labellisé, un site doit suivre un guide de 62 items à respecter. Ces items concernent les pratiques et installations en entrepôt, dans les bureaux, en extérieur ainsi que des actions managériales à mener. Pour se réclamer du Label Sécurité, un site doit obligatoirement obtenir un taux de conformité minimum de 95% et avoir connu 150 jours consécutifs sans accident du travail. Les sites logistiques gérés sont audités et notés par un prestataire extérieur. L'obtention du Label n'est pas une finalité en soi mais est surtout le gage d'un haut degré d'exigence.



Le ***taux d'absentéisme maladie*** est en baisse (-5 ,76%). Les heures d'absentéisme maladie représentent 4,34% des heures théoriques travaillées.

Le ***nombre d'accidents de travail***, le ***taux de gravité*** et le ***taux de fréquence*** sont quant à eux en hausse de respectivement 7,14%, 4,28% et 5,79%.

Pour le nombre d'accidents et le taux de fréquence, cette hausse peut être imputée à des modifications méthodologiques. Les CDD, qui n'étaient pas pris en compte dans le rapport de gestion 2013 pour le calcul de l'indicateur, ont un taux de sinistralité légèrement supérieur aux CDI[12]. En 2015, pour mieux sensibiliser les nouveaux collaborateurs, la formation qui leur est destinée a été intégralement revue afin de porter les messages de prévention sur les causes majeurs d'accidents du travail. Elle comprendra un petit guide permettant à tous de se familiariser avec les risques et les gestes de prévention et prévoira un accompagnement par un tuteur. La formation sera lancée courant janvier.

En 2013[13], les principales causes d'accidents du travail étaient les accidents de circulation, de stockage et de manutention avec plus de la moitié des accidents. Les objets, masses, particules et mouvements accidentels ont représenté 6,2% des accidents, ceux occasionnés par les machines 4,7 % et les chutes avec dénivellation 3,9%.

ORGANISATION DU TRAVAIL		
		Evolution
Nombre d'accidents de travail avec arrêt	**5 163**	↗

[11] Prévention des risques liés à l'activité physique.
[12] LES CDD représentent 9,6% des effectifs mais 12,88% des accidents du travail (extraction réalisée le 7 janvier 2014)
[13] Données du bilan social 2013.

Taux de fréquence des accidents de travail	**64,8**	↗
Taux de gravité des accidents de travail [14]	**1,81**	↗
Maladies professionnelles (en 2013)	**314**	↘
Taux d'absentéisme maladie	**4,3%**	↘

ASSURER LE RESPECT DES NORMES DE L'OIT

Conformément à la réglementation et aux normes de l'Organisation internationale du Travail (OIT), Auchan France :

- s'engage à lutter contre toutes les discriminations en matière d'emploi et de profession (cf. p. 11 et suivantes)
- s'engage à respecter la liberté d'association et du droit de négociation collective (cf. p. 10)
- s'engage à lutter contre toute forme de travail forcé ou obligatoire.

Par ailleurs, Auchan France n'emploie des mineurs (enfant de plus de 16 ans et de moins de 18 ans) que dans le cadre de contrat de professionnalisation ou d'apprentissage, ou bien de « jobs d'été » sous réserve d'accord de l'inspection du travail.

En ce qui concerne les audits sociaux des sous-traitants, cf. page 32 et suivantes.

[14] Une erreur dans le mode de calcul avait amené une surévaluation du taux de gravité en 2013. L'augmentation du taux de gravité est de 4,28% à méthodologie constante mais est en très forte baisse par rapport en 2013 sans recalcul des données (-25,5%). Pour rappel, le taux de gravité communiqué en 2013 était de 2,44.

CLIENTS

RENDRE ACCESSIBLES DES PRODUITS BONS POUR LA SANTE

Proposer une offre accessible à tous

Tout au long de l'année, Auchan propose :

- une offre alimentaire accessible et de qualité : avec 1 900 produits Pouce ***premiers prix***, 21 références de fruits et légumes premiers prix ou encore le rayon self-discount qui regroupe des produits économiques, vendus en partie en vrac. A ceci s'ajoute une offre de produits de qualité à moins de 1 euro en fruits et légumes, viande et surgelés ;

- pour ses clients souffrant d'intolérance au gluten, une gamme de produits ***« Mieux vivre sans gluten »*** ;

- une offre de produits issus de l'agriculture biologique accessibles au plus grand nombre **:** 5165 références de ***produits bio*** dont 50 à moins de 1 euro tout au long de l'année et 434 références de produits à marque Auchan. Ces derniers sont en moyenne 30 % moins cher que les marques nationales.

Afin de faciliter l'autonomie des personnes non et malvoyantes, sa politique d'***étiquetage en braille*** des produits à marque est unique en Europe et probablement dans le monde. Plus de 2 200 produits Auchan sont à ce jour étiquetés, soit plus de 40 % des produits à marque Auchan alimentaires.

OFFRE DE PRODUITS MDD ETIQUETES EN BRAILLE		
		Evolution
Produits MDD étiquetés en braille	**2 200**	➡
Produits MDD bio	**434**	↘

Proposer des produits toujours plus sains

Pour sensibiliser les ingénieurs produits et packaging à la bonne alimentation, Auchan Production Alimentaire a travaillé depuis 2005 sur les recettes des produits à marque propre, visant à en améliorer les qualités nutritionnelles :

- Depuis 2005, la modification des recettes a permis de ***réduire le taux en sucre, en sel ou en gras*** des produits à marque. A volume comparable sur les produits concernés, c'est une économie de 90 tonnes de sel, 800 tonnes de sucre et 810 tonnes de graisse qui a été réalisée ;

- Depuis 2012, une démarche destinée à réduire au maximum l'utilisation d'***additifs*** (colorants, conservateurs, exhausteurs de goût…) dans la composition des produits a été lancée. Les recettes d'au moins 45 produits ont été ainsi reformulées, tout en évitant que la suppression d'un ingrédient n'en modifie la texture ou la stabilité. Pour y parvenir, il peut être nécessaire de précuire certains ingrédients, d'ajouter du jus de citron ou encore de choisir un emballage mieux adapté. Le packaging des produits concernés a ensuite été, dans la plupart des cas, modifié pour permettre aux clients de les identifier plus facilement ;

- L'enseigne travaille également sur la suppression des ***graisses hydrogénées ou partiellement hydrogénées*** dans la totalité de ses gammes, en les remplaçant par d'autres matières grasses. En effet, ce type de graisses

contient des acides gras trans, générés industriellement, dont la consommation excessive est peu recommandée. Ce sont ainsi 25 recettes qui ont été reformulées (une recette pouvant être utilisée dans plusieurs plats).

En 2014, la mise en place de la nouvelle réglementation Inco (information des consommateurs sur la liste des ingrédients) pour tous les produits alimentaires a nécessité la refonte des 45000 packagings de produits à marque propre et a limité le temps des équipes d'Auchan Production sur la reformulation des produits. Par ailleurs, la sollicitation des équipes sur divers chantiers structurants n'a pas permis d'avancer sur ces problématiques. Le service s'est en effet réorganisé autour du projet « Réinventons Auchan Prod » dont l'objectif est d'être proactif dans la proposition de produits, plus rapide dans leur création et d'assurer un meilleur service à ses mandants.

Sensibiliser tous les publics à la bonne alimentation

Si les interrogations, voire les inquiétudes, des Français en matière d'alimentation sont importantes, leurs niveaux de connaissance sur le sujet sont paradoxalement assez faibles. C'est pourquoi proposer un accompagnement et des conseils est important pour aider les clients qui le souhaitent à adopter une ***alimentation plus équilibrée***.

Un ***Comité de pilotage*** sur la bonne alimentation a été constitué mi 2012 pour mobiliser les collaborateurs. Composé de 10 membres de l'encadrement en Centrale d'achats et de deux directeurs de magasins, il a recruté plus de 200 « ambassadeurs » répartis sur les magasins et en service d'appuis. Le comité travaille à :

- former tous les collaborateurs aux principes de base d'une bonne alimentation en 2014 (entre janvier et fin septembre 2014, 1200 collaborateurs ont été formés par les ambassadeurs) ;
- organiser des actions de sensibilisation auprès de ses clients;
- formaliser les engagements de l'enseigne sur ce sujet.

En septembre 2014, une animation destinée aux enfants de 4 à 10 ans a été organisée dans tous les magasins avec le Club Rik et Rok. Pour les sensibiliser aux bases de la bonne alimentation, un livret de 16 pages a été conçu et envoyé aux 166 000 adhérents du club. Il intègre les règles essentielles pour bien se nourrir ainsi que des quizz et jeux.

Une opération sur tract « Semaine équilibrée » a été proposée au national mettant en valeur les clés d'une bonne alimentation. Chaque produit au catalogue était accompagné de la couleur de son groupe d'aliments pour sensibiliser les consommateurs et les inciter à varier leurs habitudes alimentaires.

Auchan agit sur ses ***marges*** afin de rendre accessible une bonne alimentation, particulièrement sur les fruits et légumes : ce sont ainsi 1 300 tonnes de fruits et légumes supplémentaires qui ont été écoulées sur les dix premiers mois de l'année 2014 par rapport à la même période l'an dernier.

PROPOSER DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

S'engager à proposer des produits plus « verts »

L'objectif de l'entreprise est de guider les consommateurs en les aidant à prendre en compte les aspects environnementaux et sociétaux dans leurs comportements d'achat. La politique de l'enseigne consiste à mieux les informer et à leur offrir des réponses pratiques, économiques et écologiques qui leur permettent de :

- réduire l'***impact de leur consommations sur l'environnement***, en proposant des produits moins consommateurs d'énergie et/ou de ressources naturelles et en limitant le gaspillage alimentaire ;

- trouver des ***solutions alternatives*** aux modes de consommation classiques (produits écolabellisés, biologiques…) tout en complétant l'offre de marques nationales avec des produits à marque Auchan (gammes

Mieux Vivre Environnement, Mieux Vivre Bio et Équitable) à des prix accessibles, en alimentaire, entretien de la maison, jardin, etc. ;

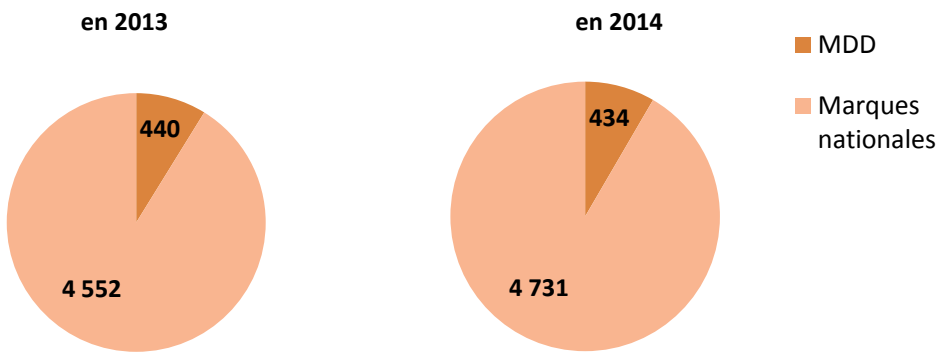
- mieux recycler leurs produits usagés (cf. p. 27) grâce à des ***systèmes de collecte agréés*** situés à l'entrée de ses magasins.

Pour promouvoir de manière différente les produits bio, Auchan propose désormais un panier de 3kg de légumes de saison, issus de l'agriculture biologique. Initiative lancée par la Scofel[15] de Bordeaux en 2013, cette offre est désormais disponible dans les drives d'Auchan, Chronodrive, sur Auchan Direct ainsi que dans certains hypermarchés.

Les équipes boucherie et poissonnerie ont mis à jour en 2014 les ***« Classeurs Verts »*** développés en 2012 sur le modèle de celui lancé par les équipes fruits et légumes. Ces outils de travail permettent de mettre à plat l'ensemble des problématiques de développement durable liées au marché en prenant en compte le cycle de vie total des produits, de la production à la commercialisation en passant par le transport, ainsi que les contraintes et besoins de toutes les parties prenantes (producteurs, transformateurs, magasins et consommateurs).

OFFRE DE PRODUITS BIO (MDD ET MARQUES NATIONALES)		
		Evolution
Nombre de références bio	**5 165**	↗

Références de produits bio (marques propres et nationales)



Réduire les consommations de matières premières

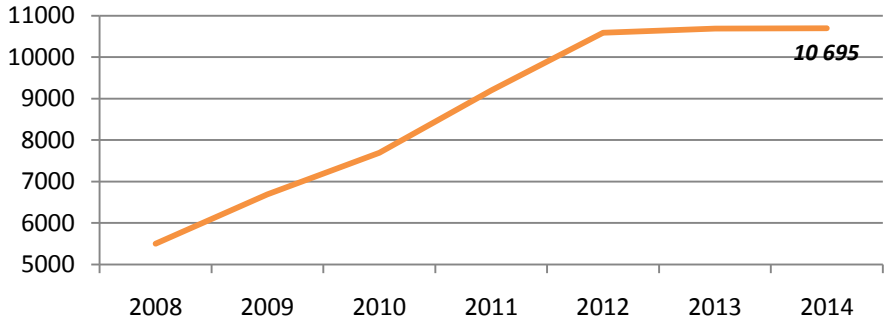
Dans le cadre de partenariats avec ses fournisseurs, l'entreprise travaille pour ***réduire l'utilisation de matières premières vierges sur ses conditionnements***. Ce travail passe par la réduction du poids de l'emballage à proprement parler ou par l'introduction de matières recyclées dans les produits. En 2014, les économies d'emballages se sont limitées à 5,4 tonnes de matières vierges (plus de 10 000 tonnes au cumul depuis 2004), les principales pistes de progrès ayant été repérées et travaillées.

La démarche est toutefois encore peu appliquée lors du développement des nouveaux produits et est réalisée quasi-exclusivement par la modification de produits existants. Exception notable : l'éco-conception de l'emballage des salades à emporter a permis de réduire de 75% le plastique utilisé par rapport à un packaging classique.

[15] Société pour la commercialisation de fruits et légumes.

Pour aller plus loin dans l'éco-conception des produits, sans s'en tenir exclusivement à la conception des emballages, l'enseigne a établi en 2013 une cartographie des différents impacts environnementaux (formules, recettes, process et emballages) de ses gammes de produits. En plus de cette analyse générale, 30 éco-profils de produits ont été effectués. Grâce à ces cartographies, les bénéfices environnementaux d'une reformulation des produits peuvent être évalués.

Economies cumulées de matières premières vierges sur les MDD, en tonnes depuis 2008



Le déploiement du pictogramme FSC (Forest Stewardship Council) sur toutes les briques alimentaires Auchan a été mis en place en 2014.

Depuis plusieurs années dans le cadre d'un partenariat externe, Auchan remplace les caisses en cartons à usage unique utilisées pour les fruits et légumes par des ***caisses vertes en plastique réutilisables***. Equipées d'une puce RFID, ce nouveau contenant permet une traçabilité plus simple du produit. Avec 250 000 lectures efficaces par semaine soit environ 14 millions par an, Auchan est l'une des toutes premières enseignes à intégrer cette technologie à cette échelle, ce partenariat restant à ce jour le plus grand projet mondial de suivi à l'unité de matériels par RFID. Cette démarche innovante mise en place avec un partenaire externe a été récompensée en 2014 par un Grès d'Or, décerné par la FEEF.

Solution permettant de réduire les emballages inutiles et de lutter contre le gaspillage alimentaire, l'offre vrac des magasins est progressivement étendue avec le concept : « D'ici et d'ailleurs ». Ce nouveau rayon offre aux clients la possibilité d'acheter sur-mesure des produits de haute qualité à travers une sélection variée de 400 références de produits d'épicerie fine et frais, porteurs de labels: fruits secs et fruits coques, épices et herbes, thés, cafés, produits de base pâtissière (poudre d'amande, sucres aromatisés…), olives, céréales, confiseries…

MATIERES VIERGES ECONOMISEES		
		Evolution
Tonnes économisées en 2014	**5,4**	↘

Proposer des produits ne nuisant pas à la biodiversité

Auchan est particulièrement attentif à la préservation de la biodiversité et s'engage lorsque cela nécessaire sur les sujets liés aux produits vendus en magasins.

A ce titre, sur le ***rayon poissonnerie***, l'entreprise a été la première enseigne en France à arrêter la commercialisation du thon rouge en 2007 en raison des risques d'épuisement des stocks (l'espèce pourrait être de nouveau commercialisée si les stocks sont jugés comme étant suffisants). Elle a également retiré des rayons toutes les espèces menacées de requins en 2009 ainsi que celle de l'anguille en 2011. Par ailleurs, Auchan propose certaines espèces d'une taille supérieure à la réglementation européenne afin d'atteindre le seuil nécessaire à leur reproduction et s'interdit de commercialiser certaines espèces (bar sauvage notamment) pendant leur période de reproduction. A chaque fois, ces

engagements, parfois coûteux sur le plan économique, ont été pris parce qu'ils répondaient à une problématique importante faisant l'objet d'un consensus au sein de la communauté scientifique.

Soucieux de la préservation du milieu naturel et respectueux de ses partenaires, Auchan a décidé fin 2013 de suspendre la commercialisation de toutes les espèces qui nécessitent un ***chalutage de très grand fond*** (et en particulier le sabre noir, la lingue bleue, et le grenadier). Cette décision va dans le sens des orientations de la pêcherie française qui, à terme, envisage l'abandon progressif de la capture de ces 3 espèces.

Par ailleurs, la totalité des ***filets de cabillaud*** vendus en rayon surgelé en libre-service sont certifiés MSC, un écolabel attestant que l'entreprise qui a prélevé le poisson s'inscrit dans un principe de durabilité et de respect de l'environnement. La totalité des approvisionnements en filets de cabillaud a en effet été confiée à la Compagnie des pêches de Saint-Malo, une PME française attentive au respect de l'environnement marin, des ressources et des hommes.

Afin de ***sensibiliser le consommateur à la pêche durable***, le rayon poissonnerie propose un livre de 40 recettes de poisson. L'objectif de ce livre, au-delà de donner des idées de recettes, est d'inciter les clients à choisir des produits de la mer à faible impact sur l'environnement.

Lorsque cela est possible, l'***huile de palme*** est supprimée de la composition des produits à marque Auchan. L'objectif est d'améliorer la qualité des produits et la traçabilité de la chaîne d'approvisionnement. Depuis 2005, l'enseigne a ainsi reformulé les recettes de plus 280 produits (gammes Baby, Rik et Rok pour les enfants de 6 à 10 ans, viennoiseries, sandwichs, biscuits apéritifs…), permettant d'économiser l'équivalent de 1 542 tonnes d'huile de palme. Parallèlement, pour 44 produits pour lesquels il est très difficile de se passer d'huile de palme, Auchan impose à ses fournisseurs d'utiliser dans la composition de leurs produits une huile de palme qui :

- est en conformité avec les lois et réglementations ;
- protège les forêts à haute valeur de conservation ;
- assure le consentement libre informé et préalable (CLIP) des populations locales ;
- protège toutes les tourbières ;
- protège des forêts à forte concentration en carbone.

Depuis 2011, Auchan a formalisé sa ***politique forêt***. Ce plan d'actions précis et concret s'appuie sur l'expertise d'une ONG dans la gestion responsable des forêts : The Forest Trust (TFT). Sa mission est d'accompagner l'enseigne dans la mise en œuvre de sa politique, en analysant les chaînes d'approvisionnement des produits ayant un impact sur la forêt. À la suite de cette analyse, TFT et Auchan construisent conjointement un plan d'actions pour améliorer la traçabilité et la durabilité. Après avoir bien avancé sur le bois – 100 % du mobilier de jardin certifié FSC (Forest Stewardship Council) ou TFT – Auchan a poursuivi cette démarche sur le papier et le charbon de bois à sa marque. Ce dernier provient par exemple à 100 % de forêts françaises gérées durablement.

FAVORISER LES GESTES ECO-CITOYENS

Lutter contre le gaspillage alimentaire

En France, un aliment sur trois finit à la poubelle. Même si la part de la grande distribution dans ce gaspillage est bien plus faible que celle des producteurs ou des consommateurs, il s'agit d'un enjeu majeur de développement durable. En 2013, Auchan a ainsi signé le pacte national contre le ***gaspillage alimentaire*** en collaboration avec le ministère de l'agriculture.

Par ailleurs, l'enseigne a généralisé la pratique du BOGOFL (buy one, get on free later) dans ses magasins **:** pour un produit acheté dans le cadre de ces promotions, le même produit est gratuit la semaine suivante. Le but est d'optimiser

les achats pour le client et d'éviter le gaspillage à la maison sur les produits à date de péremption courte. Chaque mois depuis mars 2013, la dernière page de couverture des tracts propose une ***offre de produits en BOGOFL***.

Par ailleurs, pour limiter le gaspillage alimentaire :

- les magasins suivent et analysent quotidiennement leur taux de casse ;
- les magasins proposent des produits en vrac, permettant à chacun de choisir une quantité correspondant à ses vrais besoins ;
- les magasins utilisent le stickage des produits à DLC proche ;
- Auchan Production travaille sur l'adaptation des portions ;
- l'enseigne assure des formations en interne ;
- pratique au quotidien le don alimentaire (cf. page 47).

La file approvisionnement-logistique travaille à une révision des clauses contractuelles pour réduire la casse chez ses fournisseurs (cf. page 35).

Promouvoir les économies d'énergie chez les particuliers

Suite aux engagements pris au niveau européen sur une diminution de la consommation d'énergie à l'horizon 2020, la France a mis en place une nouvelle politique énergétique à travers la loi POPE. Issu de cette loi, le dispositif CEE (Certificats d'Economies d'Energie) oblige les vendeurs d'énergie, rejoints depuis janvier 2011 par les sociétés distributrices de carburant, à promouvoir activement l'efficacité énergétique auprès de leurs clients.

Directement concerné par ce dispositif, Petrovex, filiale du Groupe Auchan, a créé la Prime Eco Energie Auchan, un programme de sensibilisation et d'incitation des particuliers à la réalisation d'économies d'énergies. Il repose sur une démarche globale de conseil et d'aide financière aux consommateurs.

Les clients peuvent ainsi recevoir jusqu'à 2000 € sur leur carte de fidélité Waaoh! pour les travaux d'éco-rénovation réalisés dans leur logement. Pour cela, il leur suffit de s'inscrire sur le site http://www.prime-eco-energie.auchan.fr, puis de contacter l'artisan de leur choix pour la réalisation des travaux et enfin d'envoyer les pièces justificatives dans les 3 mois suivant la fin des travaux. Ils peuvent ensuite dépenser leur prime dans tous les magasins Auchan.

Depuis le lancement du programme en décembre 2010, plus de 40 000 clients ont ainsi bénéficié du conseil et des aides financières pour un montant global de plus de 17 millions d'euros.

Ce programme est devenu en 2014 le premier et le seul programme de ce type en France à recevoir la certification Qualicert.

Fruit d'une démarche volontaire, la certification QUALICERT est attribuée pour 3 ans suite à un audit externe. Les services sont évalués chaque année par l'organisme certificateur afin de vérifier le respect au quotidien des engagements pris. Cette certification répond à 18 critères de qualité de services. Pour répondre au mieux aux besoins de ses clients, Auchan s'engage notamment sur :

- la qualité d'accueil des conseillers et de l'information délivrée ;
- la compétence des gestionnaires sur le traitement des dossiers ;
- l'évolution constante du site Prime Eco Energie Auchan selon les changements de réglementation ;
- l'information à chaque étape d'avancement d'un dossier et la rapidité de son traitement ;
- l'engagement dans le Développement Durable ;
- l'écoute des clients et l'attention à leur satisfaction.

Pour les consommateurs, cette certification démontre la volonté de Petrovex et d'Auchan de proposer un service de qualité en phase avec leurs attentes. Pour l'entreprise, cette démarche permet de mettre en avant le professionnalisme et le sens du service de ses collaborateurs.

Assurer la reprise en magasin de matériels usagés et faciliter le recyclage

Via des ***« meubles environnement »***, les clients peuvent déposer des ampoules, piles, cartouches d'encre, petits équipements électriques, etc. dans tous les magasins. Ces meubles ont été mis au point dans le cadre du partenariat d'Auchan avec Écosystèmes, organisme à but non lucratif agréé par les pouvoirs publics. Sur la période de reporting, Auchan a ainsi collecté 332 tonnes de piles, 3292 tonnes de D3E[16], 50 tonnes de lampes et tubes et 40,9 tonnes de cartouches d'encre.

Auchan a lancé une offre commerciale permanente pour favoriser ***la reprise des cartouches d'encre***, ce qui constitue une première en France pour le secteur de la grande distribution alimentaire. 7050 kg de cartouches ont ainsi été récupérées.

Depuis 2014, tous les nouveaux packagings des produits à marque incluent des ***consignes de tri*** pour faciliter le tri et le recyclage des déchets produits par les clients.

FOCUS : LE MAGASIN DU MANS REPREND LES TELES D'OCCASION

Le magasin d'Auchan Le Mans rachète après diagnostic tous les téléviseurs d'occasion en état de marche selon un barème fixé. En échange, le client reçoit un bon d'achat crédité sur sa carte de fidélité. Les télévisions sont ensuite vendues avec une garantie de trois mois. Une première qui devrait être étendue à d'autres magasins Auchan dès 2015.

Mobiliser tous les publics autour du respect de l'environnement

Pour sensibiliser les clients et le jeune public, les magasins lancent de nombreuses initiatives locales dans les galeries marchandes ou à l'extérieur.

De nombreux magasins organisent des « salons DD » sur une ou plusieurs journées animés en partenariat avec des associations locales. Certains magasins nouent également des partenariats avec des écoles (primaires ou collège) autour du monde des déchets. A travers la visite des pôles déchets en magasin, les enfants sont sensibilisés à l'importance du tri.

Avec l'opération « Loire propre » et « Paillon propre », l'enseigne souhaite sensibiliser un large public grâce à des évènements fédérateurs et mobilisateurs. Pour la troisième année consécutive, le magasin de Nice a organisé le nettoyage des rives du Paillon. Cet évènement a rassemblé 390 personnes de 8 à 73 ans dont 248 élèves de 8 à 14 ans et a permis de ramasser 2,5 tonnes de déchets, dont 480 kg de bouteilles en verre. Cette mobilisation a été complétée par divers ateliers de sensibilisation au tri, au respect de la nature, à sa connaissance ainsi qu'aux gestes de premier secours ont également été mis en place.

GARANTIR DES PRODUITS SAINS

Garantir la sécurité des produits vendus

L'entreprise a réalisé en 2014 près de 1500 audits basés sur le référentiel d'inspection IFS Food auprès de ses fournisseurs. 25 000 prélèvements sur des produits vendus ont également été analysés. Chaque fournisseur de produits alimentaires doit obtenir un ***visa qualité*** et signer un contrat de sécurité alimentaire.

Auchan France garantit le respect de la chaîne du froid et assure des relevés quotidiens de températures sur tous les magasins. Pour s'assurer qu'aucun produit n'est proposé aux clients avec une date limite de consommation (DLC)

[16] Déchets d'équipements électriques et électroniques.

dépassée, ceux-ci sont retirés 1 jour, 1 semaine ou 1 mois (selon leur durée de vie) avant leur DLC ce qui laisse aux clients le temps de les consommer.

30 000 ***analyses bactériologiques*** ont été réalisées en 2014 sur les produits fabriqués en magasins. Depuis 2011, 100% des magasins à enseigne Auchan sont contrôlés chaque trimestre. Ces contrôles sont réalisés selon le référentiel d'inspection IFS Food Store. Les inspections peuvent durer jusqu'à deux jours selon la taille des magasins et ont lieu de manière inopinée. Elles sont assurées par des laboratoires indépendants (accrédités comme organismes d'inspection : ISO 17020) qui vérifient dans chaque rayon le respect de la réglementation, de la sécurité alimentaire et de la démarche qualité de l'enseigne.

Les résultats des analyses microbiologiques insatisfaisantes ont été divisés par 5 en 3 ans, à seulement 0,5 %. Par ailleurs, 70 magasins ont enregistré 100% d'analyses satisfaisantes, soit deux de plus qu'en 2013. Ce résultat a notamment été obtenu grâce à l'installation de ***distributeurs automatiques sur les plonges des magasins***. Ce système permet par ailleurs de réduire les risques pour les collaborateurs, qui ne sont désormais plus en contact avec des produits non dilués.

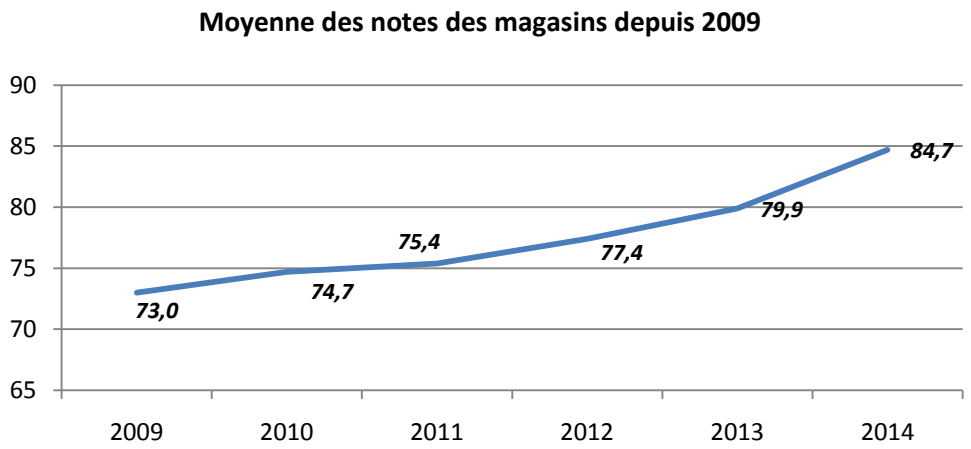
Engager tous les magasins pour garantir une qualité optimale des produits

Les résultats des inspections sont complétés par des critères d'évaluation propres à Auchan France tels que la politique fraîcheur, la qualité des productions dans les ateliers, le niveau de maîtrise de la maintenance des installations ou encore le niveau de formation des équipes.

L'ensemble de ces démarches qualité aboutit à la création d'un tableau de bord général, actualisé tous les trimestres. Les magasins y reçoivent une note exprimée sur 100. Ce système de notation permet à Auchan d'évaluer sa ***politique qualité*** et de créer une véritable émulation entre magasins. Le magasin arrivé en tête de ce tableau ainsi que les magasins les mieux classés sur chaque région reçoivent des ***Trophées Qualités***. En 2014, l'hypermarché de Chasseneuil a obtenu le Trophée Qualité national avec un résultat de 96,75. Les magasins ayant obtenus les Trophées Qualités sont :

- le magasin de Viry Noureuil pour la région nord ;
- le magasin de Luxeuil pour la région Est ;
- le magasin de Roissy pour la région Ile de France ;
- le magasin de Châteauroux pour la région Ouest ;
- le magasin de Cavaillon pour la région Sud.

Entre 2009 et 2014, à méthodologie constante, la note moyenne des magasins a progressé de plus de 10 points, passant de 73,0 à 84,7.



PARTENAIRES

SOUTENIR DURABLEMENT LE MONDE AGRICOLE

Nouer des partenariats de confiance avec le monde agricole

L'enseigne s'est engagée depuis 2011 auprès de l'***Observatoire des prix et des marges*** à partager les informations concernant ses tarifs. Selon cet organisme, les marges nettes des enseignes de la grande distribution (dont Auchan France) ne dépassent pas en moyenne 2 % en alimentaire. Ses derniers travaux semblent d'ailleurs montrer que les marges réalisées par la grande distribution sont en baisse régulière depuis 2011.

Depuis 2012, l'enseigne signe chaque année l'***Accord sur la modération des marges sur les fruits et légumes***. Il consiste à soutenir la production en cas de l'effondrement des cours d'un produit, notamment en n'appliquant pas une marge supérieure à celle habituellement pratiquée sur le produit concerné pendant cette période.

L'année 2014 a été marquée par une sous-consommation des produits estivaux suite à une météo particulièrement fraiche pour la saison. Pour permettre aux producteurs de vendre leur marchandise sans trop diminuer les prix, Auchan a réalisé plusieurs opérations commerciales afin de mettre en valeur les différentes productions françaises.

Pour mieux rapprocher producteurs agricoles et consommateurs, la Scofel[17] Est a organisé en septembre une journée de dialogue entre les managers commerce des hypermarchés de la région et l'ensemble des producteurs qui y sont référencés. A l'issue de cette réunion d'échange, il a été convenu que des ***« journées produit »*** seront désormais régulièrement organisées. Elles doivent permettre à chacun de mieux connaitre la réalité des différents métiers et d'échanger sur les problématiques et contraintes quotidiennes grâce à des visites des sites de production et des hypermarchés.

Favoriser la production française et locale

Le parti pris est d'augmenter l'offre de ***produits alimentaires français*** en se fournissant prioritairement auprès de producteurs français quand les disponibilités de matières sont suffisantes et lorsqu'un équilibre qualité/prix satisfaisant pour le consommateur est possible.

Hors bananes et agrumes, les fruits et légumes sont à plus de 65% d'***origine française*** (dont par exemple 100% des pommes de terre). L'enseigne propose aussi plus de 90 % de produits français sur la viande et sur le bœuf, le porc frais, les volailles, le canard, le lapin ; 100 % sur les œufs ; 90 % sur les huîtres, coquillages et crustacés vivants.

Auchan favorise l'information des clients sur les produits alimentaires « made in France » par un ***système d'affichage en magasin***: logo « pavillon France » sur la poissonnerie, logo viande de porc française et viande de bœuf française, logo origine France garantie, etc…

Le travail sur la réduction de la chaine d'approvisionnement en fruits et légumes s'est poursuivi afin de favoriser la ***production locale***, réduire le temps entre la récolte et l'arrivée en rayons, limiter la casse et les coûts liés au transport, et au final faire bénéficier au consommateur de produits plus frais et d'économies.

La part de la production locale varie en fonction des zones de production. L'enseigne assure par exemple 70 % de son approvisionnement en salade chez des producteurs locaux et plus de 50 % de ses achats en pommes de terre régionales.

[17] Société de commercialisation des fruits et légumes

Aujourd'hui, environ 36,5% des fruits et légumes sont produits localement contre 36 l'an dernier. Cette hausse d'un demi-point correspond à environ 2000 tonnes supplémentaires.

Les fruits et légumes qui arrivent ***directement en magasin*** représentent 4,5% environ des fruits et légumes vendus, soit environ 18 000 tonnes, en progression de 12% en seulement un an.

Afin de valoriser la qualité du travail réalisé par les ***producteurs locaux*** qui fournissent les hypermarchés, un balisage spécial est mis en place dans les rayons. Les magasins répondent ainsi à une demande des consommateurs, attirés par les produits du terroir, tout en contribuant au rayonnement économique de leur zone d'implantation et à la notoriété du producteur. Cette démarche est régulièrement complétée par des opérations commerciales visant à valoriser les produits locaux.

CREER DE NOUVEAUX PARTENARIATS ET DEVELOPPER LA PROXIMITE AVEC LES PME

Etablir des relations de confiance avec nos PME partenaires

Les petites et moyennes entreprises permettent de proposer une large gamme de produits de qualité et à chaque magasin de développer son propre projet commercial grâce à une offre complémentaire locale. Nouer avec elles des partenariats durables est donc un objectif prioritaire d'Auchan qui, pour y parvenir, s'engage dans la simplification de ses procédures, la mise en place de solutions innovantes et la co-construction.

Selon les chiffres de l'institut Nielsen pour la Fédération des entreprises et entrepreneurs de France (FEEF), Auchan est l'enseigne de la grande distribution dont la part du chiffre d'affaires des produits PME est la plus importante. En 2014, cette part atteint 18,5% du chiffre d'affaires, dont 5,5% pour les TPE (moins de 2 millions d'euros de chiffre d'affaires).

Pour simplifier la relation au quotidien avec les PME, l'entreprise :

- reçoit toutes les questions, remarques, réactions ou réclamations via une adresse e-mail unique (pme@auchan.fr) afin d'apporter des solutions rapides (sous 8 jours) et personnalisées ;

- anime un canal unique d'informations, « la voie des PME », qui facilite les échanges entre les entreprises et les interlocuteurs magasin ;

- simplifie, avec la Direction qualité, les audits avant référencement pour les entreprises membres d'organismes de valorisation des produits régionaux avec qui Auchan possède des relations durables. Sont notamment concernés les organismes : "Bonjour l'Auvergne" "Saveurs Périgord", "Produit en Bretagne" "Produit en Poitou Charentes" ;

- fait connaitre et anime au quotidien la Charte Auchan. Ce document, réalisé à destination des acheteurs, présente les engagements de l'enseigne envers ses fournisseurs : honnêteté, ponctualité, respect de la parole donnée, etc….

L'entreprise propose des solutions innovantes pour répondre aux besoins spécifiques de ces partenaires :

- La ***plateforme ASAP***, lancée en 2013, permet aux entreprises de suivre en temps réel les factures bonnes à payer et aux PME de bénéficier de paiements anticipés. Cette facilité de paiement, assurée via des banques partenaires, est proposée à des taux compétitifs. Les paiements restent, grâce à cette solution, une dette commerciale et lui assurent une nouvelle source de trésorerie sans impacter les lignes de financement de l'entreprise ;

- Dans chaque pays d'implantation de Groupe Auchan, un travail systématique est effectué pour détecter les catégories où un besoin de produits français existe. Des visites pays sont ensuite organisées avec des entreprises sélectionnées permettant ainsi de faciliter les rencontres entre PME et acheteurs Auchan

Auchan favorise la co-construction et simplifie ses processus de référencement de produits régionaux :

- En juin, 120 entreprises adhérentes à la FEEF ont été accueillies à la centrale d'Auchan France, pour participer au 1er salon national des PME. Ce rassemblement a permis aux collaborateurs des services centraux et des magasins de l'enseigne de rencontrer directement avec les PME qui leur ont présenté leurs meilleurs produits fabriqués en France. Pendant la journée les participants ont voté pour les 30 produits les plus innovants qui ont été directement référencés et mis en vente dans une des cinq grandes régions des hypermarchés Auchan pour une période de six mois.

- Auchan a continué à organiser des ***forums régionaux*** avec les PME en 2014 afin de développer le référencement de produits du terroir. Durant ces événements, les entreprises peuvent présenter sur des stands mis gratuitement à leur disposition leurs nouveaux produits aux responsables des magasins de la région (directeurs, chefs de secteur, chefs de rayon). Avec, à la clé, de nouveaux référencements possibles. Le salon « Saveur en or » dans la région Nord et un salon à Toulouse ont ainsi chacun réunis une centaine de fournisseurs.

- L'enseigne a participé à tous les ***ateliers de la FEEF et du club Agro Développement*** qui la concernent pour échanger sur des problématiques communes avec les entreprises membres. Elle a notamment travaillé avec la FEEF sur les questions liées à l'approvisionnement-logistique, l'export, etc.

- L'an dernier, un portail collaboratif avait été développé par la direction approvisionnement – logistique dans le cadre d'un partenariat avec l'***Aria Poitou-Charentes***. Ce projet, qui avait été récompensé par un Grès d'Or de la FEEF, permet aux magasins de répondre au plus près aux besoins de leurs habitants, de favoriser les producteurs locaux et de mettre en place des circuits de distribution courts. Les magasins effectuent leurs commandes directement via un portail pour l'ensemble des produits locaux. La livraison est mutualisée pour tous les producteurs impliqués dans la demande et est assurée par un prestataire unique. Sur le même modèle, un partenariat original avec Saveur en Or a été développé.

- Le 12 juin, Auchan la Seyne a organisé son 1er salon "Rencontres Fournisseurs locaux" avec une trentaine de petites et très petites entreprises locales invitées pour échanger avec l'ensemble des commerciaux du magasin.

Co-construire de nouveaux produits

Auchan France s'engage depuis quelques années dans la ***construction collaborative*** de produits avec, à la clé, un certain nombre de succès commerciaux. Ces initiatives regroupent des collaborateurs de magasins avec des PME locales afin de créer des produits originaux, mis en vente dans les magasins Auchan.

La plupart des co-créations des magasins sont des boissons (« vin des 7 talents » ; bière du Nord conçue avec la brasserie Castelain, etc.). Exception notable, les équipes du magasin de Roncq ont développé un soin pour la douche baptisé « Pluie de douceur ».

Auchan Production participe également à la co-construction des produits avec les clients, notamment grâce à des jeux-concours. Ces quelques références co-construites sont ensuite proposées à la vente dans l'ensemble des hypermarchés.

Tisser des liens durables avec les transporteurs

Auchan mène une politique de partenariat avec plus de 50 transporteurs réguliers, tous français, définie en 2001 par une ***charte transport.*** Celle-ci vise à améliorer les conditions d'accueil des chauffeurs, à réduire leur temps d'attente, à développer les échanges d'informations, la formation, à assurer la sécurité des biens et des personnes sur les lieux de livraison.

La Charte transport est fondée sur trois axes : la sécurité des personnes, l'intégration des nouveaux moyens de communication et une politique de développement durable. Pour vérifier l'avancée de la politique transports d'Auchan, des audits sont réalisés tous les ans et une enquête de satisfaction auprès des transporteurs est menée tous les 3 ans. Par ailleurs, des enquêtes régulières auprès des hypermarchés permettent de suivre la satisfaction des magasins.

Un comité de suivi de la Charte permet de vérifier la mise en œuvre des politiques, de traiter les difficultés et d'échanger sur le développement durable avec des partenaires extérieurs. Dans ce cadre, Michelin est venu présenter en 2014 ses solutions écologiques qui permettent de réduire les émissions de CO2 : le rechapage (jusqu'à 115 tonnes eq. CO_2 évitées) et le recreusage des pneus (jusqu'à 805 tonnes eq. CO_2 évitées).

VEILLER A L'ETHIQUE DES AFFAIRES

Veiller aux conditions sociales de fabrication des produits vendus

Dès 1997, Auchan s'est doté d'un ***code d'étique commerciale*** (cf. page 35) que tous les fournisseurs du groupe s'engagent à respecter. En parallèle, leurs sites de productions sont évalués sur les aspects techniques et sociaux, au moins tous les 3 ans.

Pour permettre un progrès global des conditions sociales et de sécurité dans les usines, Auchan participe également depuis 15 ans aux travaux de ***l'Initiative clause sociale*** (ICS), de l'ICTI et aux travaux du Global Social Compliance Programme.

- ***Adhésion d'Auchan au Global Social Compliance Programme (GSCP)*** **:**L'adhésion d'Auchan depuis 2009 au GSCP et son implication dans les travaux menés au sein de ce programme permettent de faire avancer le respect des droits sociaux au niveau international.

- ***Membre fondateur de l'Initiative Clause Sociale (ICS)*** : Cette plateforme d'échanges sous l'égide de la FCD permet aux enseignes adhérentes de travailler sur la base d'une méthodologie d'audit et d'un référentiel commun d'audits sociaux. L'échange de bonnes pratiques et le partage d'informations constituent un atout majeur de l'initiative. De plus, l'accompagnement des fournisseurs peut être mené conjointement, entre les 20 membres.

- ***Reconnaissance de l'international Council of Toy Industries (ICTI)*** : Pour accompagner cette démarche de progrès globale, Auchan reconnait la certification sociale de l'ICTI Care process. Cette initiative vise à garantir le traitement équitable de la main-d'œuvre et des conditions de travail sûres via un Code de pratiques commerciales.

Auchan forme l'ensemble de ses ingénieurs qualité aux méthodologies d'audits pour mener des ***évaluations techniques et sociales des sites de fabrication***. Disposer d'équipes formées localement représente un avantage majeur pour la mise en place des plans d'actions correctives relevées lors de ces audits.

AUDITS SOCIAUX REALISES PAR GROUPE AUCHAN		*Evolution*
Nombre d'audits ICS réalisés par Groupe Auchan	175	↗
Nombre d'audits en partage avec les autres enseignes	183	↗

En 2013, Groupe Auchan avait réalisé 158 audits ICS. Le nombre d'audit en partage était de 108.

En juillet 2013, afin de renforcer la démarche de contrôle mise en place par Auchan depuis de nombreuses années, la Direction Offre Achats Produits Internationale (DOAPI) s'engageait de manière volontaire, sur un plan de lutte contre la sous-traitance opaque, décliné en 8 axes. Le dernier de ces engagements porte sur la communication régulière de l'état d'avancement du plan. L'audit interne groupe a été missionné afin de s'assurer de son bon suivi. Un premier déplacement a été réalisé à Dacca en février 2014, suivi d'une communication à la presse en date du 3 avril 2014. Conformément à l'engagement pris, une nouvelle mission de contrôle s'est tenue du 1er au 12 décembre 2014.

Les principales conclusions de ce dernier rapport d'audit ainsi que les résultats des visites inopinées des contrôleurs de productions sont présentés, en toute transparence, dans la synthèse ci-après :

1. Renforcer la formalisation des engagements

- **Constat :** Le nouveau code éthique et social qui présente les fondamentaux de l'achat responsable a vu le jour en mars 2014, sous forme d'un livret : « Charte éthique DOAPI », séquencé en 2 parties : le code d'éthique commercial fournisseur et le code de conduite collaborateur, remis contre signature à tous les collaborateurs.

- **Recommandations de l'audit:**
  - Ces documents signés ne font pas, à ce jour, l'objet d'un suivi dans les dossiers du personnel.
  - Ajouter à la fiche de poste des Directeurs et Chefs de Groupe, leur responsabilité de véhiculer et de faire vivre la charte éthique.

➢ **Engagements 2015 :**
  - Conformément aux recommandations de l'audit groupe, les documents seront désormais archivés dans le dossier de chaque collaborateur.
  - La responsabilité de l'information et de l'animation de la charte éthique reviendra aux Directeurs et Chefs de Groupe.

2. Rendre plus efficaces les contrôles

- **Constat :** En Chine, les contrôles aléatoires de traçabilité par les équipes locales sont opérationnels depuis fin février 2014. Ces équipes sont renforcées par un prestataire extérieur depuis août 2014.
  - En fin d'année 2014, 135 contrôles inopinés ont été réalisés dans 123 des 301 usines concernées par des productions pour Auchan.
  - Nombre de cas de sous-traitance opaque avéré : 0.

  En Inde : Ces contrôles aléatoires sont opérationnels depuis juin 2014 et effectués par les équipes locales.
  - En fin d'année 2014, 54 contrôles inopinés ont été réalisés dans 52 des 61 usines concernées par des productions Auchan.
  - Nombre de cas de sous-traitance avéré : 1. Le fournisseur a été déréférencé.

- **Recommandations de l'audit:**
  - Ecrire de façon transverse ce qui doit être défini comme un écart significatif par rapport aux attendus et réaliser des statistiques sur les écarts constatés.
  - En début de visite, partager la feuille d'inspection avec le fournisseur, puis la compléter en toute transparence vis-à-vis de ce même fournisseur.

- **Point de vigilance :** Les fournisseurs déclarent des périodes de production trop larges. Cela conduit à des inspections inopinées inefficaces car intervenant avant ou après production.

➢ **Engagements 2015 :**
  - La démarche sera systématiquement explicitée en début de visite et les résultats seront présentés aux fournisseurs lors d'une réunion de clôture propre à chaque exercice de contrôle.
  - Une animation spécifique sera menée auprès des fournisseurs pour qu'ils s'engagent sur des périodes de production strictement définies et réellement appliquées.

3. Renforcer les sanctions prévues

- **Constat :** En juin 2013, Les nouvelles sanctions applicables aux fournisseurs ayant recours à une sous-traitance non déclarée ont été communiquées par courriel aux fournisseurs du Bangladesh. Ces sanctions stipulent « l'annulation de la commande en cours et l'arrêt immédiat du courant d'affaires avec Auchan, ce qui inclut les commandes engagées produites ou non et non inspectées à la date du constat ». Le 28 janvier 2014, ces

informations ont à nouveau été communiquées aux fournisseurs des bureaux du Bangladesh, d'Inde et de Chine.

- **Recommandation de l'audit :** écrire une procédure détaillée type « Gestion de crise » afin de gérer les cas de sous-traitance opaque avérés.

- **Point de vigilance :** Les modalités de reprise éventuelle de collaboration ne sont pas définies à ce jour.

➢ **Engagement 2015 :** La procédure détaillée recommandée et les modalités de reprise éventuelles de collaboration avec un fournisseur déréférencé seront définies et formalisées.

4. <u>Intensifier et généraliser la formation</u>

- **Constat :** Une formation sur l'achat responsable (Droits de l'homme, Ethique, Qualité et Environnement) a été écrite. Le module de formation a été testé les 10 et 11 septembre 2014. Un nouveau test sera réalisé les 10 et 11 février 2015.

- **Recommandation de l'audit :** intégrer les informations des merchandisers sur la décomposition des coûts par type de famille, produit, à la formation.

- **Point de vigilance :** Communiquer et expliquer aux équipes des bureaux, les politiques RSE de Groupe Auchan.

➢ **Engagements 2015 :**
  - Le développement des formations en vigueur intégrera des cas concrets sur la décomposition des coûts des produits.
  - En réponse au point de vigilance relevé, le chef de Groupe RSE se rendra dans l'ensemble des bureaux pour une information pédagogique sur les politiques RSE de Groupe Auchan. Un référentiel des engagements formalisé et détaillé sera remis aux collaborateurs des bureaux de sourcing.

5. <u>Fluidifier le système en développant un portail internet</u>

- **Constat :** Un portail internet « Traceability » a été créé dès décembre 2013. L'ensemble des fournisseurs référencés y déclarent leurs différents sites de production. Le fournisseur a ensuite l'obligation, au plus tard 24 heures avant le début de la production, de relier chaque commande à une usine. L'outil ne permet toujours pas aux fournisseurs de déclarer les dates de début et de fin de production.

- **Recommandation de l'audit :** Il est urgent de développer cette fonctionnalité et d'exiger des fournisseurs une plus grande fiabilité de l'information par mise à jour régulière de ces dates.

➢ **Engagement 2015 :** Le cahier des charges relatif à cette fonctionnalité est en cours d'élaboration par la Direction informatique. Sa mise en œuvre sera effective à compter du second semestre 2015.

6. <u>Développer une politique de partenariat avec des fournisseurs stratégiques</u>

- **Constat :** l'objectif pour 2017 est de développer le partenariat avec les fournisseurs et de ne travailler qu'avec 100 fournisseurs stratégiques couvrant 80 % du chiffre d'affaires textile.
  - Une véritable stratégie fournisseurs a été mise en place afin d'atteindre cet objectif.
  - Cette politique est expliquée par les bureaux d'achat aux fournisseurs stratégiques : en outre, des réunions plénières se sont tenues en :
    - Chine, à Shanghai le 05 décembre 2014
    - Inde, à Tirupur le 08 décembre 2014, à Delhi le 11 décembre 2014.
    - Bangladesh en février 2014.

- **Recommandation de l'audit :** Lors des réunions de sensibilisation fournisseurs organisées dans les Bureaux, faire signer une feuille de présence.

- **Point de vigilance :** Certains fournisseurs sont en situation de dépendance économique forte par rapport à Auchan.

- **Engagement 2015 :** La recommandation portant sur la signature de la feuille de présence par les fournisseurs lors des réunions de sensibilisation sera effective en 2015.

Quant au point de vigilance exprimé, c'est une réalité marginale qui est problématique pour les deux parties. En effet, pour le fournisseur, la dépendance induit un risque en cas de cessation des commandes. Pour Auchan, l'arrêt d'une relation commerciale avec un tel fournisseur induit, dans la législation de ces pays, une responsabilité financière, via dédommagement, venant compenser la perte d'activité.

- **Engagement 2015 :** D'ici à la fin de l'année 2015, l'ensemble des fournisseurs en situation de dépendance économique vis-à-vis de la DOAPI seront identifiés. Un dialogue sera ensuite instauré avec ces fournisseurs afin de les accompagner vers un plan d'autonomisation visant à l'instauration de relations commerciales avec de nouveaux clients.

7. Mettre sous contrôle

- **Constat :** Ce Rapport de synthèse, élaboré par l'audit interne groupe, permet de faire un deuxième bilan des actions menées notamment en Chine et en Inde qui ont fait l'objet d'un déplacement spécifique des équipes d'audit et de confirmer que les 8 actions communiquées sont en cours et bien avancées.

- **Engagement 2015 :** Un suivi sera effectué en 2015 afin de s'assurer que les résultats sont au rendez-vous.

8. Communiquer régulièrement sur l'état d'avancement de cette politique

- **Constat :** La direction de la communication, en charge du développement durable à la responsabilité de communiquer l'état d'avancement du plan d'action sur le site groupe-auchan.com ainsi que dans le volet RSE du rapport de gestion. En 2014, cet engagement a été tenu.

- **Engagement 2015 :** d'ici à la fin de l'année, un nouvel audit de la politique permettra d'actualiser l'état des lieux ici présenté. Il sera communiqué en toute transparence dans le Volet RSE 2015 du rapport de gestion de Groupe Auchan.

Améliorer nos clauses contractuelles pour promouvoir le développement durable

Le code d'éthique commercial de Groupe Auchan est inclus à tous les contrats commerciaux et est signé par les deux parties. Il impose aux fournisseurs de respecter les grands principes issus de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, de la déclaration relative aux principes et droits fondamentaux de l'OIT de 1988 et des principes directeurs de l'OCDE. En 2014, le code d'éthique commerciale, dont la première édition datait de 1997, a été révisé.

Pour permettre de lutter contre le gaspillage alimentaire, une modification des clauses fournisseurs est actuellement en test dans le cadre du Club Déméter. Ces révisions partent du constat que la rotation des produits en magasin est aujourd'hui bien plus rapide qu'il y a plusieurs années. Une réduction du contrat date (ou Délai Garanti Client) peut permettre de réduire le risque de casse chez le fournisseur qui dispose ainsi de plus de temps pour livrer ses marchandises. Cette modification n'impacte au final ni le commerce ni le client qui dispose du même temps pour utiliser le produit.

Lutter contre la corruption

Signataire du Global Compact, Groupe Auchan a poursuivi en 2014 son travail sur la lutte contre la corruption. Après la révision du code d'éthique commerciale en février 2014, un groupe de travail piloté par les équipes RSE et juridique intégrant un représentant par pays, de l'audit et de la DRH, s'est donné un programme sur deux ans :

- Pour 2014 : finaliser le benchmark sur les dispositifs existants au sein du groupe, écrire la charte éthique de Groupe Auchan, dessiner une gouvernance reposant sur des comités éthiques pays, où l'ensemble des activités sont représentées (hypermarchés, supermarchés, Immochan, Banque Accord).
- En 2015 : finaliser la formation à l'éthique des dirigeants et collaborateurs les plus exposés ainsi que les processus de remontées des anomalies.

FOCUS : ACCORD DE COOPERATION A L'ACHAT ENTRE SYSTEME U ET AUCHAN

Système U, union coopérative de commerçants indépendants, et Groupe Auchan, respectivement 6èmes et 5èmes distributeurs français, ont décidé de conclure un accord de coopération à l'achat en septembre 2014.

Cet accord de coopération porte sur la négociation à l'achat des marques internationales et nationales à l'exception des Produits Frais traditionnels issus des filières agricoles. Fruits, légumes, fromages à la coupe, boulangerie, pâtisserie, viande et poisson sont donc exclus de cette coopération. Les marques propres qui représentent 25% du chiffre d'affaire enseignes ne sont pas incluses dans cette coopération à l'achat.

Proche depuis toujours des PME, au cœur de leurs stratégies de différenciation, chaque enseigne a conclu des accords avec la FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) ainsi que des engagements et des partenariats vis-à-vis des PME qu'elles veillent à développer dans le cadre de cette coopération.

ENVIRONNEMENT

SE MOBILISER AU QUOTIDIEN POUR LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Sensibiliser et former les collaborateurs à la protection de l'environnement

L'entreprise a la conviction que la pérennité de ses politiques développement durable passe par l'engagement de chacun des collaborateurs. C'est pourquoi tous les hypermarchés intégrés sont dotés d'un ***comité développement durable*** depuis début 2011. Animé la plupart du temps par le directeur de magasin, un comité DD est composé en général d'une dizaine de volontaires issus de métiers variés, et se réunit en moyenne une fois tous les deux mois. Parmi les sujets les plus fréquemment abordés : les consommations énergétiques, la gestion des déchets et les actions de sensibilisation des clients.

Poursuivant l'initiative mise en place en 2009, chaque mois, une nouvelle ***«actualité DD »*** de l'enseigne est mise en valeur via une affiche en interne et en externe via des communiqués de presse. L'objectif est de mettre en avant les initiatives les plus remarquables et de valoriser les équipes qui ont travaillé sur ces projets.

En plus de ces actions de sensibilisation, 6 ***modules de formation*** existent depuis 2005, notamment sur les économies d'énergie, le tri des déchets ou encore l'éco-conduite. A septembre 2014 ce sont plus de 32000 sessions de formation qui ont été dispensées depuis 2006. Pour les nouveaux arrivants en centrale d'achats, une sensibilisation est proposée sur les axes RSE d'Auchan France : l'offre Discount responsable, la politique d'achat responsable, les leviers écologiques essentiels (les énergies, les déchets, l'éco conception, l'économie circulaire, le gaspillage alimentaire..) et les engagements d'Auchan envers la société.

Certains magasins déclinent la démarche en local en évoquant systématiquement le développement durable lors des réunions d'équipes hebdomadaires et en intégrant un module de formation au développement durable dans le programme de la semaine d'intégration des nouveaux collaborateurs.

Mobiliser les magasins autour du développement durable

Pour accompagner les sites et formaliser leurs démarches de progrès, la Direction environnement d'Auchan France a créé en 2008 la « ***Qualification Environnement*** ». Référentiel interne plus adapté aux réalités de la grande distribution que la norme ISO 14001, elle permettait aux sites d'identifier leurs pistes de progrès prioritaires et d'auto-contrôler le respect de la réglementation. Pour tenir compte de l'évolution de la réglementation et de la disponibilité réduite des responsables techniques, la qualification Environnement est en cours de révision et n'a pas été suivie en 2013 et 2014.

Afin d'améliorer la ***performance environnementale des entrepôts***, le premier comité DD logistique a été créé en 2013. Basé sur le même principe que les comités DD magasins, il a pour but de mobiliser les collaborateurs sur les questions environnementales et sociétales. Une des spécificités de ce comité est qu'il n'est composé que d'employés. Depuis 2014, un correspondant DD est également présent sur chaque site pour relayer les bonnes pratiques et sensibiliser l'ensemble des collaborateurs de la file appro-log.

Pour sa 7e édition, le ***Concours développement durable*** d'Auchan a recueilli 49 dossiers de candidature. Son objectif est d'encourager, de partager et de récompenser les plus belles initiatives dans le domaine de l'environnement et de la solidarité. Les magasins et services d'appui pouvaient présenter leurs réalisations dans 5 catégories : solidarité, bonne alimentation, lutte contre le gaspillage alimentaire, biodiversité et empreinte écologique, et comité développement durable le plus actif.

Début juillet, le jury, composé de personnalités externes et de collaborateurs de l'entreprise, a récompensé 6 projets :

- Dans la catégorie Bonne Alimentation : la formation aux règles de base d'une bonne alimentation, conçue par la Centrale d'achats et les équipes transverses à destination de tous les collaborateurs ;

- Dans la catégorie Biodiversité et empreinte écologique : "Le Paillon propre" d'Auchan Nice, qui a organisé le nettoyage des bords d'une rivière par les salariés du magasin, les habitants et les partenaires ;

- Dans la catégorie Lutte contre le gaspillage alimentaire : Le « don des produits » d'Auchan Mers les bains, qui a optimisé sa gestion des fins de promotions non vendues en don alimentaire ;

- Dans la catégorie Solidarité : Le projet "TAPAJ" d'Auchan Mériadeck, avec la possibilité pour les jeunes en errance de l'association CEID de reprendre contact avec le monde de l'entreprise avec des contrats de travail à la journée ;

- Dans la catégorie Comité DD le plus actif : le comité d'Auchan Angoulême, avec ses initiatives environnementales et solidaires remarquables et une performance unique en France de 93 % de taux de tri de déchets ;

- Un prix spécial a été attribué au comité logistique de l'entrepôt de Meyzieu pour l'ensemble de ses actions.

Mieux préserver la biodiversité sur les magasins

Auchan s'implique dans la ***préservation des abeilles*** en incitant les comités développement durable des magasins à installer des ruches (sur leur toit, sur le terrain du centre commercial, etc.…). Les magasins Auchan s'engagent auprès d'apiculteurs locaux, par le parrainage des ruches destinées à favoriser la création de nouvelles colonies. En effet, dans un environnement urbain ou sur les centres commerciaux, les abeilles seraient moins exposées aux pesticides et produiraient davantage de miel qu'en milieu rural. Pour permettre à un maximum de ses magasins de soutenir cet engagement, l'enseigne met à leur disposition une méthodologie complète (choix des partenaires, contrats, assurance…) résumant toutes les étapes nécessaires à l'implantation de nouvelles ruches. Devenus parrains, les magasins ont ensuite tout le loisir de promouvoir la démarche auprès des clients, collaborateurs, association, école, habitants de leurs quartiers…

A fin 2014 ce sont plus de 55 magasins (soit 10 de plus qu'en 2013), Services Centraux et Siège qui ont installé, en moyenne, 3 ruches. Les pots de miel produits sont soit distribués aux institutions locales, soit vendus au profit d'associations. De nombreux sites sensibilisent les enfants sur ce thème de la biodiversité et du rôle essentiel des abeilles.

BIODIVERSITE SUR LES MAGASINS		
		Evolution
Nombre de sites ayant installés des ruches	**50**	↗

CONSTRUIRE ET EXPLOITER DURABLE

Réduire les consommations énergétiques

Depuis plus de 10 ans, Auchan mène une démarche systématique de réduction de sa ***consommation énergétique*** en se donnant des objectifs nationaux annuels. Un système de télérelevage des compteurs de gaz et d'électricité relié à un serveur central a été mis progressivement en place pour assurer le suivi des objectifs au niveau national et pour chaque hypermarché.

En 2014, 3 magasins ont été équipés de systèmes de ***Gestion Technique des Bâtiments*** (GTB). Ce système de gestion centralisé vise à maîtriser et à optimiser l'ensemble des consommations (froid, éclairage…) et à moduler leur utilisation,

notamment en fonction de la température extérieure. Il permet de réduire en moyenne de 20 % les consommations électriques. A fin 2014, 50 magasins en sont équipés, avec un objectif de 70 fin 2015.

Pour réduire les consommations électriques dues à l'éclairage, des ***éclairages LED*** sont progressivement mis en place. Le magasin de Caluire a ainsi été entièrement équipé avec cette technologie, ce qui a permis de baisser les consommations d'électricité dues à l'éclairage de 56%. Caluire est le premier hyper français, toutes enseignes confondues, avec un éclairage full LED.

Le **projet ENERGIE 2020**, lancé en 2014, fait partie des projets stratégiques de l'entreprise. Son ambition est de réduire la consommation énergétique de 25% d'ici à 2020.

Pour mettre en commun les expertises de l'entreprise, un Département Energie a été créé le 1er septembre 2014. Il est divisé en plusieurs cellules qui possèdent chacune des leviers d'action différents :

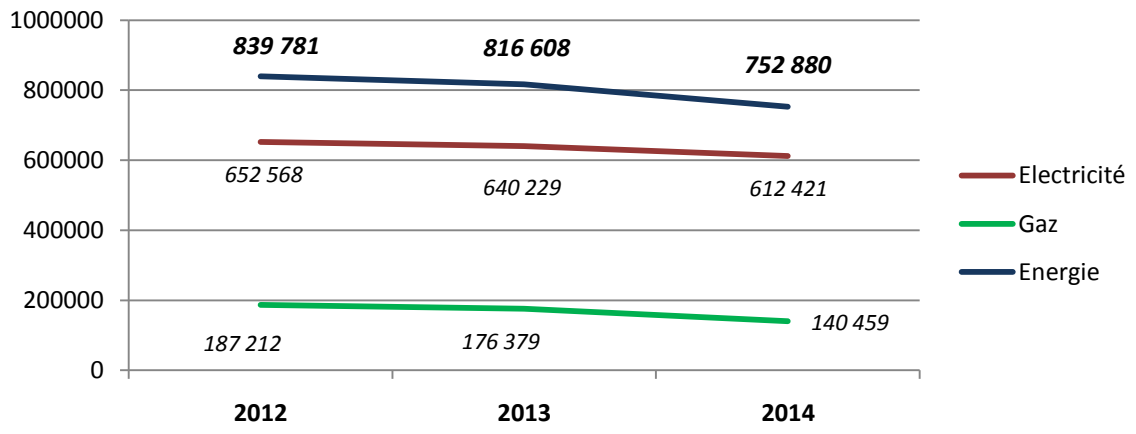
- un plateau Energie doit accompagner, conseiller et alerter les magasins sur les surconsommations décelées ainsi que sur l'adéquation des contrats énergétiques aux besoins.

- une cellule Audit/Expertise apporte conseils et alertes auprès des magasins tant au niveau technologique qu'au niveau pilotage et management énergétique. Chaque site audité devra écrire un schéma d'ambition énergétique (objectifs à court, moyen et long termes).

- une cellule R&D doit sourcer, tester et valider les nouvelles solutions permettant une baisse des consommations tout en maintenant, voire en améliorant le confort des clients et collaborateurs.

- une cellule Travaux/Matériel définit et met en œuvre les investissements nécessaires à la réussite des objectifs (établissement des cahiers des charges, du management « énergétique » des bureaux d'études et entreprises dès la phase étude jusqu'à la réception des travaux). Cette cellule travaille en lien avec la DAI[18] pour massifier nos investissements et pour référencer des matériels et équipements énergétiquement très performants.

Consommations totales d'énergie des magasins et Drive accolés, en MWh

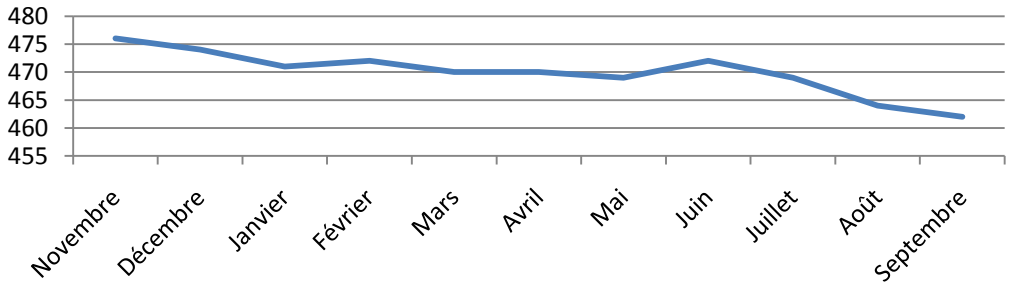


Depuis 10 ans, les consommations d'électricité par m² d'aire de vente ont diminué de plus d'un quart. Les consommations totales ont également baissé sur cette période, et ce malgré l'ouverture de nouveaux magasins.

Durant la période de reporting, une météo clémente (hiver relativement doux et été frais) explique une part de la baisse des consommations électriques sur l'année, l'autre part venant des efforts d'optimisation.

[18] Direction des achats indirects.

Evolution du ratio des consommations d'électricité (hors superficie des Drive) sur la période de reporting



CONSOMMATIONS ENERGETIQUES DES MAGASINS		*Evolution*
Consommations totales d'électricité, en GWh	612,4	↘
Consommations électriques, en kWh par m² de surface (hors surface Drive)	462,4	↘
Consommations électriques, en kWh par m² de surface (dont surface Drive) [19]	418,0	
Consommations totales d'énergie, en GWh	752,9	↘
Consommations d'énergie, en kWh par m² de surface (hors surface Drive) [20]	568,4	↘
Consommations d'énergie, en kWh par m² de surface (dont surface Drive) [21]	503,3	
Nombre de magasins équipés de GTB	50	↗

Réduire l'impact du bâti

Groupe Auchan, et sa filiale immobilière Immochan, cherchent à réduire l'impact du bâti en construisant lorsque cela est possible sur plusieurs niveaux, afin de limiter l'emprise au sol des bâtiments. Immochan a pour objectif d'obtenir la certification BREEAM[22] (méthode internationale permettant d'évaluer et de certifier la performance environnementale d'un bâtiment) pour tous ses nouveaux projets majeurs de centres commerciaux.

Investir pour demain

L'entreprise assure une politique d'investissement pour se mettre en conformité avec la réglementation et prévenir les risques environnementaux et de pollution. Avec le contexte économique difficile que connait actuellement l'entreprise, aucun ***investissement majeur*** n'a été réalisé en 2014.

[19] Pour prendre en compte les modifications du protocole de reporting de Groupe Auchan entre 2013 et 2014, la surface des Drive et leurs consommations sont désormais prises en compte dans le calcul des ratios.
[20] Les ratios liés aux consommations d'énergie couvrent 82,7% du périmètre, exprimé en m² de surface. Pour plus de détails, cf. Méthodologie.
[21] Cf note de bas de page 18.
[22] Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology.

Les ***investissements courants*** ciblent prioritairement les ateliers en magasin, les centrales à froid et les stations service. Auchan s'assure que tous les sites sont gérés dans le respect des règles ICPE[23] et sous contrôle des DREAL[24] qui exercent leur autorité en bonne intelligence avec le RETM[25] du site et le CETR[26].

A travers Miroir du Soleil, société détenue à 34 % par Auchan France et 66 % par la société Helexia, elle-même présidée par Dominique Forgues, Directeur Technique Auchan France, la Direction Technique Auchan France contribue au développement d'activités liées aux ***énergies renouvelables***. Toutefois, celles-ci ne représentent encore qu'une part négligeable des consommations énergétiques de l'entreprise (moins de 0,5% de l'électricité consommée). Les projets de nouvelles installations ont été gelés en 2014.

Trier et valoriser les déchets

Au niveau national, la direction technique diffuse et anime mensuellement un tableau de bord sensibilisant les sites sur les taux de tri et de valorisation des déchets. Les données sont publiées chaque mois sur différents médias internes (intranet Planet et site collaboratif Eureka). Le suivi des coûts et recettes générés par la filière déchets du magasin permet de toucher différents acteurs et de faire prendre conscience des enjeux financiers qui y sont liés.

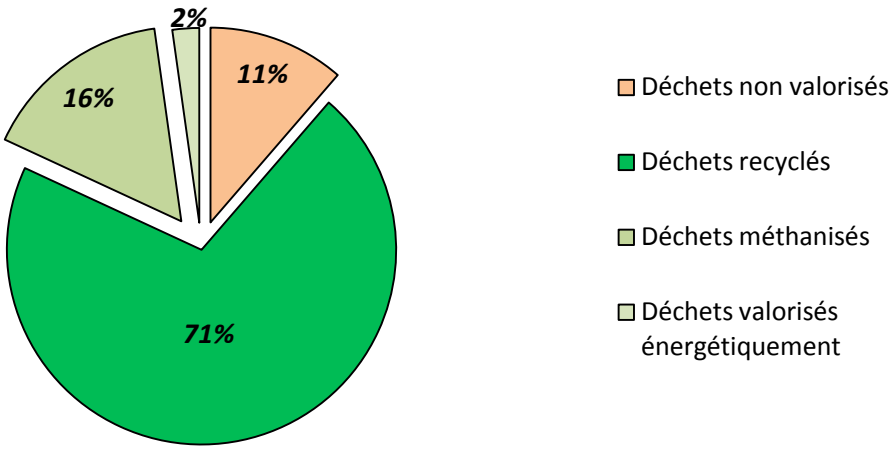
Au sein de chaque Direction opérationnelle, un CETR est également en charge de l'animation de la file.

Pour améliorer l'outil informatique utilisé par les magasins, un logiciel développé par un prestataire externe est en cours de test sur trois magasins.

La production totale de déchets des magasins avoisine les 175 000 tonnes. Le taux de valorisation des déchets atteint cette année 85,4% contre 94% l'an dernier. Cette différence s'explique par un sérieux renforcé du suivi et quelques modifications méthodologiques, ce qui rend les comparaisons d'une année sur l'autre difficiles. Par contre, le taux de tri est de plus de 75,6% contre 73,4 en 2013. Les déchets dangereux, dont la traçabilité s'avère particulièrement complexe, représentent 2,6 % du volume des déchets.

Les principaux modes de valorisation des déchets sont le recyclage matière, la méthanisation (en forte augmentation depuis trois ans) et la valorisation énergétique (en forte baisse).

Devenir des déchets produits par les magasins



En 2013, Auchan France avait généré environ un solde positif (recettes - coûts) proche des 2M€ contre seulement environ 1 M€ cette année. Cette baisse s'explique essentiellement par une chute du cours des prix du carton qui

[23] Installations classées pour la protection de l'environnement.
[24] Directions régionales de l'environnement, de l'aménagement et du logement.
[25] Responsable d'exploitation technique magasin.
[26] Coordinateur d'exploitation technique régional.

représente la majorité des recettes de la file déchets. Il faut toutefois noter que les coûts sont de nouveau en baisse, ce qui montre la qualité du travail mené par les magasins pour trier et valoriser les déchets produits.

DECHETS PRODUITS ET VALORISES PAR LES MAGASINS		
		Evolution
Tonnage total, des déchets produits en milliers de tonnes	**175,1**	→
Dont déchets dangereux (en milliers de tonnes)	**4,6**	→
Taux de tri moyen	**75,6%**[27]	↗
Taux de valorisation moyen	**85,4%**	↘

Limiter la pollution sonore

Enjeu relativement marginal pour l'entreprise dont les magasins sont rarement implantés en zone résidentielle, la pollution sonore fait l'objet d'un suivi régulier via des tests conformément aux dispositions réglementaires. La dernière non-conformité relevée sur le sujet remonte à 2011 sur le magasin de Mériadeck situé en centre ville. Des travaux ont été lancés sur cet hypermarché permettant de réduire en-dessous des seuils légaux le niveau des nuisances sonores du magasin.

Pour répondre aux problèmes spécifiques de deux hypermarchés se trouvant dans une zone densément peuplée (Soisy et Issy les Moulineaux), Auchan utilise des camions spécifiques permettant de réduire au maximum le niveau sonore (répondant à la norme PIEK).

Les camions fonctionnant au GNL qui devraient être déployés à partir de 2015 permettent de réduire de moitié le bruit produit par rapport à un camion classique.

Réduire ses consommations d'eau

Un télérelevage des ***consommations d'eau*** est mis progressivement en place depuis 2010 dans les magasins, leur permettant de mieux maîtriser les consommations et de détecter plus rapidement d'éventuelles fuites. Toutefois, ce système n'est pas encore centralisé au niveau national. Pour palier ce manque, un nouveau programme d'installation de télérelève est en cours de développement avec un prestataire externe. Il s'étend aujourd'hui à une vingtaine de magasins.

Le nombre de m3 consommés rapportés aux surfaces de vente est en baisse régulière depuis plusieurs années mais le suivi en interne de cet enjeu est encore limité.

CONSOMMATIONS D'EAU DES HYPERMARCHES		
		Evolution
En m3 par m² d'aire de vente[28]	**1,1**	↘

[27] Les ratios « taux de tri moyen » et « taux de valorisation moyen » sont calculés sur 82,7% du périmètre, exprimé en m² de surface de vente. Pour plus de détails, cf. Méthodologie.
[28] Le ratio « m3 par m² d'aire de vente » est calculé sur 77,6% du périmètre, exprimé en m² de surface de vente. Pour plus de détails, cf. Méthodologie.

Mesurer l'empreinte carbone des magasins

Dès 2009, Auchan France s'est engagé à réaliser plusieurs Bilans Carbone® (méthode Ademe). Ceux-ci ont servi à l'entreprise à prendre conscience tant de ses niveaux d'émissions de GES (Gaz à Effet de Serre) que des difficultés à se procurer les données nécessaires à l'établissement de bilans GES.

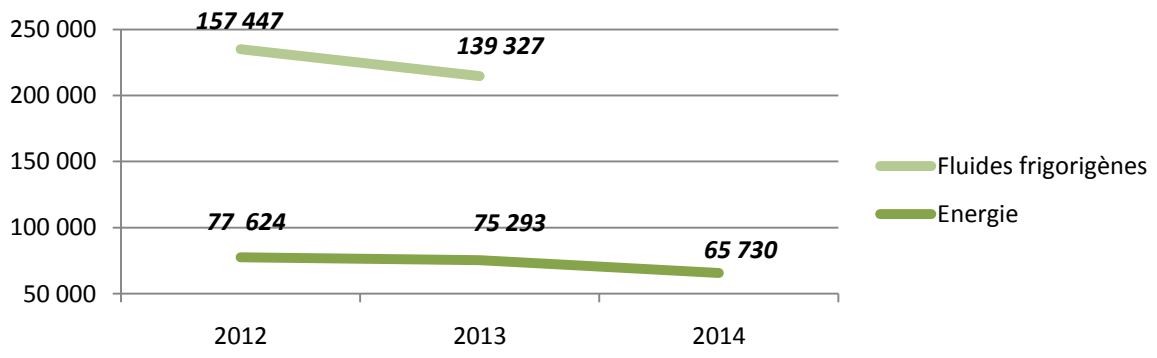
La réalisation et l'étude de ces premiers Bilans Carbone® a permis à l'entreprise d'anticiper l'obligation réglementaire créée par l'article 75 de la loi n°2010-788 du 12 Juillet 2010.

Auchan France a réalisé son premier ***Bilan des Emissions des Gaz à Effet de Serre*** (dit BEGES) en décembre 2012. Celui-ci a été envoyé à la préfecture du Nord (lieu du siège d'Auchan France) puis publié sur le site institutionnel « groupe-auchan.com » en février 2013 conformément à l'obligation de l'article 75. Il est à noter que ce sont les données 2011 qui ont servies à l'élaboration de ce premier BEGES. Le périmètre retenu a été celui des établissements compris dans le SIREN Auchan France mentionné soit : 119 hypermarchés intégrés (détenus financièrement par Auchan France) Siège social (centrale d'Achats), 13 entrepôts détenus en propre, 11 plateformes SAV. Le BEGES sera réactualisé fin 2015.

En l'absence de remontées d'informations suffisamment exhaustives concernant l'approvisionnement-logistique et le déplacement de ses clients, Auchan France ne peut publier régulièrement ses émissions de GES sur un scope 1 et 2[29] et publie uniquement les émissions de GES de ses magasins liées aux consommations électriques pour 2014.

EMISSIONS INDIRECTES DE GES LIEES AUX CONSOMMATIONS ELECTRIQUES DES HYPERMARCHES		
		Evolution
en milliers de tonnes eq. CO_2	37 358	↘
en kg eq. CO_2 par m² d'aire de vente	35,5	↘

Emissions de CO_2 des magasins liés aux fuites de fluides frigorigènes et aux consommations d'énergie*



** Du fait de remontées tardives par ses prestataires, Auchan France n'est pas en mesure en 2014 de publier des données sur une année glissante. Les informations sont donc publiées sur l'année civile 2013, conformément au protocole de reporting de Groupe Auchan.*

[29] Le scope 1 correspond à la Somme des émissions directes induites par la combustion d'énergies fossiles (pétrole, gaz, charbon, tourbe..) de ressources possédées ou contrôlées par l'entreprise. Le scope 2 correspond à la somme des émissions indirectes induites par l'achat ou la production d'électricité.

Réduire les émissions de GES liées aux fuites de fluides frigorigènes

Les fuites de fluides frigorigènes constituent la première source d'émissions de GES d'Auchan France (environ la moitié des émissions en eq. CO_2).

Depuis 2008, lors de chaque remodeling, les fluides frigorigènes qui contribuent fortement au réchauffement climatique sont systématiquement, soit remplacés par des fluides homologués (R134 par exemple) moins émetteurs de GES, soit confinés (réduction forte de la quantité) en assurant la distribution du froid par un fluide frigoporteur neutre ou un fluide CO_2. Auchan réalise systématiquement les installations au CO_2 pour toute production en froid négatif et privilégie ces mêmes installations au CO_2 transcritique pour la production de froid positif.

A septembre 2014, 16 magasins était équipés de DNI (Détecteurs de Fuites Intelligents), pour identifier plus rapidement les fuites de fluides.

EMISSIONS TOTALES DE GES LIEES AUX FUITES DE FLUIDES FRIGORIGENES DES HYPERMARCHES		
		Evolution
en 2013, en tonnes eq. CO_2	***139 327***	↘
en 2013, en kg eq. CO_2 par m² d'aire de vente	***95,1***	↘

La baisse de la consommation de fluides frigorigènes s'explique par la mise en place des DNI. Les recharges de R404, le fluide le plus utilisé par les magasins sont ainsi en baisse de plus de 20% entre 2012 et 2013.

La baisse du ratio par m² de surface de vente s'explique également par l'inclusion de la surface des Drive dans le calcul du ratio (cf. méthodologie).

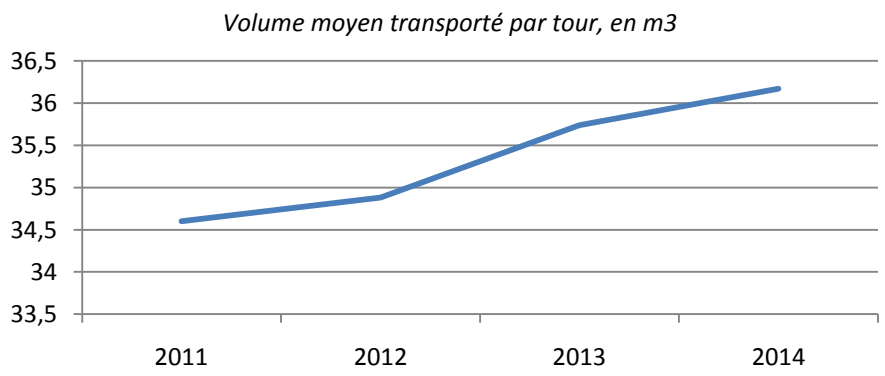
Réduire l'impact du transport

L'approvisionnement-logistique représente une part importante de l'empreinte carbone du secteur de la grande distribution. Pour réduire celle-ci au maximum, Auchan déploie une politique de rationalisation du transport des marchandises et de la gestion des entrepôts. Il s'agit :

- d'optimiser les flux en amont et en aval des sites logistiques ;
- de disposer des sites logistiques respectueux de l'environnement.

Grâce à son programme « Remplir plus, rouler moins », Auchan France a réussi à augmenter le taux de remplissage moyen par camion de plus de 1,5 m3 en 4 ans. Cette performance est d'autant plus notable que le nombre de points de livraison a fortement augmenté durant la période, complexifiant d'autant plus l'optimisation des trajets entre les entrepôts et les lieux de vente.

Evolution du remplissage moyen des camions



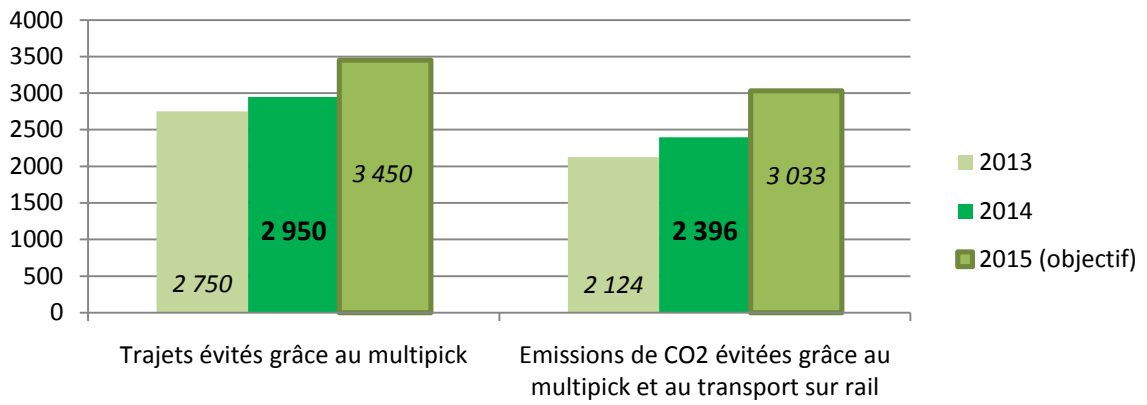
Pour augmenter encore cette performance, la mise en place de camions sans séparation de température entre des contenants différents a été testée sur quatre magasins. Jugée concluante, cette nouvelle technique sera déployée sur l'ensemble des magasins du Nord de la France en 2015. A ceci s'ajoutent d'autres solutions techniques développées par la file approvisionnement-logistique : des rehausses métalliques permettent de gerber des produits ou bien des contenants équipés de supports grillagés.

Pour transporter les marchandises ***en amont des entrepôts***, des solutions permettant de mutualiser les transports sont mises en place. Depuis plusieurs années, une initiative originale, le « multipick », permet la collecte dans un seul camion de l'enseigne des produits de petits fournisseurs répartis dans une même zone géographique. Cette initiative permet chaque année d'économiser plus de 370 000 litres d'essence. Son extension au non-alimentaire devrait permettre de réduire encore fortement le nombre de camions sur les routes.

Lorsque les fournisseurs souhaitent assurer eux-mêmes cette mise en commun des moyens logistiques, Auchan s'engage à plus de souplesse dans les délais de livraison de certains produits. Ainsi, l'enseigne participe activement à l'optimisation des commandes des entreprises du GIE Pointe de Bretagne depuis 2012 et développe un partenariat important avec l'Aria Poitou Charentes (cf. chapitre partenaires).

Auchan multiplie, lorsque cela est possible, les ***modes de transport alternatifs à la route*** en aval des entrepôts. L'entreprise recourt ainsi au transport fluvial et, depuis 2012, au transport ferroviaire pour acheminer les marchandises de grand import entre les ports d'arrivée et ses entrepôts.

Impact des principales initiatives pour réduire le nombre de camions sur les routes



Après plusieurs tests en 2012 et 2013, le transport de marchandises par camions roulant au GNL devrait se développer dans le sud de la France grâce à la mise en place d'une station mobile dans la région de Nîmes.

La difficulté majeure pour un développement massif de ce mode de transport demeure le manque de stations permettant le rechargement des camions. Ceci a pour conséquence de limiter fortement l'efficacité des rotations et le bénéfice écologique qui peut en être tiré.

FOCUS : AUCHAN LANCE UN RESEAU NATIONAL DE BORNES DE RECHARGES RAPIDES

En avril 2014, l'hypermarché de Mantes a accueilli la première borne rapide pour voitures électriques, permettant de recharger son véhicule en moins de trente minutes. Fruit d'un partenariat entre Auchan France et Nissan, une infrastructure de bornes 100% made in France est en cours de déploiement sur les parkings des magasins d'ici mi-2015. Début janvier 2015, 36 magasins en étaient déjà équipés avec comme objectif de parvenir à 96 fin avril.

S’adapter aux conséquences du changement climatique

Les impacts directs du changement climatique sur les hypermarchés sont faibles. Le changement climatique entraine essentiellement un risque légèrement accru d’inondations suite à des phénomènes météorologiques extrêmes. Ce risque fait l’objet d’une surveillance particulière.

Auchan France limite au maximum ses rejets d’eau pluviale dans le réseau public, et se fixe comme objectif d’atteindre zéro rejet lorsque le sol le permet.

SOLIDARITE

La Fondation Auchan pour la Jeunesse

Créée en 1996, la Fondation Auchan pour la jeunesse, placée sous l'égide de la Fondation de France, apporte son soutien aux jeunes habitant les quartiers d'implantation des magasins. Elle agit dans le domaine de l'éducation pour aider à lire, écrire, compter et se cultiver ; à créer, se réintégrer par la formation et l'emploi ; à bien se nourrir, à respecter l'environnement ; à préserver sa santé.

Ses missions consistent à :

– soutenir des projets associatifs visant à permettre aux jeunes de réaliser leurs projets, par un aide financière et un accompagnement ;

– encourager les collaborateurs impliqués dans la vie associative ;

– favoriser le lien entre les employés et les associations : chaque action est parrainée par un salarié, garant d'une relation durable et concrète.

En France, depuis sa création, la fondation Auchan pour la jeunesse a apporté son aide financière à 496 projets portés par plus de 400 associations. Chacune de ces démarches a été dotée en moyenne de 12 300 euros.

118 des 138 magasins concernés par les actions de la fondation (119 hypermarchés intégrés ; 8 hypermarchés franchisés ; 7 Halles d'Auchan ; 1 Prix bas ; 1 City ; 1 nouveau concept / hors Drive ; hors sites logistiques) ont soutenu au moins un projet depuis la création de la Fondation. En 2014, ce sont 36 projets qui ont été financés par la Fondation en 2014 avec le soutien de 24 magasins.

En 2011, à l'occasion de son cinquantenaire, Auchan a décidé de s'engager d'avantage, en accord avec sa raison d'être historique : « améliorer la qualité de vie du plus grand nombre ». Le périmètre d'intervention de la Fondation s'est élargi à l'ensemble de l'activité hypermarché des pays d'implantation de Groupe Auchan.

Une mobilisation des magasins tout au long de l'annee

Dans ses critères d'intervention, la Fondation Auchan veille à prendre en compte la diversité des besoins locaux. Son soutien financier doit :

- permettre de co-construire le projet avec d'autres partenaires publics et/ou privés ;
- répondre à un besoin clairement identifié ;
- servir l'intérêt général ;
- permettre l'implication du magasin et de ses collaborateurs.

Les magasins sont chargés de repérer les projets qu'ils veulent accompagner et qu'ils présentent ensuite au comité d'engagement de la Fondation. Une fois un projet sélectionné, le Directeur de magasin et ses collaborateurs assurent le suivi du dossier et de l'association dans la durée. Plus de 80% des projets financés par la Fondation ont été initiés par les collaborateurs Auchan.

En dehors des actions de la Fondation, les magasins se mobilisent régulièrement autour d'opérations de reprises en faveur d'associations. Celles-ci ont permis de récupérer :

- plus de 150 00 cartables, 32 000 jeans adultes et 8600 jeans enfants en partenariat avec Le Relais ;
- 6 000 pièces de petit électroménager en partenariat avec Ecosystème ;

- près de 35 000 batteries de voiture ;
- 3 184 calculatrices.

Par ailleurs, Auchan expérimente en local des initiatives solidaires avant leur éventuelle extension. Les magasins d'Englos et de Boulogne sur Mer ont permis de tester la pertinence de l'***arrondi en caisse*** dans les hypermarchés. Ce système de dons permet aux clients de demander l'arrondi de leur panier à l'euro supérieur au moment de régler leurs achats**.** La différence est reversée à des associations locales partenaires de l'enseigne pour financer des actions de solidarité. L'arrondi en caisse est maintenu sur ces deux magasins et devrait être déployé sur d'autres sites en 2015.

Indépendamment des projets solidaires menés avec l'appui de la Fondation Auchan, de nombreux magasins entreprennent des actions de solidarité permettant d'améliorer la vie des habitants de leurs quartiers. La nature des actions de solidarité et les associations soutenues varient fortement d'un magasin à un autre.

LE DON ALIMENTAIRE

Auchan s'engage sur le don alimentaire depuis 1984 et de manière formalisée depuis 1994. Depuis septembre 2007, les magasins ont à leur disposition un cadre complet, juridique, sanitaire et fiscal, élaboré par la direction qualité, la direction juridique, la direction financière et le pole mécénat. Ils bénéficient d'un outil de gestion, les 10 points clés du don reprenant par exemple les produits autorisés et d'une convention cadre à signer localement.

Aujourd'hui, 100% des hypermarchés pratiquent quotidiennement le don avec différentes associations : restaurants du cœur, banques alimentaires, épiceries sociales, Secours populaire… Globalement, en 2014, les magasins ont contribué à distribuer l'équivalent de 13 millions de repas soit un montant équivalent à 2013.

Les magasins participent également deux fois par an, aux collectes annuelles des Restaurants du Cœur, en mars et de la Fédération des banques alimentaires, en novembre.

Plus ponctuellement, les sites se mobilisent pour contribuer financièrement aux investissements des antennes associatives locales (véhicule frigorifique, meuble) directement ou à travers la Fondation Auchan pour la jeunesse.

FOCUS : COLLECTE EXCEPTIONNELLE POUR LES RESTOS DU CŒUR

Une collecte exceptionnelle s'est tenue les 5 et 6 décembre derniers dans 8 magasins Hyper U, Super U et Auchan du Pas de Calais, afin de reconstituer en urgence les stocks de denrées détruites par l'incendie de l'entrepôt de Vendin-le-Vieil (62). Près de 90 tonnes de marchandises ont été collectées et abondées par Système U, soit l'équivalent des stocks perdus dans le sinistre. Auchan a assuré la logistique de cette opération en utilisant son entrepôt de Lesquin mis à disposition des Restos du cœur.

UNE SOLIDARITE QUI NE S'ARRETE PAS AU ZONES DE CHALANDISES

Un partenariat durable avec SOS Villages d'enfant

SOS Villages d'enfants permet à des enfants, frères et sœurs sans soutien parental, de grandir ensemble au sein d'une nouvelle vie de famille. Elle vise à assurer leur épanouissement en leur offrant un cadre de vie familial, stable et chaleureux.

Pour la quatrième année consécutive, Groupe Auchan réalise sa carte de vœux 2015 au bénéfice de SOS Villages d'Enfants, et ce dans les 12 pays où il est implanté dont la France. Depuis le début du partenariat, SOS Villages d'Enfants

a bénéficié par ce biais de 400 000 euros. En France, la carte de vœux va permettre la rénovation de la maison Claire Morandat qui accompagne une trentaine de jeunes majeurs dans leur projet professionnel et leur prise d'autonomie.

L'équipe textile d'Auchan s'est également mobilisée au profit de SOS Villages d'Enfants en créant une gamme de chaussettes et en mettant en vente 30 000 lots. Pour chaque achat, Auchan a reversé 1€ à l'association.

Auchan soutient le Rana Plaza Donor 's Trust Fund

En août 2014, Groupe Auchan a manifesté sa solidarité envers les victimes de l'effondrement du Rana Plaza, en apportant 1,5 million de dollars au Rana Plaza Donor's Trust Fund, mis en place sous l'égide de l'OIT.

Quoique n'ayant jamais passé commande aux 4 ateliers abrités dans cet immeuble, l'entreprise a tenu, par ce geste, à marquer la solidarité du groupe avec ce pays et ses ouvriers et ouvrières. Intervenue après la publication d'un plan en 8 axes pour renforcer la sécurisation de ses approvisionnements textiles et l'adhésion à la démarche du Fire and Safety Agreement (cf. p. 32) destinée à vérifier la résistance des infrastructures hébergeant usines et ateliers au Bengladesh , cette décision exceptionnelle a été complétée par la création de la fondation (voir ci-dessous), dédiée à l'amélioration des conditions de vie des ouvriers des pays du Sud.

Une nouvelle fondation : WOF (Weave Our Future)

Le drame du Rana Plaza a mis en lumière une situation qui ne peut laisser aucun donneur d'ordre indifférent, qu'il travaille avec le Bangladesh ou avec des pays voisins.

Les équipes achats et développement durable de Groupe Auchan ont abouti à la conviction que malgré toutes les démarches entreprises depuis plus de 15 ans, pour améliorer les conditions de vie des salariés des pays du Sud, il fallait agir de façon plus concrète et plus proche du terrain.

Forts d'une expérience de 20 ans de fonctionnement réussi de la Fondation Auchan pour la Jeunesse, la décision de créer un outil d'intervention du même type, la Fondation « Weave our Future » (« Tissons Notre avenir »), sous égide de la Fondation de France, a été prise le 30 avril 2014.

Ouverte aux enseignes qui souhaiteraient s'associer au projet, cette Fondation, a pour objectif de susciter ou accompagner des initiatives sociales, médicales ou encore éducatives, engagées au bénéfice des ouvrières et ouvriers des industries textile et bazar des PMA[30] et de leurs familles, que les patrons d'usines peuvent difficilement prendre seuls.

La Fondation dispose d'un budget de 7,5 millions de dollars pour les 5 ans à venir et soutiendra financièrement des associations ou ONG pour réaliser des projets d'amélioration du cadre de vie des ouvriers et ouvrières. Il s'agira par exemple :

- d'apporter une couverture des risques professionnels en commençant par le secteur du textile du Bangladesh via, par exemple, l'accès à une micro-assurance santé pour eux et leurs familles ;

- de participer à l'amélioration de l'environnement de travail que les entreprises qu'elles soient fournisseurs d'Auchan ou non, en créant par exemple une cantine, en installant une infirmerie, une permanence, des transports en commun ou bien un centre médical…

[30] Pays les moins avancés. Cette catégorie de pays a été créée en 1971 par l'Organisation des Nations unies (ONU), regroupant les pays les moins développés socio-économiquement de la planète. Ils présentent les indices de développement humain (IDH) les plus faibles et devraient à ce titre obtenir une attention particulière de la part de la communauté internationale.

METHODOLOGIE

GENERALITES

Les informations qualitatives présentées dans ce document ont été obtenues au cours d'entretiens ou par le biais de questionnaires utilisés dans le cadre de la rédaction du rapport de gestion de Groupe Auchan.

Les indicateurs développement durable d'Auchan France ont été créés en 2003. Depuis, ils ont régulièrement évolué. Certains ont disparu parce que les objectifs qu'ils mesuraient avaient été atteints, de nouveaux ont été créés et d'autres ont vu leur contenu modifié. Leur rôle reste toutefois le même : donner des éléments chiffrés permettant de mesurer l'avancement des démarches de progrès choisies par l'entreprise dans un souci de fiabilité et d'exhaustivité. Cette année, certains indicateurs utilisés pour ce document ont été précisés pour permettre une homogénéité entre le rapport de gestion de Groupe Auchan et le rapport de gestion d'Auchan France.

Sauf précisions contraires sous chaque indicateur, l'ensemble des données de ce document sont calculées du 1er octobre 2013 au 30 septembre 2014.

CHAPITRE SOCIAL

Les informations présentées sont calculées sur Auchan France et l'ensemble de ses filiales au sens de l'article L. 233-1 ou des sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce. Pour certains indicateurs indisponibles avant juin 2015, notamment sur le handicap ou les maladies professionnelles, les données sont calculées sur l'année civile 2013. Les indicateurs utilisant des périodes de calcul dérogatoires sont identifiés dans le corps du texte.

Entre le rapport de gestion 2013 et le rapport de gestion 2014, un effort a été mené au niveau de Groupe Auchan pour fiabiliser les définitions et la cohérence des données publiées entre tous les pays du Groupe. De nombreuses modifications méthodologiques ont donc été apportées, limitant de fait la comparabilité des données d'une année sur l'autre.

Les principales modifications du protocole de reporting Groupe qui ont eu un impact sur les données sociales publiées dans ce document sont les suivantes :

- l'évolution du périmètre : les effectifs de la DOAPI (357 collaborateurs, d'Auchan Hyper (15 collaborateurs) et Groupe Auchan (174 collaborateurs) ont été exclus du périmètre Auchan France ;
- les collaborateurs dont le contrat de travail est suspendu ne sont plus pris en compte dans les effectifs (1017 collaborateurs) ;
- la prise en compte des CDD dans le calcul du taux d'absentéisme maladie.

CHAPITRE ENVIRONNEMENT

Afin d'améliorer encore l'homogénéité des indicateurs sur l'ensemble de Groupe Auchan, un protocole de reporting a été mis en place en 2013. Actualisé en 2014, il a été diffusé à l'ensemble des interlocuteurs impliqués par la collecte d'informations. Il détaille de façon plus approfondie et plus complète les méthodologies à utiliser pour le calcul et le recueil des indicateurs : définitions, principes méthodologiques, unités, formules de calcul, facteurs de conversion. Ce protocole est disponible sur demande.

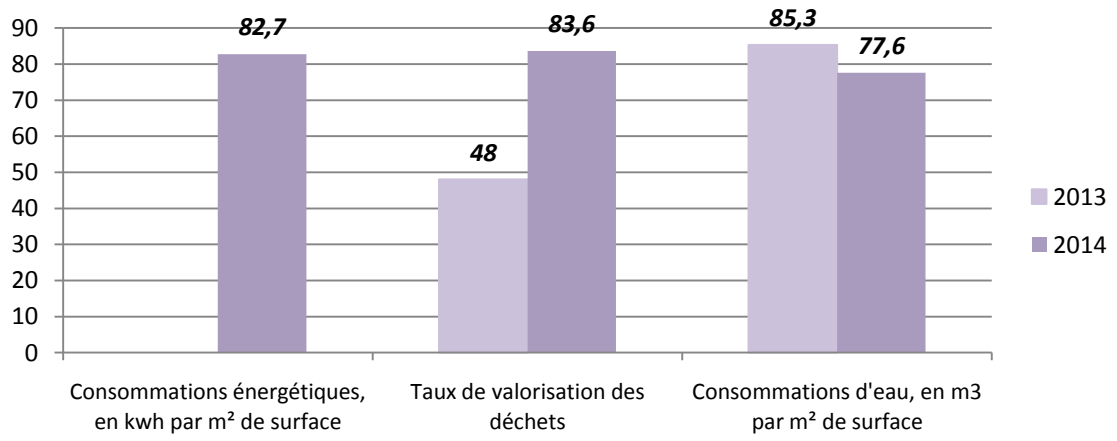
Pour l'ensemble des informations environnementales, les données correspondent aux seuls hypermarchés intégrés d'Auchan France et de ses filiales au sens de l'article L. 233-1 ou des sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-

3 du code de commerce. Ne sont donc pas pris en compte les sites logistiques, des services centraux, magasins affiliés, etc….

Pour les données brutes (ex : consommations totales d'électricité en MWh, production totale des déchets des magasins), le périmètre de reporting est égal à 100% des magasins intégrés.

Au regard de la fiabilité insuffisante des données de certains magasins, des exclusions sont réalisées pour le calcul des ratios (ex : consommations d'eau en m3 par m² d'aire de vente). Celles-ci visent à garantir la fiabilité des données, au détriment toutefois de l'exhaustivité des informations publiées. Le tableau ci-dessous permet de juger de la représentativité des ratios publiés ne couvrant pas 100% du périmètre.

Taux de couverture 2013 et 2014 de certains ratios, exprimés en pourcentage de la surface de vente des magasins*



** Les autres indicateurs couvrent 100% du périmètre.*

Pour fiabiliser les informations publiées au niveau du groupe, de nouvelles règles de contrôle ont été instaurées en 2014. Elles peuvent être consultées dans le protocole de reporting de Groupe.

Les ***consommations d'eau*** ont fait l'objet d'un contrôle plus poussé, ce qui explique la légère baisse du taux de couverture. Un effort particulier a été apporté pour fiabiliser les informations concernant le ***taux de valorisation des déchets***. Des contrôles menés en amont ont permis d'augmenter de plus de 30 points le taux de couverture.

CHAPITRE CLIENTS

Le tonnage de ***matières vierges économisées*** correspond aux économies réalisées grâce aux seules équipes d'Auchan Production alimentaire. Le tonnage total peut donc potentiellement être plus élevé.

Le nombre de ***produits MDD étiquetés en braille*** publié ne concerne que les produits alimentaires. Le nombre exact de références est donc potentiellement plus élevé.

CHAPITRE PARTENAIRES

Le nombre d'***audits sociaux*** ICS correspond à l'ensemble des audits réalisés selon la méthode ICS par la DOAPI (Direction Offre Achats produits internationale). Auchan France ne réalise pas directement d'audits sociaux.

NOTES SUR LES INFORMATIONS PREVUES PAR L'ARTICLE 225 DE LA LOI GRENELLE 2

Pour identifier plus rapidement les chapitres correspondants aux thèmes et sous-thèmes prévus par l'article 225 de la loi Grenelle 2, un tableau de correspondance est consultable ci-dessous. Un certain nombre de sous-thèmes n'a pas ou peu été développés :

- la ***répartition géographique des salariés*** ne présente pas un intérêt particulier justifiant la durée de collecte et de traitement de l'information ;

- Auchan France ne fait pas de ***provisions ou garanties*** pour risques en matière d'environnement ;

- Les hypermarchés français ne souffrent pas de difficultés d'***approvisionnement en eau*** et leurs activités n'entrainant qu'un un impact limité sur cette ressource. Les quelques initiatives locales mises en place par (ex : récupération des eaux de pluie pour le nettoyage) ne sont donc pas détaillées ;

- Bien qu'Auchan France possède parfois une partie de certaines galeries marchandes où sont situés ses magasins, le changement climatique ne représente pas de risques majeurs pour l'entreprise et son patrimoine immobilier. L'***adaptation aux conséquences du changement climatique*** ne représente donc pas un enjeu RSE majeur pour l'entreprise et il n'a pas été considéré comme pertinent de communiquer en détails sur ce sujet.

TABLE DE CORRESPONDANCE ARTICLE 225 GRENELLE 2

VOLET SOCIAL		
Thèmes	**Chapitre correspondante (numéro de page)**	**Indicateurs quantitatifs correspondants**
EMPLOI		
Effectif total	Présentation des effectifs et de l'organisation du travail (p. 7)	- Nombre total de collaborateurs - Taux de turn-over
Répartition des salariés	Présentation des effectifs et de l'organisation du travail (p. 7)	Pas d'indicateur spécifique retenu
par âge	Présentation des effectifs et de l'organisation du travail (p. 7)	- Répartition des salariés par tranche d'âge, en %
par sexe	Présentation des effectifs et de l'organisation du travail (p. 7)	- Pourcentage de femmes parmi les collaborateurs
par zone géographique *(jugé non pertinent)*	Méthodologie (p. 50)	
Embauches	Présentation des effectifs et de l'organisation du travail (p. 7)	- Nombre d'embauches en CDI
Licenciements	Présentation des effectifs et de l'organisation du travail (p. 7)	- Nombre total de licenciements
Rémunérations	Partager la réussite de l'entreprise (p. 16)	-Taux de collaborateurs actionnaires parmi les ayants droits
Evolution des rémunérations	Partager la réussite de l'entreprise (p. 16)	Pas d'indicateur spécifique retenu
ORGANISATION DU TRAVAIL		
Organisation du temps de travail	Présentation des effectifs et de l'organisation du travail (p. 7)	- Pourcentage de collaborateurs travaillant à temps complet - Pourcentage de collaborateurs travaillant en CDI
Absentéisme	Présentation des effectifs et de l'organisation du travail (p. 7)	- Taux d'absentéisme maladie
RELATIONS SOCIALES		
Organisation du dialogue social	Donner toute sa place au dialogue social (p. 10)	Nombre de réunions avec les représentants du personnel
Bilan des accords collectifs	Donner toute sa place au dialogue social (p. 10)	Pas d'indicateur spécifique retenu
SANTE SECURITE AU TRAVAIL		
Condition de santé et de sécurité au travail	Améliorer les conditions de travail et prévenir les situations de précarité (p.17)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Fréquence des accidents de travail	Améliorer les conditions de travail et prévenir les situations de précarité (p.17)	-Nombre d'accidents de travail avec arrêt - Taux de fréquence des accidents de travail
Gravité des accidents de travail	Améliorer les conditions de travail et prévenir les situations de précarité (p.17)	- Taux de gravité des accidents de travail
Maladies professionnelles	Améliorer les conditions de travail et prévenir les situations de précarité (p.17)	- Nombre de maladies professionnelles
FORMATION		
Politique mise en œuvre en matière de formation	Donner leur chance à tous les profils (p.11)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Nombre total d'heures de formations	Donner leur chance à tous les profils (p.11)	- Nombre total d'heures de formation

EGALITE DE TRAITEMENT		
Mesures prises en faveur de l'égalité hommes-femmes	Intégrer et promouvoir la diversité (p.12)	Pourcentage de femme dans l'encadrement
Mesures prises en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap	Intégrer et promouvoir la diversité (p.12)	- Nombre de salariés en situation de handicap
Politique de lutte contre les discriminations	Intégrer et promouvoir la diversité (p.12)	Pas d'indicateur spécifique retenu
PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS OIT		
Respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.20)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Elimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.20)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Elimination du travail forcé ou obligatoire	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.20)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Abolition effective du travail des enfants	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.20)	Pas d'indicateur spécifique retenu

VOLET ENVIRONNEMENTAL		
Thèmes	**Chapitre correspondant (numéro de page)**	**Indicateurs quantitatifs correspondants**
POLITIQUE GENERALE EN MATIERE ENVIRONNEMENTALE		
Organisation de la société	Se mobiliser au quotidien pour la protection de l'environnement (p. 37)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Démarche d'évaluation/certification	Se mobiliser au quotidien pour la protection de l'environnement (p. 37)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Actions de formation des salariés	Se mobiliser au quotidien pour la protection de l'environnement (p. 37)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Moyens consacrés à la prévention des risques et pollutions	Construire et exploiter durable (p. 38)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Montants des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement	Construire et exploiter durable (p. 38)	
POLLUTION ET GESTION DES DECHETS		
Mesures de prévention, réduction et réparation des rejets affectant gravement l'environnement	Construire et exploiter durable (p. 38)	- Emissions de GES liées aux fuites de fluides frigorigènes par m² de surface de vente
Mesures de prévention, recyclage et élimination des déchets	Construire et exploiter durable (p. 38)	- Taux de valorisation moyen des déchets - Volume total des déchets produits
Prise en compte des nuisances sonores et pollutions spécifiques	Construire et exploiter durable (p. 38)	Pas d'indicateur spécifique retenu
UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES		
Consommation d'eau et approvisionnement en eau en fonction des ressources locales	Construire et exploiter durable (p. 38)	- M3 par m² de surface de vente
Consommation de matières premières et mesures prises pour améliorer l'efficacité de leur utilisation	Proposer des produits plus respectueux de l'environnement (p. 22)	- Tonnes de matières vierges économisées
Consommations d'énergie	Construire et exploiter durable (p. 38)	- Consommations totales d'électricité, en GWh - Consommations totales d'énergie, en MWh - Consommations d'électricité, en kWh par m² de surface de vente
Recours aux énergies renouvelables	Construire et exploiter durable (p. 38)	Pas d'indicateur spécifique retenu

Mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique	Construire et exploiter durable (p. 38)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Utilisation des sols	Construire et exploiter durable (p. 38)	Pas d'indicateur spécifique retenu
CHANGEMENT CLIMATIQUE		
Rejets de gaz à effets de serre	Lutter contre le changement climatique (p. 42)	- Emissions totales de GES liées aux consommations électriques - Emissions de GES liées aux consommations électriques, par m² de surface de vente - Emissions de GES liées aux fuites de fluides frigorigènes par m² de surface de vente
Adaptation aux conséquences du changement climatique	Lutter contre le changement climatique (p. 42)	Pas d'indicateur spécifique retenu
PROTECTION DE LA BIODIVERSITE		
Mesures prises pour préserver et développer la biodiversité	Proposer des produits plus respectueux de l'environnement (p. 22)	Pas d'indicateur spécifique retenu

VOLET SOCIETAL		
Thèmes	**Chapitre correspondant (numéro de page)**	**Indicateurs quantitatifs correspondants**
IMPACT TERRITORIAL, ECONOMIQUE ET SOCIAL DE L'ACTIVITE		
Impact en matière d'emploi et de développement régional	Soutenir durablement le monde agricole (p. 29) Créer de nouveaux partenariats et développer la proximité avec les PME (p. 30)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Impact sur les populations riveraines ou locales	Construire et exploiter durable (p. 38) Une mobilisation locale tout au long de l'année (p. 47)	Pas d'indicateur spécifique retenu
RELATIONS ENTRETENUES AVEC LES PARTIES PRENANTES		
Les conditions de dialogue	Relations avec les parties prenantes (p.5)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Les actions de partenariat ou de mécénat	Solidarité (p.47 à 49)	Pas d'indicateur spécifique retenu
SOUS TRAITANCE ET FOURNISSEURS		
Prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux	Veiller à l'éthique des affaires (p.32)	Nombre d'audits sociaux réalisés selon la méthode ICS
Importance de la sous-traitance et prise en compte de la RSE dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants	Veiller à l'éthique des affaires (p.32)	Nombre d'audits sociaux réalisés selon la méthode ICS
LOYAUTE DES PRATIQUES		
Actions engagées pour prévenir la corruption	Veiller à l'éthique des affaires (p.32)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs	Clients (p. 21 à 28)	- Nombre de références à marque Auchan étiquetés en braille en alimentaire libre-service - Nombre de références à marque Auchan possédant le label Bio
DROITS DE L'HOMME		
Actions engagées en faveur des droits de l'homme	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.20) Veiller à l'éthique des affaires (p. 32)	Pas d'indicateur spécifique retenu

Auchan France

Exercice clos le 31 décembre 2014

Attestation de présence de l'organisme tiers indépendant sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées figurant dans le rapport de gestion

Aux Actionnaires,
En notre qualité d'organisme tiers indépendant accrédité par le COFRAC[31] sous le numéro 3-1050 et membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de la société Auchan France, nous avons établi la présente attestation sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2014, présentées en annexe du rapport de gestion, ci-après les « Informations RSE », en application des dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce.

RESPONSABILITE DE LA SOCIETE

Il appartient au conseil d'administration d'établir un rapport de gestion comprenant les Informations RSE prévues à l'article R. 225-105-1 du Code de commerce, conformément aux référentiels utilisés par la société, composés du protocole de reporting environnemental et sociétal et du protocole de reporting RH dans leurs versions datées d'octobre 2014 (ci-après les « Référentiels ») dont un résumé figure en introduction dans la partie « Méthodologie » du rapport de gestion.

INDEPENDANCE ET CONTROLE QUALITE

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du Code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles et des textes légaux et réglementaires applicables.

RESPONSABILITE DE L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R. 225-105 du Code de commerce. Il ne nous appartient pas de vérifier la pertinence et la sincérité des Informations RSE.
Nos travaux ont été effectués par une équipe de cinq personnes entre décembre 2014 et février 2015 pour une durée d'environ trois semaines.

[31] Portée d'accréditation disponible sur www.cofrac.fr

NATURE ET ETENDUE DES TRAVAUX

Nous avons conduit les travaux suivants conformément aux normes professionnelles applicables en France et à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission :

- nous avons pris connaissance, sur la base d'entretiens avec les responsables des directions concernées, de l'exposé des orientations en matière de développement durable, en fonction des conséquences sociales et environnementales liées à l'activité de la société et de ses engagements sociétaux et, le cas échéant, des actions ou programmes qui en découlent ;

- nous avons comparé les Informations RSE présentées dans le rapport de gestion avec la liste prévue par l'article R. 225-105-1 du Code de commerce ;

- en cas d'absence de certaines informations consolidées, nous avons vérifié que des explications étaient fournies conformément aux dispositions de l'article R. 225-105 alinéa 3 du Code de commerce ;

- nous avons vérifié que les Informations RSE couvraient le périmètre consolidé, à savoir la société ainsi que ses filiales au sens de l'article L. 233-1 du Code de commerce et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-3 du même code avec les limites précisées dans la note méthodologique présentée au chapitre « Méthodologie » du rapport de gestion.

Sur la base de ces travaux et compte tenu des limites mentionnées ci-dessus, nous attestons de la présence dans le rapport de gestion des Informations RSE requises.

Paris-La Défense, le 19 février 2015

L'Organisme Tiers Indépendant
ERNST & YOUNG et Associés

Eric Mugnier
Associé Développement durable

Bruno Perrin
Associé

Direction de la communication en charge du développement durable – 92 rue Réaumur – 75002 Paris