

Responsabilité sociale
d'entreprise
Rapport de progrès

15/16



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

Sommaire

■ Le Groupe	p. 2
Message du Président	p. 3
Chiffres clés 2015	p. 4
Une présence mondiale	p. 6
■ RSE : Les faits marquants	p. 8
■ La RSE au cœur du modèle de développement du Groupe	p. 12
■ Un Groupe mobilisé pour le bien-être au travail	p. 14
■ Promouvoir la diversité, lutter contre toutes les discriminations	p. 16
■ Accompagner l'évolution professionnelle et encourager les talents	p. 20
■ Des marques propres inscrites dans l'ADN du Groupe	p. 22
■ Agir pour bâtir un modèle de développement durable	p. 24
■ Solidaire des populations les plus fragiles	p. 28
■ Des fondations mobilisées pour l'enfance	p. 29
■ Suivi des performances RSE 2015	p. 32
■ Indicateurs RSE 2015	p. 38
■ Nos feuilles de route 2015	p. 40
■ Principes de reporting	p. 74

Le Groupe

Acteur historique de la distribution en France, le groupe Casino a su construire une stratégie de croissance équilibrée qui en fait aujourd'hui l'un des leaders mondiaux du commerce alimentaire, bénéficiant de positions fortes en Amérique latine. Sa politique d'innovation permanente, sa capacité à s'adapter aux réalités locales, ses engagements sociétaux volontaristes sont les marqueurs d'un modèle de développement unique dans l'univers de la distribution. Des atouts qui lui permettent, au quotidien, de mettre en œuvre son ambition : "nourrir un monde de diversité".



Message du Président

Partout où il est implanté, le groupe Casino promet, avec ses équipes, les valeurs qui constituent le socle de sa réussite : un profond respect des cultures locales, un esprit de conquête et d'innovation, des engagements sociétaux et environnementaux volontaristes et la conviction que la diversité est une richesse.

Grâce au professionnalisme, au talent et à l'engagement de ses 325 820 collaborateurs dans le monde, le Groupe défend une vision du commerce axée sur l'initiative, l'adaptation et la proximité qu'il entretient avec ses clients.

Sa dimension internationale lui offre de nombreuses opportunités pour échanger les meilleures pratiques et développer encore sa politique RSE. Dans toutes ses filiales, le Groupe continue de réduire son empreinte environnementale, d'encourager les filières d'approvisionnement local, de soutenir la protection de l'enfance, de favoriser la mixité et l'égalité des chances et de promouvoir un management bienveillant.

À travers nos actions qui illustrent l'engagement du Groupe, nous réaffirmons notre attachement aux 10 principes du Pacte mondial des Nations Unies.

Jean-Charles Naouri,
Président-directeur général
Groupe Casino

Chiffres clés 2015

**1^{er} employeur privé
au Brésil**

(dans le secteur de la distribution)

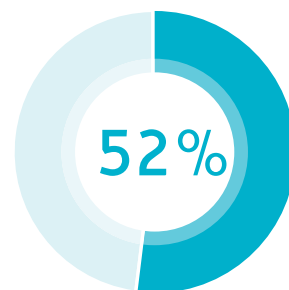
**1^{er} employeur privé
en Colombie**

**15 344 magasins
dans le monde**

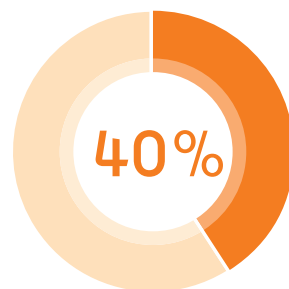
**9,7 millions de m²
de surfaces de vente**



325 820
collaborateurs
dans le monde¹



Pourcentage de femmes
dans les effectifs



Pourcentage
de collaborateurs
de moins de 30 ans

46,1 milliards d'euros
chiffre d'affaires consolidé HT

1,446 milliard d'euros
résultat opérationnel courant

412 millions d'euros
de résultat net normalisé part du Groupe

+0,3% de croissance organique²
des ventes du Groupe

Distribution

N°1 au Brésil

N°1 en Colombie

E-commerce

Cdiscount N°2

en France

¹ Effectif inscrit au 31/12/2015 - CDD/CDI - Temps complet/partiel - Activité intégrée uniquement

² Hors essence et calendrier et à taux de change constant

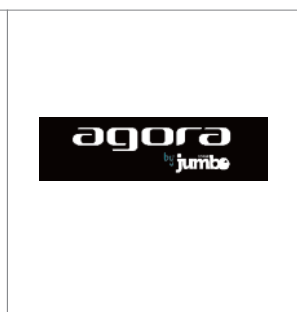
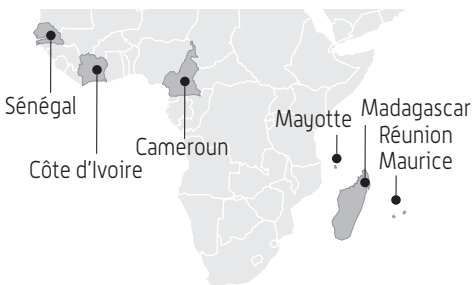
Une présence mondiale

Enseignes populaires

Enseignes qualitatives

Enseignes de proximité

e-commerce



RSE : les faits marquants

France – septembre 2015

Casino lance la démarche Agriplus avec huit références de légumes surgelés garantis sans résidus de pesticides, produits grâce à des méthodes exigeantes : installation de pièges à phéromones, désherbage à la main, modification des process industriels pour évacuer les mauvaises herbes...



France

Le Groupe est en voie de tenir son engagement de couvrir d'ici 2020, 75 % des meubles froids avec des portes : 100 % des hypermarchés Géant Casino, plus de 80% des supermarchés Casino et l'intégralité des magasins Franprix passés au nouveau concept Mandarine ont équipés les meubles froids positifs de portes, réduisant de près d'un quart leur consommation d'énergie.

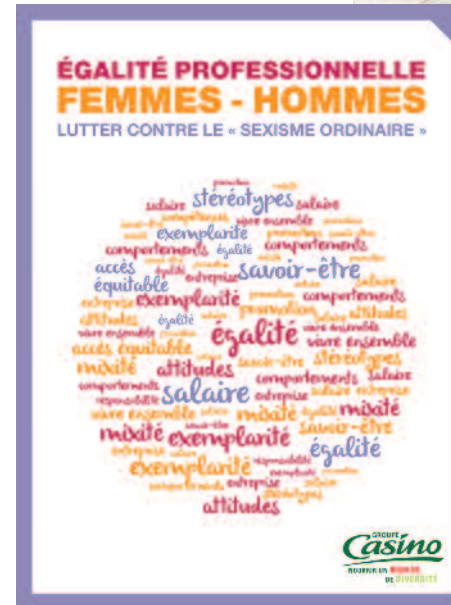


Brésil – mai 2016

GPA présente sa nouvelle politique d'achat responsable de viande bovine, notamment en renforçant ses actions pour garantir une transparence sur l'origine de la viande commercialisée dans ses magasins.

France – février 2016

Franprix renforce son engagement dans la valorisation des invendus alimentaires via son partenariat avec PHENIX, entreprise sociale qui se charge de redistribuer aux associations locales les produits à dates courtes des magasins de proximité. 160 magasins participent déjà au dispositif.



France – mars 2016

Le groupe Casino publie le guide managérial "Lutter contre le sexisme ordinaire", illustré par des situations concrètes. Objectif : permettre aux managers de prendre conscience et de décrypter les comportements sexistes et donner des clés pour agir efficacement pour l'égalité entre les sexes.



Colombie

Colombia Magia Salvaje, documentaire co-produit par Grupo Éxito est le grand succès du cinéma colombien. Un voyage au cœur de la biodiversité colombienne vu par plus de 2,3 millions de spectateurs en 2015.

RSE : les faits marquants

Groupe – octobre 2015

En signant la Charte du réseau mondial "Entreprises et handicap" de l'Organisation internationale du travail (OIT) avec 10 autres grandes entreprises internationales, le Groupe s'engage à promouvoir l'emploi des personnes handicapées dans ses activités à travers le

monde. Il témoigne ainsi que l'épanouissement des personnes en situation de handicap en entreprise est un levier de performance sociale et économique.

ILO GLOBAL BUSINESS AND DISABILITY NETWORK

Groupe

En France et en Amérique latine, 16 000 tonnes de produits alimentaires ont été données en 2015 par les filiales du groupe Casino aux banques alimentaires, via des dons directs ou la collecte auprès des clients, soit l'équivalent de 32 millions de repas.



France – juin 2015

L'opération solidaire "Tous en Scène" a vu le jour à l'initiative de la Fondation Casino pour faire vivre les engagements du Groupe auprès de ses clients et de ses équipes : près de 4 000 magasins et sites en France se sont mobilisés pendant un mois pour la vente de produits-partage au profit des projets de théâtre des associations partenaires.



Colombie

Premier employeur privé de Colombie, Grupo Éxito prend une part active dans le programme 40 000 emplois, initié par le gouvernement colombien pour permettre à 40 000 jeunes sans expérience professionnelle de trouver un emploi.



France – avril 2016

Dans la droite ligne de sa démarche en faveur du bien-être animal, Monoprix supprime totalement de ses rayons les œufs de catégorie 3, issus de poules élevées en cage. Une initiative pionnière dans la grande distribution.



Brésil – août 2016

GPA lance sa charte diversité avec la diffusion d'un guide et d'un film à destination des employés. Origines, handicap, orientation sexuelle, égalité homme/femme... la campagne de communication vise à lutter contre toutes les discriminations.

La RSE au cœur du modèle de développement du Groupe

Le groupe Casino déploie sa politique de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) autour de cinq grands domaines : employeur engagé, commerçant responsable, partenaire de confiance, acteur local solidaire, groupe mobilisé pour l'environnement.

Innovation sociale : l'esprit pionnier

Depuis sa création, en 1898, Casino s'appuie sur une longue tradition d'innovation sociale, sociétale et environnementale. Cet esprit pionnier qui s'incarne au travers des quatre valeurs CLÉS – conquête, loyauté, exigence et solidarité – anime la démarche de progrès RSE du Groupe, en France comme à l'international.

15 priorités structurantes

La démarche Esprit RSE comprend quinze priorités axées sur cinq domaines de responsabilité. Cette démarche a été élaborée en cohérence avec les neuf engagements de la charte éthique du Groupe, qui rappelle son attachement aux principes fondamentaux de la Déclaration universelle des droits de l'homme, aux conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT) et aux 10 principes du Pacte mondial des Nations unies, dont le Groupe est signataire.

Employeur engagé

- Promouvoir la diversité
- Faciliter l'insertion professionnelle des jeunes
- Favoriser l'évolution des collaborateurs

Commerçant responsable

- Agir pour la santé des consommateurs
- Encourager une consommation respectueuse de l'environnement

Partenaire de confiance

- Renforcer la démarche d'éthique sociale
- Soutenir les filières de production locale
- Favoriser les démarches RSE des PME

Acteur local solidaire

- Développer l'action des fondations
- Développer les partenariats de solidarité
- Multiplier les actions solidaires de proximité

Groupe mobilisé pour l'environnement

- Réduire les émissions de gaz à effet de serre
- Améliorer l'efficacité énergétique
- Limiter et valoriser les déchets
- Œuvrer en faveur de la biodiversité

Des indices de référence

Le groupe Casino est présent en 2015 dans les indices d'investissement socialement responsable (ISR) suivants : FTSE4GOOD, Vigeo Eurozone 120, Ethibel Sustainability Index Excellence Europe, MSCI Global Sustainability Index, STOXX® Global ESG leaders Indices. Grupo Éxito est présent dans le "Dow Jones Sustainability Index for emerging countries". Ces indices incluent les sociétés les mieux notées selon les critères sociaux, environnementaux et de gouvernance. Le Groupe répond depuis 2013 au Carbon Disclosure Project (CDP).

Une organisation de terrain

Le déploiement et l'animation de cette démarche de progrès sont assurés par la direction RSE du Groupe, créée en 2010 afin d'accélérer la mise en œuvre des engagements au sein des filiales. Le Comité stratégique RSE (voir encadré) valide les axes d'engagement en cohérence avec la norme ISO 26000. Un réseau de correspondants RSE est actif au sein de chaque filiale en France et à l'international. Les référents environnement se réunissent régulièrement au sein des ateliers Excellence verte. Enfin, la mise en place de la politique RSE est animée par différents Comités dont le Comité de pilotage Ressources humaines, le Comité scientifique Nutrition Santé, le Comité Qualité, et les Comités de suivi et de coordination RSE des filiales en France et à l'international. Les principales filiales du Groupe publient des rapports RSE : Grupo Éxito, GPA, Libertad, ainsi que Monoprix en France.

Un Comité stratégique RSE

Créé en 2011 et constitué de douze membres dont huit issus du Comité exécutif, le Comité stratégique RSE valide les axes d'engagement du Groupe en matière de RSE en tenant compte des principes du Pacte mondial et des domaines d'application de la norme ISO 26000, et suit leur mise en œuvre au sein des entités. Le groupe Casino a mis en place un réseau de correspondants RSE dans les filiales en France et à l'international, animé par la Direction RSE Groupe. En France, ce réseau est complété de référents environnement et de correspondants "Promotion de la diversité" et s'appuie sur l'Accord RSE Casino signé avec les organisations syndicales représentatives.

Un Groupe mobilisé pour le bien-être au travail

Alors que la prévention des risques, et en particulier des risques psycho-sociaux, est au cœur de ses actions, l'ambition du Groupe est d'agir pour développer les conditions du mieux-vivre au travail.

Une démarche de management bienveillant

Étape supplémentaire dans la volonté de renforcer le bien-être au travail, le Groupe a initié en 2014 une démarche favorisant le développement d'un management respectueux conjuguant bien-être des équipes, exigence et performance collective. En 2015, plus de 2 000 managers ont ainsi été formés, partout en France, à cette démarche de "Management bienveillant" mise en place avec le Dr Philippe Rodet, médecin urgentiste spécialiste du stress au travail.

En 2015, un dispositif complémentaire a été lancé : le "réseau des bienveilleurs". Ce réseau de près de



800 bienveilleurs volontaires ont été préparés à leur rôle. Par un maillage de proximité, ils sont en capacité d'agir au plus près des collaborateurs en difficulté en les repérant, en créant du lien et en mobilisant, selon les besoins, les interlocuteurs nécessaires : médecin du travail, responsables des ressources humaines, managers, plateforme d'aide et d'assistance.



Précurseur de la prévention par l'écoute

La prévention des risques professionnels, notamment psycho-sociaux, constitue un axe majeur de la politique de santé et de sécurité au travail du Groupe, élaborée conjointement avec les partenaires sociaux. En France, elle repose en particulier sur une démarche de prévention par l'écoute des collaborateurs de l'organisation et des conditions de travail, dont le Groupe a été précurseur. Menée par les managers de proximité, la démarche couvre désormais en France l'intégralité des hypermarchés, des supermarchés, des entrepôts, des cafétérias Casino et Cdiscount.

Les journées santé

Destinées à toucher un maximum de collaborateurs en France, les journées santé se sont poursuivies en 2015, organisées sur une journée avec l'appui de partenaires externes — nutritionniste, tabacologue, ergonome et médecin. Les collaborateurs bénéficient d'un véritable parcours de prévention et de santé, avec test de l'effort et bilan sanguin. Un dispositif qui permet de sensibiliser aux risques liés au tabac, à la nutrition ou encore aux troubles musculo-squelettiques (TMS).

Grupo Éxito organise aussi des journées pour la santé : plus de 4 900 salariés ont bénéficié en 2015 d'un diagnostic nutritionnel et ont été sensibilisés aux risques cardiovasculaires. GPA continue de déployer dans ses entrepôts et à son siège social des campagnes de sensibilisation à la santé et nutrition, et a permis à 3 360 collaborateurs de bénéficier de soins de santé sur le lieu de travail dans le cadre du programme "Viva Saúde".



Lutter contre les incivilités

Face à l'augmentation des incivilités, le Groupe s'engage et agit pour favoriser le vivre ensemble et le respect mutuel en sensibilisant clients et collaborateurs à travers un programme dédié. Un dispositif de formation donne les clés pour aider à prévenir et faire face aux situations d'incivilité et précise les comportements managériaux attendus. Il est relayé par une campagne de communication auprès des clients "Entre nous, soyons bienveillants".

Promouvoir la diversité, lutter contre toutes les discriminations

Employeur responsable qui place depuis toujours le respect des différences au cœur de son modèle, le groupe Casino déploie des dispositifs innovants pour encourager la mixité et la diversité de ses talents.



Un rôle pionnier pour combattre les discriminations

Le groupe Casino a su construire son développement en France et à l'international dans le respect de l'identité et la culture de ses collaborateurs. Considérant la diversité comme un facteur de performance économique, il s'emploie depuis 1993 à lutter contre toutes les formes de discrimination. Dans une dynamique d'innovation sociale, le Groupe a défini une politique volontariste visant à recruter des profils variés, à promouvoir l'égalité professionnelle à tous les niveaux de l'entreprise et à favoriser le vivre ensemble. En partenariat avec les organisations syndicales, il mène ainsi des politiques ambitieuses en matière de handicap, d'insertion des jeunes, d'égalité hommes-femmes et sensibilise ses équipes aux risques de discriminations liées à l'orientation sexuelle, aux convictions religieuses ou encore à l'apparence physique.

Renforcer l'égalité professionnelle entre femmes et hommes

La représentativité des femmes au sein de l'encadrement, un des axes majeurs de la politique



en faveur de l'égalité, progresse régulièrement. Un baromètre a été mis en place afin de suivre à travers huit indicateurs stratégiques l'évolution de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, pays par pays. La part des femmes dans les comités de direction a ainsi augmenté de trois points en Colombie (23 %). GPA et Grupo Éxito ont mis en place une vaste enquête auprès des collaboratrices pour identifier les freins dans l'accès aux postes à responsabilité, ainsi qu'un audit des rémunérations, qui ne met pas en évidence d'écart significatif. En France, le réseau de femmes "C'avec elles" qui réunit plus de 500 cadres femmes et hommes et se déploie au sein de Monoprix et Cdiscount, a lancé en 2015 un programme pilote de mentoring à

destination des femmes cadres. Par ailleurs, un plan de sensibilisation contre le sexisme sur le lieu de travail a été initié : 800 salariés de toutes les entités en France ont répondu au questionnaire sur les attitudes et comportements observés au quotidien au sein de Casino. Un guide managérial et une campagne de sensibilisation ont été déployés en 2016.

L'alternance, meilleure voie d'intégration des jeunes

Le groupe Casino fait grandir les talents en s'attachant à accompagner, former et encourager les jeunes dans leurs premiers pas vers l'emploi. Cette insertion professionnelle des jeunes par l'alternance fait l'objet d'une attention particulière, avec la "journée inoubliable des Alternants" qui s'est déroulée pour la 4^{ème} année consécutive. Elle réunit plus de 650 alternants et leurs tuteurs afin de valoriser l'apprentissage et les parcours. Des actions de tutorat spécifiques ont aussi été mises en place en faveur de 1 200 alternants du Groupe en France,



Labels

Preuves de son engagement, le Groupe a reçu le "Label Diversité" en 2009 et le "Label Égalité professionnelle" en 2013. Deux certifications de l'Afnor qui n'avaient jamais auparavant été délivrées à un groupe de distribution.

pour garantir une bonne transmission des savoirs et des compétences. Parallèlement, pour combattre au quotidien les idées reçues et permettre aux managers de mieux comprendre la génération dite "Y", le Groupe a diffusé à leur intention et celle des recruteurs le guide "Avez-vous le bon regard sur les jeunes ?", réalisé à partir des contributions de tables rondes organisées en interne.

Promouvoir la diversité, lutter contre toutes les discriminations



Culture managériale

Le référentiel commun des Attitudes et comportements managériaux poursuit son déploiement dans les filiales afin de promouvoir une culture managériale commune, fondée sur les valeurs du Groupe et adaptée aux spécificités locales. Il compte aujourd'hui pour 20 à 30 % dans la rétribution de la performance des managers, et intègre depuis 2016 la prise en compte de la politique RSE du Groupe dans les pratiques managériales. Au Brésil, GPA a ainsi mis en place, à destination du top management, des indicateurs de rémunération relatifs à la RSE, comme le nombre de femmes dans l'encadrement, le nombre de personnes handicapées dans les effectifs ou encore la consommation d'eau et d'énergie.

20 ans d'engagement pour l'emploi des personnes handicapées

Le groupe Casino a célébré en 2015 le 20^e anniversaire de sa politique en faveur des personnes en situation de handicap, amorcée en 1995 avec la conclusion du 1^{er} accord pour l'emploi des salariés en situation de handicap. Grâce à des programmes de recrutement adaptés, des politiques actives de maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, des actions régulières de lutte contre les stéréotypes associés au handicap, les enseignes Casino en France comptent désormais 13 % de travailleurs handicapés. Un résultat obtenu grâce à une démarche construite dans la durée, en collaboration étroite avec les partenaires sociaux.

Aujourd'hui, les actions se déploient à l'échelle du Groupe dans tous les pays où il est implanté. Au Brésil par exemple, le nombre de collaborateurs en situation de handicap a augmenté de plus de 30% par rapport à 2014, suite aux actions mises en place pour favoriser leur recrutement.



4^e journée des apprentis

Pour la quatrième édition, Géant Casino et Supermarchés Casino, avec la participation de Casino Proximité, d'Easydis et de Casino Restauration, ont réuni au mois de juin 2015 près de 650 apprentis et tuteurs au mythique Stade Geoffroy Guichard de Saint-Etienne. L'occasion de mettre en avant les initiatives dans le cadre d'un challenge interne "Concours des Meilleurs Apprentis", récompensant les projets dans les domaines des métiers de bouche, de l'innovation, du management, du commerce de proximité, de la logistique et de la restauration. Une grande journée 100 % dédiée à l'alternance, afin de célébrer la réussite de ceux qui viennent enrichir le patrimoine professionnel et humain des enseignes du Groupe.



Un dispositif innovant de CET-CESU

Dans le cadre de la Loi du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes, les entreprises peuvent négocier un accord expérimental, permettant aux salariés d'utiliser jusqu'à 50% des droits affectés sur un compte épargne temps (CET) afin de financer des prestations de service à la personne, par le biais de chèque emploi service universel (CESU). Fidèle à sa tradition d'innovation sociale, le Groupe a été pilote dans l'expérimentation de cette initiative, officialisée par la signature d'un accord avec trois organisations syndicales. Le Groupe a décidé d'étendre le dispositif au-delà des seuls collaborateurs parents : tous les salariés peuvent bénéficier de cette opportunité, concourant à mieux concilier vie professionnelle et personnelle.



Pour célébrer ces 20 ans d'engagements et d'actions concrètes, 2015 a été rythmée par des événements associant toutes les parties prenantes : campagnes de sensibilisation des collaborateurs, vente de produits-partage au bénéfice de l'association Handi'chiens, colloque Emploi et handicap... La signature, le 28 octobre 2015 à Genève, de la Charte du réseau mondial "Entreprises et handicap" de l'Organisation internationale du travail (OIT) vient réaffirmer cet engagement. Avec 10 autres grandes entreprises internationales, le Groupe s'engage à promouvoir l'emploi des personnes handicapées dans ses activités à travers le monde et témoigne que l'épanouissement des personnes en situation de handicap en entreprise est un levier de performance sociale et économique.

Accompagner l'évolution professionnelle et encourager les talents

Employeur majeur dans les pays où il est implanté, le Groupe joue un rôle clé pour le développement professionnel des collaborateurs et la mise en valeur des talents individuels, au service des clients.

Accompagner le développement des talents

Identifiés grâce à des processus d'évaluation, les talents du Groupe bénéficient de parcours de formation adaptés afin de construire un projet d'évolution professionnelle. Ainsi la proportion des postes pourvus en interne ne cesse de croître grâce à des passerelles entre filiales. La mobilité professionnelle se développe à tous les niveaux, tant en France qu'à l'international. En France, plus d'un tiers des postes sont désormais pourvus en interne par mobilité transversale entre les enseignes. Et au Brésil, depuis cette année, la majorité des postes dirigeants sont pourvus grâce à la mobilité interne.

La formation professionnelle, outil de compétitivité

Parallèlement, les entités progressent dans la construction des outils de transmission des compétences propres à leurs métiers, à tous les niveaux. Franprix réinvente son métier de commerçant avec le concept Mandarine par la création d'une académie éponyme, destinée à transmettre aux équipes des magasins les compétences clés pour créer de la proximité et de l'affinité au service des clients. Enfin, au Brésil,

l'université Assaí se charge à la fois de former les collaborateurs des magasins au métier du cash & carry et de faire progresser les salariés non diplômés, avec son programme "Aprende Mais" qui dispense des enseignements scolaires de base.

Nouvel accord pour la France

Destiné à faire de la formation professionnelle un investissement de compétitivité au sein de l'entreprise, mais aussi à sécuriser les parcours



professionnels et à améliorer l'accès à la formation de ceux qui en ont le plus besoin, Casino a conclu en France un nouvel accord mi-2015 avec les partenaires sociaux. Il permet une meilleure traçabilité des formations réalisées sur le terrain, au plus près des besoins des collaborateurs et des magasins. Afin d'aider les managers à faire progresser leurs collaborateurs, l'accord prévoit la construction d'un référentiel de compétences partagé, et l'identification de formations pour les acquérir, ainsi qu'une nouvelle démarche pour réaliser les entretiens professionnels, appuyée par une formation spécifique des managers. Cet accord constitue une étape importante avant le lancement, en 2016, d'un vaste chantier structurant qui conjuguera formation, gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC) et transmission des savoirs.

La Casino World Community franchit le cap des 15 000 membres



Destinée à renforcer les liens et les passerelles entre les filiales en France et à l'international, la Casino World Community a doublé le nombre de ses utilisateurs en 2015 et compte désormais plus de 15 000 membres dans tous les pays d'implantation du Groupe. Elle renforce la culture commune à travers challenges thématiques, projets solidaires et initiatives locales, et intègre désormais les bourses à l'emploi du Groupe. Un véritable laboratoire d'idées, récompensé en 2015 par le Prix de la stratégie digitale interne des Grands prix Communication & entreprise.

Des marques propres inscrites dans l'ADN du Groupe

Pionnier des marques de distributeurs, Casino développe et commercialise depuis 115 ans des produits qui concilient plaisir du goût, santé, qualité et innovation. Une démarche sans concession déployée dans toutes ses enseignes.

Le plaisir du goût accessible à tous

Performantes, adaptées à la culture locale, reconnues pour leur qualité et choisies pour leurs prix compétitifs, les marques propres des enseignes du Groupe constituent depuis toujours un atout différenciant auprès des clients. En France, les marques Casino défendent le goût des bonnes choses. Casino Délices renforce sa collaboration avec Michel Troisgros et lance de nouvelles recettes de plats cuisinés frais, très marquées par la personnalité et la cuisine du chef 3 étoiles. La gamme Casino Bio est élargie avec des produits plus gourmands destinés à toute la famille. La marque de Casino Ça vient d'ici continue de s'étendre avec 80 références de produits des régions, emblèmes d'une tradition culinaire vivante, tandis que Monoprix crée Made in pas très loin, avec une offre de 40 produits issus de la région parisienne. Monoprix Gourmet mène une démarche de progrès continu pour améliorer en permanence les recettes et en proposer de nouvelles et la marque Franprix se renforce avec 550 références de qualité fin 2015.



Engagé pour la santé des consommateurs

Premier distributeur à signer, dès 2008, une Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel, le Groupe s'appuie sur un Comité santé composé d'experts indépendants de haut niveau. Médecins, agronomes, économistes ou encore sociologues, ils accompagnent Casino pour analyser les tendances scientifiques dans le domaine de la nutrition et de la santé et identifier les pistes pour améliorer sans cesse la qualité des produits à marques propres. Sous son impulsion, le Groupe améliore les qualités nutritionnelles de ses produits en diminuant la teneur en graisses, en sucres simples et en sel ainsi qu'en substituant certains ingrédients par

d'autres ayant un meilleur profil nutritionnel. Plus de 2 000 recettes ont ainsi été retravaillées. Le Comité santé a également accompagné le Groupe dans la création de gammes spécifiques destinées à répondre à deux préoccupations majeures des consommateurs : les pesticides et les antibiotiques. Partenaires de confiance des associations, Casino et Monoprix développent des gammes de produits sans sucre, sans gluten ou sans lactose pour les consommateurs souffrant d'allergies, d'intolérance ou de diabète. Distributeur référent dans le domaine de la santé, le Groupe fait partie de l'instance de réflexion mise en place par le Ministère de la Santé en vue de l'adoption d'un système d'information nutritionnel simplifié.

Un soutien aux filières locales

Garant de la qualité des produits, l'approvisionnement local est au cœur de la politique du Groupe. En France, il développe des partenariats avec des agriculteurs, des vignerons, des éleveurs, des mareyeurs et des ports de pêche, notamment à travers ses programmes Le Meilleur d'ici, Ici en France, Ça vient d'ici, La Criée et sa marque Terre & Saveurs. Avec le programme Caras do Brasil, Pão de Açúcar permet à des coopératives artisanales de vendre leurs produits au sein de ses magasins. En Colombie, Éxito développe un programme de certification des bonnes pratiques agricoles auprès de ses fournisseurs de fruits et légumes. En France, le Groupe va plus loin et sensibilise les producteurs à la biodiversité. Planter des haies, monter des murets en pierre, créer des mares naturelles : le retour aux pratiques traditionnelles permet d'attirer les bons insectes pour éloigner les nuisibles. Un cercle vertueux qui vise à limiter l'utilisation des produits phyto-sanitaires.

Toujours plus bio

Avec Casino Bio, Naturalia, Monoprix Bio, Leader Price Bio et Franprix Bio en France, Tæq au Brésil et en Colombie, les enseignes du Groupe proposent désormais 14 000 références de produits à marques propres issus de l'agriculture biologique. En France, l'enseigne Naturalia, spécialiste des produits bio, a ouvert 37 magasins en 2015.



Avec Campo Vivo pour le commerce équitable

Éxito s'est allié avec l'entreprise sociale Campo Vivo, qui permet à des petits agriculteurs de se former aux pratiques agricoles durables, pour assurer la distribution de leurs produits dans les enseignes du Groupe. Une nouvelle preuve de son engagement en faveur des producteurs locaux et du commerce équitable.

Agir pour bâtir un modèle de développement durable

Dans le cadre de la COP 21, le groupe Casino a réaffirmé ses engagements pour lutter contre le changement climatique et déployer des solutions concrètes permettant de réduire son empreinte environnementale.



Partenaire du Sommet des élus locaux

Réunissant un millier de maires et d'élus des collectivités du monde entier, le Sommet des élus locaux s'est tenu à Paris le 4 décembre 2015 en marge de la COP 21. L'occasion de partager leurs initiatives pour lutter contre le dérèglement climatique. En effet, les zones urbaines sont à l'origine de 70 % des émissions de gaz à effet de serre (GES). Les collectivités ont donc un rôle majeur à jouer pour lutter contre le dérèglement climatique, territoire par territoire, ville par ville. Le groupe Casino est l'un des principaux partenaires du Sommet, co-présidé par Mme Anne Hidalgo, Maire de Paris, et M. Michael Bloomberg, envoyé spécial des Nations Unies pour les villes et le changement climatique.



Des solutions efficaces déployées à grande échelle

Avec son réseau de magasins, le métier de commerçant du Groupe le place au cœur des enjeux du changement climatique. En optimisant les transports de marchandises, en renforçant l'efficacité énergétique de ses bâtiments, en recyclant et valorisant les déchets et en sensibilisant ses clients à la consommation responsable, le groupe Casino privilégie une approche concrète. Les enseignes du groupe Casino en France et en Amérique latine mettent en place des solutions efficaces et innovantes pour limiter l'impact de ses activités sur le climat. Des solutions qui ont été présentées aux collaborateurs lors de conférences organisées pendant la COP 21 et au travers du livret "12 solutions du groupe Casino pour la COP 21".

L'efficacité énergétique des bâtiments

En France, plus de 630 magasins sont déjà certifiés ISO 50 001. Parmi les actions mises en œuvre,

100 % des hypermarchés Géant Casino, plus de 80 % des supermarchés Casino et plus de 40 % des magasins Monoprix, l'intégralité des magasins Casino Shop et de Franprix passés au nouveau concept Mandarine ont équipés les meubles froids positifs de portes, réduisant de près d'un quart leur consommation d'énergie. Le Groupe est en voie de tenir son engagement de couvrir d'ici 2020, 75 % des meubles froids avec des portes. Au Brésil, plus de 90 magasins utilisent uniquement des LED. Par ailleurs, 60 centrales photovoltaïques ont été implantées sur les toitures ou les ombrières de



parking des magasins du Groupe, soit environ 500 000 m² de panneaux photovoltaïques. En Colombie, la plus grande centrale solaire de Colombie a été mise en service cette année sur le toit du magasin Éxito Panorama de Baranquilla. Ses 6 300 m² de panneaux photovoltaïques permettent d'économiser 230 tonnes d'émissions carbone par an.

Le recyclage et la valorisation des déchets



100 % des hypermarchés Géant Casino trient et valorisent les déchets plastiques, cartons et organiques. Au Brésil, 100 % des déchets plastiques et des cartons des magasins Pão de Açúcar, Assaí et Extra sont également triés et valorisés. Plus de 400 magasins Casas Bahia et Pontofrio trient et recyclent le carton et le plastique des points de vente avec le programme Reviva. Au Brésil encore, les emballages en carton des produits Taq commercialisés par GPA utilisent du matériel recyclé provenant des emballages collectés auprès des clients : le programme d'économie circulaire Novo de Novo, initié en 2009, a permis de recycler et de réutiliser plusieurs millions d'emballages. Les enseignes sensibilisent leurs clients au recyclage des produits usagés et mettent à leur disposition des bornes de collecte en magasins. En 2015,

378 tonnes de piles, 83 tonnes d'ampoules, 2 370 tonnes de petits appareils électriques, 7 tonnes de cartouches d'encre ont été récupérées pour être valorisées.

Des transports moins polluants

Afin de réduire les émissions de GES liées au transport de marchandises, le Groupe met en place des plans d'actions efficaces pour optimiser les flux logistiques : partenariats de mutualisation des flux, amélioration des process de chargement permettant d'augmenter le taux de remplissage des véhicules, modes de transport moins émetteurs de GES. Les enseignes urbaines de proximité disposent ainsi d'une flotte spécifique de véhicules propres et silencieux, les camions "Citygreen" Piek-azote et qui fonctionnent au gaz naturel de ville (GNV), pour livrer les magasins Casino. Les modes de transport alternatifs se multiplient, avec le développement par Franprix du transport fluvial sur la Seine pour livrer les magasins de la capitale, et le ferroutage, mode de transport multimodal utilisé par Monoprix pour livrer la plateforme logistique de Paris-Bercy qui dessert 90 magasins de l'agglomération parisienne.

Agir pour bâtir un modèle de développement durable

La lutte contre le gaspillage alimentaire

Pour agir efficacement contre le gaspillage alimentaire en modifiant les comportements, le guide "Lutter contre le gaspillage alimentaire" a été diffusé dans plus de 2 000 magasins des enseignes Géant Casino, Casino Supermarchés, Leader Price, Franprix, Casino Shop et Petit Casino, tandis que Monoprix reconduisait cette année son dispositif de sensibilisation autour de "l'ABC anti gaspillage". En complément, l'enseigne urbaine a lancé en 2015 un dispositif innovant, invitant ses clients à venir cuisiner des fruits et légumes présentant des défauts d'aspect dans son Cook truck, à l'occasion de la journée de lutte contre le gaspillage alimentaire. Des actions qui viennent relayer le travail des enseignes et entrepôts du Groupe, qui



mettent en œuvre de longue date le don des produits à date de limite de conservation courte auprès notamment des réseaux des banques alimentaires. 13 300 tonnes de denrées ont ainsi été données par les différentes enseignes du Groupe en 2015.

GreenYellow, performances énergétiques optimisées

Le Groupe continue d'améliorer l'efficacité énergétique de ses magasins via des contrats de performance énergétique (CPE) mis en place par sa filiale GreenYellow. Des experts en solutions énergétiques aident les enseignes à mieux maîtriser leurs consommations énergétiques, notamment en optimisant les meubles frigorifiques, les équipements d'éclairage et d'air conditionné et en pilotant avec précision la consommation des installations. En France, où 630 sites Casino ont obtenu en 2013 la certification ISO 50001 de leur système de management énergétique, la consommation d'électricité du Groupe a diminué de près de 4,5 % et 400 sites hypermarchés et supermarchés sont équipés de portes sur leurs meubles frigorifiques à froid positif, soit plus de 40 km. En Colombie, les programmes mis en place avec GreenYellow ont permis à Grupo Éxito d'économiser en 2015 plus de 56 GWh, soit l'équivalent de la consommation électrique annuelle de 31 500 foyers. Au Brésil, une centaine d'hypermarchés Extra ont bénéficié de CPE cette année.



Franprix anticipe la suppression des sacs plastiques



Dès le 30 novembre 2015, Franprix a amorcé dans ses magasins en France la suppression des sacs plastiques à usage unique, anticipant l'application de la loi du 17 août 2015 relative à la transition énergétique. Informations pédagogiques et solutions alternatives sont proposées aux clients de l'enseigne pour les accompagner dans ce changement.



Bilan carbone

Afin de maîtriser ses émissions de gaz à effet de serre, le Groupe réalise chaque année un bilan carbone portant sur l'ensemble de ses filiales à travers le monde. Les émissions de GES sont ainsi évaluées à 2,3 millions de tonnes équivalent-CO2 en 2015 (scopes 1 et 2). Principaux postes d'émissions directes, les recharges de fluides frigorigènes, les consommations d'énergie et le transport de marchandises sont au cœur des initiatives et des plans d'actions déployés par les enseignes tout au long de l'année. En 2015, le Groupe a publié pour ses équipes techniques un Guide du Froid durable, pour un froid bas carbone.

La Solution est dans l'assiette

Destinée à expliquer comment lutter contre le réchauffement climatique en agissant concrètement sur sa consommation alimentaire, le programme "La Solution est dans l'assiette" lancée par la Fondation GoodPlanet a été relayée en France dans les hypermarchés Géant Casino et les supermarchés Casino, avec la mise en avant de produits plus respectueux de l'environnement et la diffusion d'une brochure d'information auprès des clients.



Solidaire des populations les plus fragiles

Acteurs impliqués dans les territoires, les enseignes du groupe Casino se mobilisent au profit des plus démunis dans chacun des pays où elles sont implantées.

Les banques alimentaires, partenaires naturels du Groupe

La collaboration avec les banques alimentaires au profit des plus démunis est un des axes forts de la politique sociétale du Groupe, non seulement par le ramassage régulier de produits frais dans les magasins mais aussi grâce aux collectes de produits secs auprès des clients. Partenaire de la Fédération française des banques alimentaires, le Groupe participe chaque année à la journée de collecte nationale : en 2015, 6 200 magasins des enseignes françaises se sont mobilisés les 27 et 28 novembre 2015, permettant de collecter 1 426 tonnes de produits de première nécessité. La semaine suivante, le 5 décembre, GPA organisait au Brésil le troisième Dia de Solidariedade au profit des associations Amigos do Bem et Mesa Brasil, avec 700 tonnes de denrées collectées dans 1 100 magasins, l'Instituto GPA offrant 1kg supplémentaire pour 10 kg de produits collectés. De



la même façon, Grupo Éxito en Colombie, Vindémia à La Réunion, Libertad en Argentine et pour la première fois Disco en Uruguay se mobilisent pour les banques alimentaires locales. Au total, 16 000 tonnes de produits alimentaires ont été données en 2015 aux banques alimentaires, via des dons directs ou la collecte auprès des clients, soit l'équivalent de 32 millions de repas.

Les initiatives de solidarité nationale

Les enseignes du Groupe initient ou participent à des opérations au profit d'associations d'intérêt général, au plus près des attentes des associations locales et nationales. Ainsi, en France, Franprix soutient le Secours Populaire et la Croix Rouge grâce à "l'Arrondi", dispositif permettant aux clients d'arrondir leur ticket de caisse à l'euro supérieur, tandis que Cdiscount a mis en place des systèmes de dons : jouets pour les arbres de Noël de



différentes associations ou anciens ordinateurs des équipes pour une entreprise d'insertion du réseau Emmaüs. Dans le même esprit, Libertad en Argentine organise l'opération "Donemos sonrisas" dans ses magasins au profit d'associations d'aide à l'enfance : 460 000 euros ont été collectés auprès

des clients en 2015. Parallèlement, les opérations de produit-partage avec les fournisseurs se multiplient : en France avec Danone pour les enfants hospitalisés, avec Nivea pour l'Agence du don en nature, avec Pampers pour Unicef...

Des fondations mobilisées pour l'enfance

Les six fondations du Groupe poursuivent de longue date un objectif commun : lutter contre l'isolement culturel et social en s'engageant en faveur de l'enfance.

FONDATION GROUPE CASINO

Combattre l'exclusion culturelle

Créée en 2009, la Fondation poursuit son engagement pour prévenir l'exclusion culturelle des enfants par la pratique du théâtre. En partenariat avec l'Éducation nationale, le programme "Artistes à l'école" permet ainsi à des élèves



d'établissements situés dans des quartiers d'éducation prioritaire de participer, sur le temps scolaire, à des projets axés sur le théâtre. Neuf projets ont été sélectionnés par le Comité artistique de la Fondation pour deux années scolaires. Tout au long du mois de juin 2015, les 2 000 élèves bénéficiaires du programme ont ainsi offert des représentations dans les théâtres partenaires, le programme s'achevant le 3 juillet à l'Odéon - Théâtre de l'Europe.

Parallèlement, le dispositif "Parrains engagés" encourage les collaborateurs du Groupe à parrainer des projets locaux de pratiques théâtrales. Six initiatives ont bénéficié cette année du soutien et du financement de la Fondation.

Et pour faire vivre l'engagement de la Fondation auprès des clients et des collaborateurs, l'opération solidaire "Tous en Scène" a vu le jour cette année : pendant le mois de juin, près de 4 000 magasins et sites du Groupe en France se sont mobilisés pour la vente de produits-partage au profit des projets de théâtre des associations.

Des fondations mobilisées pour l'enfance

INSTITUTO GPA

Égalité des chances et insertion professionnelle



L'Instituto GPA développe au Brésil des programmes d'éducation pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes de milieux modestes. Partenaire du gouvernement de Rio de Janeiro, il apporte son financement au centre de formation professionnelle NATA qui permet à plus de 300 élèves de se former aux métiers de la boulangerie et du lait. En 2015, 6 d'entre eux ont bénéficié d'un voyage d'étude en France. L'Instituto déploie avec la Fondation Getúlio Vargas le programme "Prosperar" de bourses d'excellence destinées à des élèves méritants issus de familles modestes.



L'Instituto GPA est aussi reconnu pour son programme d'apprentissage de la musique Música & Orquestra : en 15 ans, 13 000 jeunes défavorisés de 10 à 18 ans ont bénéficié d'une formation musicale de deux ans. L'occasion de se produire dans des conditions parfois exceptionnelles : en 2015, 26 jeunes de l'orchestre étaient en tournée en France au mois de juin pour la fête de la musique.

FONDATION ÉXITO

Objectif zéro malnutrition

En Colombie, la Fondation Éxito est à l'initiative d'un mouvement national de lutte contre la malnutrition infantile, intitulé "Gen Cero", qui unit les efforts des acteurs publics et privés pour éradiquer la malnutrition infantile à l'horizon 2030. Elle a signé à ce titre en 2015 un accord de partenariat avec l'Unicef. La Fondation soutient ainsi 224 associations à travers le pays pour garantir une alimentation saine et équilibrée aux enfants et futures mères issus de milieux défavorisés. Plus de 28 650 enfants et 9 576 familles ont bénéficié du programme d'aide alimentaire de la Fondation en 2015.



FONDATION MONOPRIX

Lutter contre l'isolement

La Fondation Monoprix concentre son action sur l'accès à l'alimentation et aux biens de première nécessité et sur la lutte contre l'isolement dans les zones urbaines. Elle a apporté son soutien à 17 projets associatifs dont 5 parrainés par des collaborateurs. En juin 2015, une semaine de solidarité a été organisée permettant à 650 collaborateurs et 12 magasins de s'engager dans des actions solidaires.



FONDATION VIA VAREJO

Solidarité et culture

La Fondation Via Varejo articule ses nombreuses actions autour du développement social et de la culture brésilienne. En 2015, elle a mis en place plusieurs actions dans les villes de São Paulo, Rio de Janeiro et Bahia, en soutenant l'association "Teto", qui lutte contre l'extrême pauvreté à travers la construction d'habitats d'urgence, et le programme "Solar Ear" qui propose des appareils auditifs pour personnes malentendantes, rechargeables par énergie solaire et jusqu'à 80% moins chers que ceux du marché. Enfin, la Fondation promeut des actions pour préserver la culture brésilienne, populaire et contemporaine, au travers du soutien, par exemple, de festivals de danse et de carnivals.

Casino World Community solidaire

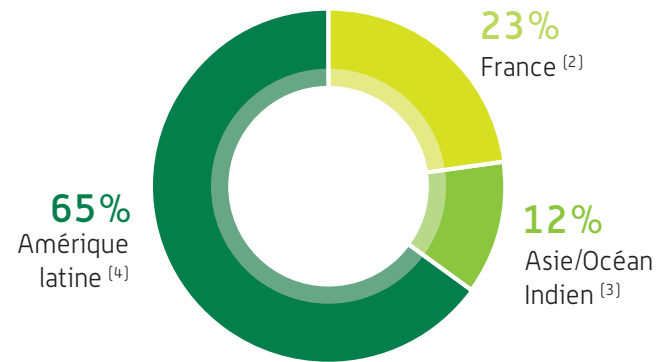
À travers la plateforme communautaire "Casino World Community", les collaborateurs de tous les pays du Groupe ont été invités à gagner des points et à les attribuer à des projets solidaires proposés par les différentes fondations. Sept projets locaux ont ainsi bénéficié d'un soutien financier du Groupe, notamment Gol de Letra au Brésil pour accompagner leurs programmes sociaux-éducatifs et la Fondation Big C pour son programme à destination des enfants de la région d'Omkoï.

Suivi des performances RSE 2015

Employeur engagé

DIVERSITÉ

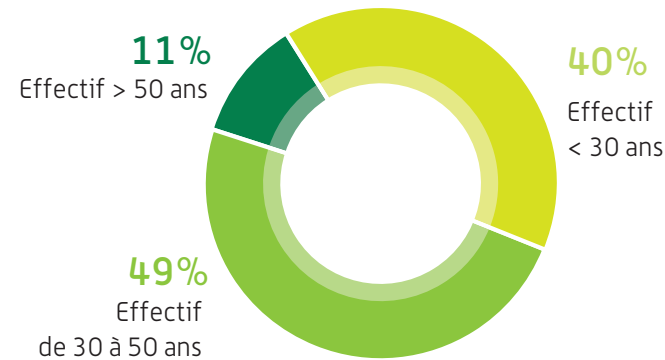
Répartition de l'effectif Groupe par zone géographique ⁽¹⁾



72% des effectifs du Groupe sont situés en France et au Brésil.

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2015
⁽²⁾ France : Casino, Franprix, Leader Price, Monoprix, Cdiscount
⁽³⁾ Asie / Océan Indien : Big C Vietnam, Big C Thaïlande, Vindémia
⁽⁴⁾ Amérique latine : Grupo Éxito, GPA, Libertad, Disco/Devoto

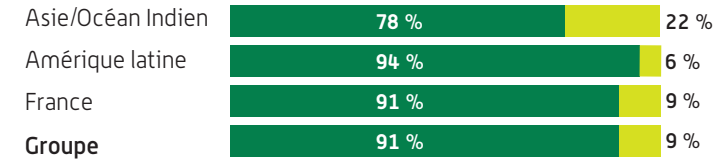
Répartition de l'effectif Groupe par tranche d'âge ⁽¹⁾



Engagé en faveur de l'intégration professionnelle des jeunes, le Groupe compte plus de 130 600 collaborateurs de moins de 30 ans.

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2015

Répartition de l'effectif CDI / CDD ⁽¹⁾

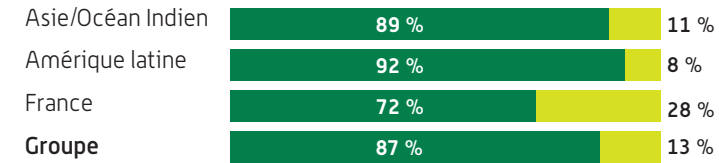


Le groupe Casino emploie très majoritairement en contrat à durée indéterminée avec 91% des collaborateurs en CDI.

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2015

■ % de l'effectif en CDI
 ■ % de l'effectif en CDD

Répartition de l'effectif en temps complet / temps partiel ⁽¹⁾

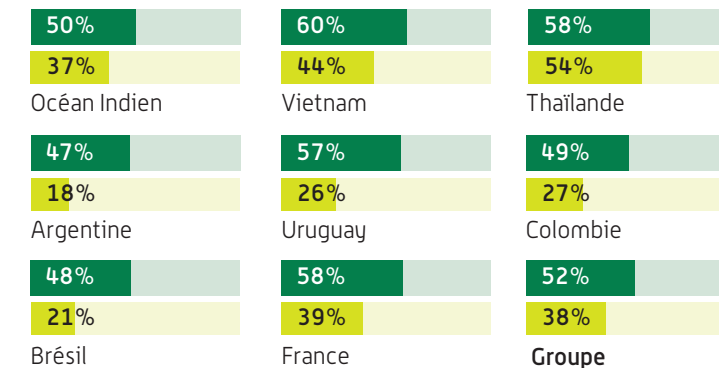


Le groupe Casino emploie très majoritairement en contrat à temps plein avec 87% des collaborateurs concernés.

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2015

■ % de l'effectif à temps complet
 ■ % de l'effectif à temps partiel

Pourcentage de femmes dans l'effectif total et l'effectif Cadre ⁽¹⁾

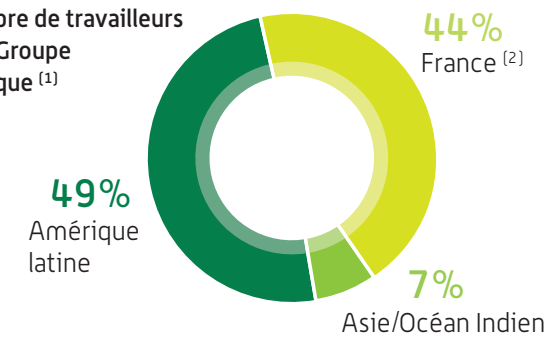


Le Groupe renforce la mixité des équipes grâce à une politique active sur l'ensemble des thématiques liées à l'égalité professionnelle : mixité des métiers, gestion des carrières féminines, équité des processus ressources humaines (rémunérations, accès à la formation, recrutement et promotions), et parentalité.

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2015

■ % de femmes dans l'effectif
 ■ % de femmes dans l'encadrement

Répartition du nombre de travailleurs handicapés dans le Groupe par zone géographique ⁽¹⁾

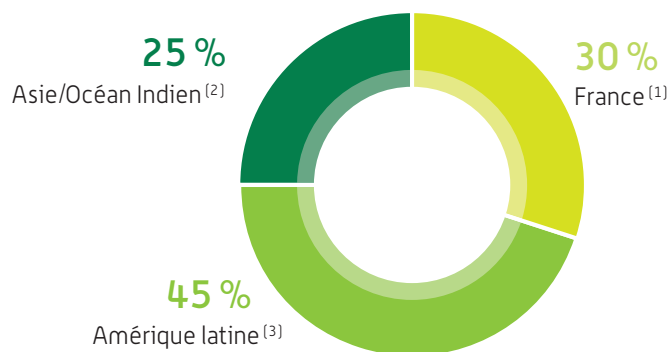


Le Groupe enregistre une progression du nombre de travailleurs handicapés de 27% par rapport à 2014, conséquences positives des programmes déployés en 2015.

⁽¹⁾ Effectif CDD/CDI au 31/12/2015
⁽²⁾ France : Casino, Franprix, Leader Price, Monoprix, Cdiscount
⁽³⁾ Asie / Océan Indien : Big C Vietnam, Big C Thaïlande, Vindémia
⁽⁴⁾ Amérique latine : Grupo Éxito, GPA, Libertad, Disco/Devoto

Groupe mobilisé pour l'environnement

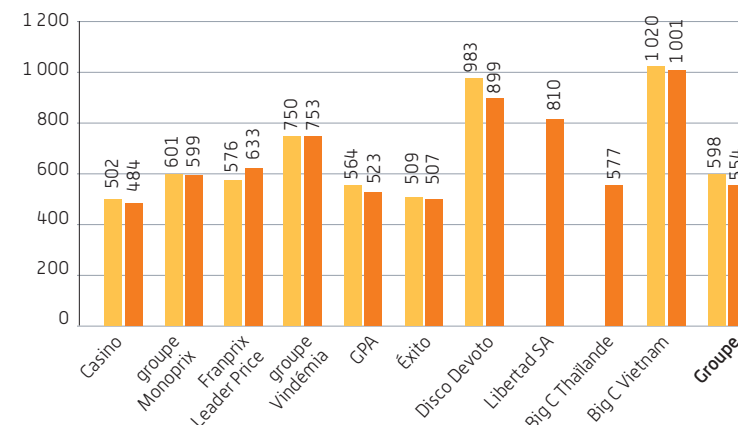
Émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) Scopes 1 et 2 par zone géographique



La répartition des émissions directes et indirectes (scopes 1+ 2) est en partie proportionnelle à la surface de vente de chaque pays. La France est sous-représentée au regard de sa surface de vente grâce à son électricité décarbonée et à son avance en matière d'économies d'énergie. À l'inverse la zone Asie/Océan Indien est surreprésentée du fait de l'intensité carbone élevée du mode de production électrique local.

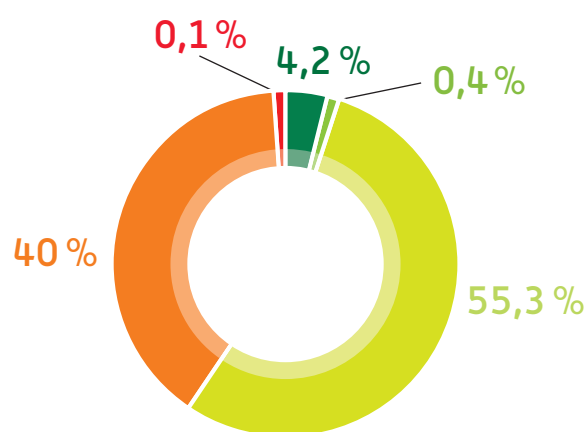
⁽¹⁾ France : Casino, Franprix, Leader Price, Monoprix, Cdiscount
⁽²⁾ Asie / Océan Indien : Big C Vietnam, Big C Thaïlande, Vindémia
⁽³⁾ Amérique latine : Grupo Éxito, GPA, Libertad, Disco/Devoto

Évolution de l'efficacité énergétique par Entité du Groupe en kWh/m²



La consommation électrique par unité de surface de vente est en baisse depuis 2012 au niveau Groupe avec, notamment, en France et au Brésil, une poursuite des programmes d'amélioration énergétique. Les écarts s'expliquent par les différences d'activités entre les entités et les conditions climatiques locales. Ainsi, au Brésil, les magasins non alimentaires de Via Varejo consomment en moyenne 176 kWh/m², quand les hypermarchés Extra de GPA sont à 700 kWh/m², les hypermarchés Géant en France à 401 kWh/m et les supermarchés Casino ou Monoprix à 557 kWh/m².

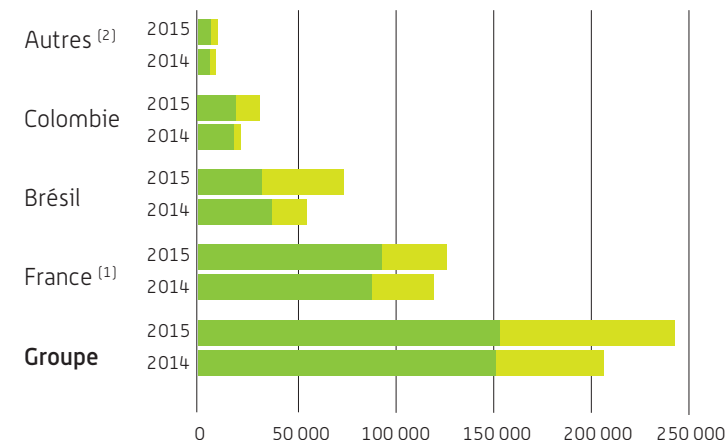
Répartition 2015 des émissions de Gaz à Effet de Serre des scopes 1 et 2 par source



Le profil d'émission 2015 reste inchangé depuis le Bilan Carbone réalisé en 2012 : Le scope 1 est principalement constitué des émissions fugitives des installations frigorifiques. Le scope 2 correspond pour l'essentiel à la quantité et à l'intensité carbone de l'électricité consommée.

- Scope 1**
 - Combustibles chauffage
 - Combustibles flotte de véhicules
 - Fluides
- Scope 2**
 - Électricité
 - Chauffage urbain

Évolution de la masse de déchets valorisée



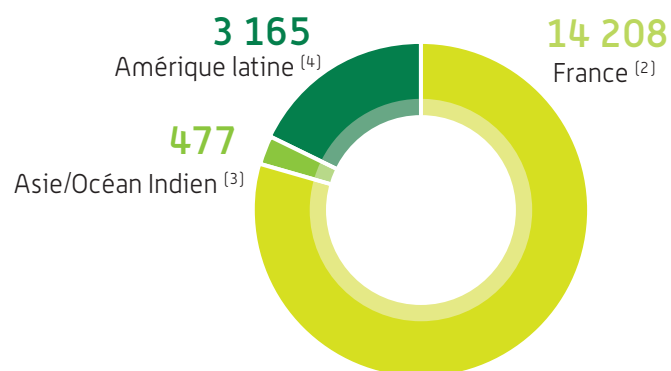
La masse de déchets triés par les magasins pour être valorisés continue à augmenter. Le périmètre de reporting a progressé en 2015 et intègre de nouvelles activités. Les données 2015 couvrent ainsi 82% de la surface de vente du Groupe (augmentation de 15% par rapport à 2014).

⁽¹⁾ France
 Données 2014 : hors magasins de proximité et hors Franprix
 Données 2015 : hors tonnages en organique pour FP et LP
⁽²⁾ Autres : Uruguay, Argentine, Océan Indien (uniquement Vindémia, hors activités Mayotte, Maurice, Madagascar)

Commerçant responsable

PROMOUVOIR UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

Nombre de produits certifiés "responsables"⁽¹⁾ de marques nationales et marques propres du Groupe



Le groupe Casino commercialise dans ses magasins plus de 17 850 produits certifiés responsables, soit une augmentation de 17 % par rapport à 2014.

Il propose notamment une large gamme de produits issus de l'agriculture biologique avec plus de 14 490 produits commercialisés dans les magasins du Groupe.

En France, plus de 12 020 produits labellisés "AB" (hors textile) sont proposés en magasin dont plus de 1 170 produits à marque propre. À l'international, plus de 2 470 produits issus de l'agriculture biologique sont commercialisés par les enseignes du Groupe dont 65 % par GPA.

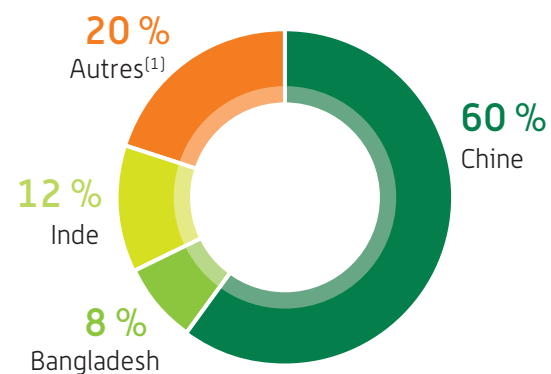
⁽¹⁾ Produits issus de l'agriculture biologique (hors textile à base de coton bio), du commerce équitable, labellisés MSC, FSC, NF Environnement, PEFC, écolabel Européen, ECOCERT

⁽²⁾ Offre produits des enseignes Casino, Monoprix et Leader Price

⁽³⁾ Offre produits de Vindémia et de Big C Thaïlande

⁽⁴⁾ Offre produits de Grupo Éxito, GPA, Libertad, Disco/Devoto

Répartition par pays des audits sociaux ICS réalisés par le Groupe



En 2015, 349 audits sociaux ICS ont été menés dont 270 audits menés directement par le Groupe et 79 audits réalisés par d'autres membres de l'ICS (usines communes). Sur les 270 audits menés par le Groupe, 81 % sont des audits initiaux et 19 % des audits de suivi. 60 % des usines auditées par le Groupe sont situées en Chine, 12 % en Inde et 8 % au Bangladesh.

Depuis 2003, plus de 2 000 audits ICS en cumulé ont été effectués par le Groupe. Par ailleurs, pour tenir compte de la situation particulière du Bangladesh, le Groupe a maintenu l'audit de 100 % des usines de premier rang travaillant pour ses marques propres dans ce pays.

⁽¹⁾ Dont Pakistan, Thaïlande et Vietnam

Éthique sociale

ACCOMPAGNER LES FOURNISSEURS

Le groupe Casino a déployé depuis 2002 auprès de ses fournisseurs une démarche d'éthique sociale qui vise à contribuer à l'amélioration des conditions sociales de fabrication des produits à marque propre distribués par le Groupe. En signant la Charte éthique fournisseurs, le fournisseur reconnaît la prééminence des valeurs énoncées dans la Déclaration universelle des droits de l'homme et dans la Déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail. Il s'engage à respecter les huit critères d'exigence de la Charte éthique, notamment l'interdiction du travail des enfants.

Pour s'assurer du respect de ces exigences, une campagne annuelle d'audits sociaux est menée : 349 audits de sites de production de marques propres ont été réalisés cette année par des cabinets indépendants spécialisés, selon le référentiel Initiative clause sociale (ICS). Ces campagnes ciblent en priorité les pays susceptibles de présenter des risques de non-respect des droits de l'homme et des normes du travail. Les audits des sites de production donnent lieu à l'établissement d'un rapport d'audit et si nécessaire, d'un plan d'actions correctives que les usines concernées s'engagent à mettre en œuvre dans un délai précis. A défaut, les fournisseurs peuvent voir leur notation dégradée et être déréférencés.

Conscients que les audits ne sont qu'une étape nécessaire mais non suffisante, les bureaux locaux du Groupe jouent un rôle essentiel pour aider les fournisseurs à mieux comprendre les attentes du Groupe. Parallèlement, la Direction de la RSE mène des actions de sensibilisation récurrentes auprès des équipes achats, des bureaux locaux et des fournisseurs auxquels la charte éthique est présentée. Ces dernières années, les équipes achats de Cdiscount et Multivarejo ont été particulièrement concernées par ces actions de formation.

Pour tenir compte de la situation particulière du Bangladesh, le Groupe audite 100 % des usines textiles de premier rang travaillant pour ses marques propres dans ce pays. Il a mis en place des audits systématiques non annoncés de pré-référencement et renforcé ses contrôles sur la sécurité. Casino Global Sourcing a adhéré en juillet 2013 à l'Accord on Fire and Building Safety, afin de soutenir la démarche mise en place et de participer à l'amélioration des conditions de sécurité dans les usines. Les usines textiles produisant pour les marques propres ont été auditées et font l'objet d'un plan d'actions correctives de l'ACCORD.

Indicateurs RSE 2015

	Unité	Groupe	France				Océan Indien	Brésil	Colombie	Uruguay	Argentine	Thaïlande	Vietnam
			Casino	Cdiscount	Monoprix	Franprix Leader Price	Vindémia	GPA	Éxito	Disco Devoto	Libertad SA	Big C	Big C
Employeur engagé													
Effectif au 31/12/15*	Nombre	325 820	38 243	1 463	21 487	13 612	4 296	160 082	41 141	7 926	3 289	26 272	8 009
Effectif féminin	%	52%	59%	45%	62%	48%	50%	48%	49%	57%	47%	58%	60%
Effectif masculin	%	48%	41%	55%	38%	52%	50%	52%	51%	43%	53%	42%	40%
Effectif de moins de 30 ans	%	40%	22%	29%	34%	29%	25%	41%	48%	47%	27%	52%	69%
Effectif de 30 à 50 ans	%	49%	51%	65%	43%	58%	62%	50%	46%	42%	71%	46%	29%
Effectif de 50 ans et plus	%	11%	27%	6%	23%	13%	13%	9%	6%	11%	2%	2%	1%
Effectif en CDI	%	91%	91%	91%	91%	90%	91%	98%	82%	83%	99%	87%	44%
Effectif en temps complet	%	87%	71%	98%	71%	73%	86%	96%	80%	82%	55%	87%	98%
Pourcentage de femmes dans la population "cadre"	%	38%	34%	40%	53%	27%	37%	21%	27%	26%	18%	54%	44%
Nombre de travailleurs handicapés dans l'entreprise au 31/12/15	Nombre	9 345	3 117	34	875	82	91	4 286	244	26	29	550	11
Nombre d'embauches réalisées dans l'année en CDI	Nombre	81 103	3 352	276	4 434	1 334	202	51 737	5 639	2 318	102	10 782	927
Nombre de personnes recrutées de moins de 26 ans (CDI+CDD)	Nombre	92 253	10 218	156	9 654	5 239	792	27 430	18 577	2 469	117	14 521	3 080
Taux d'absentéisme pour accidents et maladies (dont maladies professionnelles)	%	1,6%	8,5%	4,3%	6,6%	7,3%	2,7%	-	0,9%	6,7%	3,2%	0,9%	0,5%
Turnover annuel (CDI)	%	32%	12%	9%	21%	17%	9%	42%	23%	22%	11%	47%	21%
Nombre d'heures de formation par personne	Heures	19	6	13	5	4	6	12	44	4	15	63	13
Nombre de salariés en CDI promus dans l'année dans une catégorie supérieure	Nombre	20 355	331	36	779	456	185	8 882	4 146	1 570	47	3 283	640
Nombre annuel de réunions avec les représentants du personnel	Nombre	22 689	14 631	88	5 068	678	606	439	702	39	360	-	78
Commerçant responsable & Partenaire de confiance**													
Nombre de produits certifiés "responsables"	Nombre	17 850	2 241	1 065	10 347	555	367	2 528	306	216	115	110	-
Nombre de produits issus de l'agriculture biologique (MN et MDD) - hors textile	Nombre	14 498	1 991	62	9 469	504	365	1 599	232	68	100	-	-
Nombre de produits issus de bonnes pratiques agricoles	Nombre	2 418	379	-	97	14	-	1 462	147	-	-	-	-
Groupe mobilisé pour l'environnement***													
Bilan GES scope 1	tCO2	1 477 461	407 015	13 608	88 247	110 386	16 544	541 647	188 021	39 538	34 465	21 631	16 359
Bilan GES scope 2	tCO2	900 683	52 307	332	19 549	22 733	34 289	123 383	72 867	25 757	33 827	454 016	61 621
Consommation d'électricité													
Electricité totale consommée	MWh	4 730 113	926 677	5 932	321 742	405 168	48 363	1 418 197	414 015	70 183	92 173	885 022	142 641
Electricité / m ²	kWh/m ²	554	484	-	599	633	753	523	507	899	810	577	1 001
Consommation d'eau	m ³	12 642 286	778 437	11 610	295 107	273 701	36 388	2 811 292	1 664 534	205 963	316 470	5 450 540	798 244
Masse de déchets d'exploitation valorisés	tonnes	269 747	75 576	1 920	20 194	29 403	3 015	75 132	31 651	4 664	2 348	21 294	4 548
Acteur local solidaire													
Montant versé au titre de la solidarité (dons et Fondations)	Euros	70 967 099	17 325 800	130 762	12 416 483	3 802 788	414 639	15 646 361	19 762 376	497 364	262 536	683 367	24 624
Nombre de personnes bénéficiaires des actions des fondations ou partenariats de solidarité	Nombre	216 370	55 000	-	-	-	126	70 494	28 650	-	-	62 100	-

[*] Hors franchisés et locataires-gérants

[**] Produits à marques propres et de marques nationales issus de l'agriculture biologique (hors textile à base de coton bio), du commerce équitable, labellisés MSC, FSC, NF Environnement, PEFC, Ecolabel Européen, ECOCERT

[***] Les données concernant Vindémia n'intègrent pas les activités de Mayotte, Maurice, Madagascar (0,0004% du CA environ). Les Ratios communiqués sont calculés sur les formats hypermarchés et supermarchés. Les écarts constatés sont en partie liés aux conditions climatiques locales.

Nos feuilles de route 2015

Les feuilles de route recensent les principales actions prévues pour répondre aux 15 priorités de la démarche de progrès RSE du Groupe. Elles ont pour but de nourrir le dialogue avec l'ensemble de nos parties prenantes.



Périmètre

Groupe :
ensemble des filiales France et international

Groupe France :
ensemble des filiales en France (Casino / Franprix / Leader Price / Cdiscount / Monoprix)

Employeur engagé

Politique générale du Groupe

Objectifs	Périmètre
PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS	
Lutter contre les stéréotypes par des actions de sensibilisation	Groupe
Prendre en compte de nouveaux critères	
Déployer les plans d'actions définis notamment dans le cadre d'accords ou des certifications obtenues	
FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP	
Poursuivre les actions de sensibilisation en faveur du recrutement de personnes handicapées	Groupe
Renforcer les actions en faveur de l'intégration des personnes handicapées	
Augmenter le nombre de travailleurs handicapés dans les filiales, notamment à l'international	
Déployer les actions prévues par les accords	
FAVORISER LA MIXITÉ FEMMES HOMMES	
Suivre et augmenter le nombre de femmes dans l'encadrement et présentes dans les comités de direction	Groupe
Identifier et réduire les éventuels écarts de rémunération non justifiés	
Accompagner la parentalité au sein de l'entreprise	
FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES	
Déployer des programmes en faveur de l'alternance et l'apprentissage	Groupe
Sensibiliser les managers pour améliorer l'insertion des jeunes	
Développer des partenariats avec des associations référentes	
Favoriser le parrainage et le tutorat	
FAVORISER L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE DES COLLABORATEURS	
Évaluer les collaborateurs pour déterminer les besoins de formation	Groupe
Développer l'offre de formation en e-learning pour former le plus grand nombre de collaborateurs	
Former et sensibiliser aux enjeux de RSE dans l'entreprise	
PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL	
Identifier les risques par métier	Groupe
Développer les programmes de prévention adaptés	
Déployer les plans d'actions définis dans les accords	
Renforcer les plans de formation	
Favoriser le bien-être au travail	
ENCOURAGER LE DIALOGUE SOCIAL	
Favoriser la signature d'accords sur les grandes thématiques sociales et de RSE	Groupe

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS		
Déployer des actions pour promouvoir la diversité et lutter contre les discriminations Mesurer leur application	Groupe France	Afin de lutter contre les stéréotypes et les préjugés, le Groupe a poursuivi la promotion auprès de ses managers de plusieurs guides dont - "Gérer la diversité religieuse en entreprise", - "Avez-vous le bon regard sur les jeunes ?", - "L'apparence physique : déconstruire les stéréotypes, vaincre les préjugés", - "L'orientation sexuelle et l'identité de genre : comprendre et agir dans l'entreprise". En complément, un module de formation en e-learning sur la diversité est mis à disposition des collaborateurs. Afin d'évaluer de manière indépendante l'application des politiques internes, Casino met en place tous les 3 ans une campagne de testing sollicité. Il a réalisé en 2015, une nouvelle campagne portant sur l'origine et l'orientation sexuelle. Les résultats seront rendus publics en 2016.
	GPA	Au Brésil, la politique diversité de GPA a été réaffirmée avec la diffusion de sa charte de la diversité rappelant son engagement à lutter contre les discriminations et à renforcer ses actions en faveur notamment des personnes en situation de handicap, de l'emploi des jeunes, de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, et des personnes LGBT. Son programme s'appuie sur des objectifs quantitatifs intégrés, pour partie, à la rémunération variable de l'encadrement, et des programmes de sensibilisation.
Mettre en place des mesures d'accompagnement des collaborateurs	Casino	La politique en faveur des collaborateurs aidants familiaux initiée dans le cadre du précédent accord a été renforcée. Cette démarche mise en place depuis 2011 vise à accompagner et soutenir les collaborateurs aidants familiaux en offrant l'accès à une plateforme de conseils gratuite et confidentielle ou en organisant des conférences annuelles autour des 3 thèmes d'action de ce programme : "Handipacte, Egalité professionnelle (vie professionnelle/ vie privée) et Senior". Le congé de l'aidant familial, créé par Casino en 2013, a bénéficié à 118 collaborateurs. Les ateliers "Aidons les parents !" initiés en 2014 ont été poursuivis en 2015 : 6 ateliers et une conférence ont permis aux collaborateurs de s'informer et d'échanger avec des experts externes sur des thèmes comme le "harcèlement scolaire", "redonner confiance à un enfant", "les addictions", "l'éducation".

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP		
S'engager et agir en faveur de l'intégration des personnes handicapées Mesurer les actions mises en place	Groupe	Le Groupe a signé, en octobre 2015, la Charte du réseau mondial "Entreprises et handicap" de l'OIT (Organisation Internationale du Travail) afin de réaffirmer son engagement en faveur du maintien et de l'emploi des personnes en situation de handicap. Le Groupe compte 9 345 personnes déclarées handicapées (en CDI, CDD), soit une augmentation de 27 % par rapport à 2014.
	Casino	L'enseigne a célébré cette année les 20 ans de politique en faveur des personnes en situation de handicap en organisant des manifestations, conférences, témoignages, jeux en magasins permettant de souligner les actions réalisées en y associant les salariés, les clients et les partenaires privilégiés. Casino a signé un 6 ^{ème} accord sur le handicap portant sur la période 2014-2016 qui prévoit le recrutement de 100 personnes handicapées dont au moins 10 % de jeunes de moins de 30 ans, ainsi que le renforcement de l'alternance et l'accueil de 160 stagiaires.
	Monoprix	Monoprix a poursuivi en 2015 le déploiement de son 4 ^{ème} accord portant sur le handicap qui intègre l'objectif de recruter 180 collaborateurs en situation de handicap dont 20 alternants. L'année 2015 a été marquée par la mise en place d'actions avec des associations reconnues du secteur du Handicap comme "Handicap.fr" ou "HandiLive" afin de présenter la politique de recrutement de Monoprix et d'échanger avec les internautes. Les collaboratrices et collaborateurs ont été sensibilisés au travers du film "les Sourires". 345 magasins Monoprix ont été rénovés afin de faciliter leur accessibilité aux personnes en situation de handicap.
	Big C Thaïlande	Big C Thaïlande, qui a reçu une distinction pour la quatrième année consécutive par l'office national pour l'emploi des personnes handicapées, emploie 550 personnes en situation de handicap, soit 50 % de plus qu'en 2014 et le double du quota légal fixé. Cette enseigne multiplie les actions afin de promouvoir les droits des personnes en situation de handicap en développant des formations spécifiques pour les collaborateurs atteints de déficience auditive ; en participant à des salons de l'emploi (Job Fairs) pour personnes handicapées ou en installant, en partenariat avec la Fondation Universel, des relais téléphoniques pour assister les personnes malentendantes dans 27 magasins.
	GPA	GPA compte plus de 4 280 collaborateurs en situation de handicap, soit une hausse de 34 % par rapport à 2014. 130 jeunes porteurs d'une déficience mentale ont été intégrés à un programme d'apprentissage dans les magasins Extra et Pão de Açúcar ; 830 personnes en situation de handicap recrutées chez Assaí participent à un programme de formation, d'accompagnement et d'adaptation des postes de travail. En 2015, GPA a organisé la conférence du réseau mondial "Entreprises et Handicap" de l'OIT au Brésil (170 participants), afin de promouvoir les bonnes pratiques pour l'emploi des personnes en situation de handicap. Un accord inédit entre GPA et SINCOVAGA a été signé, prévoyant le recrutement de 8 000 personnes en situation de handicap.

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
FAVORISER LA MIXITÉ FEMMES HOMMES		
Déployer des actions en faveur de l'égalité professionnelle Evaluer les actions mises en place	Groupe France	<p>Le groupe Casino, qui a signé une convention-cadre pour la période 2013-2015 avec le ministère des Droits des Femmes, a été classé 54^{ème} du SBF 120 du palmarès 2015 de la féminisation des entreprises réalisé par le Ministère.</p> <p>Un plan de sensibilisation contre le sexisme sur le lieu de travail a été initié cette année : 800 salariés de toutes les entités en France ont répondu au questionnaire qui leur a été adressé afin de recueillir leur perception sur les attitudes et comportements observés au quotidien au sein de Casino. Un guide managérial et une campagne de sensibilisation seront déployés en 2016.</p>
	Casino	<p>Signataire depuis 2008 de la Charte de la Parentalité en entreprise créée par l'Observatoire de l'équilibre des temps et de la Parentalité en Entreprise (OPE), le Groupe s'appuie sur le réseau de femmes cadres dénommé "C'avec elles", mis en place en 2011, et qui compte en 2015 plus de 500 membres. En 2015, en partenariat avec ce réseau, le Groupe a lancé un programme pilote de mentoring à destination des femmes cadres.</p> <p>Lancement en 2015 d'un dispositif de passerelle CET /CESU en partenariat avec le Ministère des Droits des Femmes, créé par voie d'accord collectif, qui permet aux salariés l'utilisation de 50 % des droits accumulés sur leur compte épargne-temps pour financer des prestations de services à la personne au moyen du chèque emploi service universel.</p> <p>Cdiscount a signé un nouvel Accord Egalité professionnelle en 2015 couvrant les thématiques de l'évolution professionnelle, de la parentalité, et de l'équité des rémunérations.</p> <p>La plateforme Yoopies.fr permettant de trouver des modes de garde d'enfant a été mise à disposition des collaborateurs. Enfin, Casino qui prend en charge le différentiel de salaire pour les collaborateurs en congé paternité a attribué un jour supplémentaire en 2015 (12 jours vs 11 jours), permettant à 400 pères de famille d'en bénéficier en 2015.</p>
	Cdiscount	Cdiscount a signé un nouvel Accord Egalité professionnelle en 2015 couvrant les thématiques de l'évolution professionnelle, de la parentalité, et de l'équité des rémunérations.
	Éxito GPA	<p>En 2015, GPA et Éxito ont réalisé avec un prestataire externe une étude (avec taux de participation respectivement de 77,4 % et de 90,2 %) afin de mieux comprendre les attentes des femmes managers pour leur permettre d'accéder à des postes à plus haute responsabilité.</p> <p>L'audit des rémunérations entre les femmes et les hommes réalisé ne montre pas d'écart significatif quel que soit le niveau de classification analysé.</p>

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
FAVORISER LA MIXITÉ FEMMES HOMMES		
Déployer des actions en faveur de l'égalité professionnelle Evaluer les actions mises en place	GPA	Au Brésil, six groupes de travail de femmes managers ont été mis en place pour identifier les actions à mettre en œuvre sur des thèmes tels que Communication, Equilibre de vie personnelle/professionnelle, Mentoring&Networking. Avec le soutien de la Direction des Ressources Humaines, ces groupes de travail se réunissent chaque mois afin d'établir des plans d'actions pour renforcer la mixité des équipes.
	Libertad	Les femmes membres du Talent Pool (managers à haut potentiel) ont participé à un groupe de travail national inter-entreprises dénommé "5 mujeres, 1 propósito" ("5 femmes, 1 objectif"). Cet évènement avait pour but d'échanger sur le leadership et la capacité d'influence des femmes au sein des entreprises.
FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES		
Développer des partenariats et mettre en place des outils pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes	Groupe France	Le Groupe a poursuivi plusieurs partenariats en faveur des jeunes notamment avec l'Agence du Service Civique, l'Institut du Service Civique, le Réseau des entreprises pour l'égalité des chances dans l'éducation, Nos Quartiers ont du Talent et Talents des Cités.
	Casino, Franprix, Leader Price, Cdiscount	Les filiales du Groupe en France ont poursuivi la mise en oeuvre des actions d'accompagnement et de recrutement dans le cadre des accords dits "Contrat de génération" dont l'objectif est de favoriser l'insertion durable des jeunes et de maintenir dans l'emploi les salariés âgés en assurant la transmission des savoirs et des compétences en direction des jeunes. Casino déploie un parcours d'accueil spécifique "C Duo Génération" avec la mise en place d'un référent pour faciliter l'intégration des jeunes et propose un dispositif d'aide au logement pour les jeunes en alternance.
	Casino	<p>Afin de favoriser l'alternance notamment des étudiants en situation de handicap, le groupe Casino a organisé, en décembre 2015, la 1^{ère} "Journée des partenaires emploi et écoles" durant laquelle des tables rondes ont été organisées afin d'échanger sur la diversité, le handicap et le partenariat avec les écoles. Le site Internet dédié à l'emploi des jeunes (www.alternance-stages-casino.fr) a fait l'objet d'une refonte en 2015 et Casino a organisé pour la quatrième année consécutive une journée afin de valoriser les apprentis, les tuteurs et l'apprentissage, réunissant près de 600 jeunes.</p> <p>Engagé avec le Ministère de la Ville dans la charte "Entreprises et Quartiers", Casino compte en 2015, 1 178 personnes recrutées (CDD et CDI), 490 stagiaires et 75 alternants, issus des quartiers défavorisés.</p>

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES		
Développer des partenariats et mettre en place des outils pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes	Monoprix	<p>Un parcours d'intégration complet a été créé (accueil, remise de contrat, présentation enseigne etc.) à destination des apprentis métiers de bouche, des apprentis Ile-de-France et pour les grandes villes de France.</p> <p>Un partenariat avec l'Association Aurore (spécialisée dans la réinsertion des jeunes) a été conclu. Ce partenariat prévoit la réalisation de sessions coaching pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - apprendre aux jeunes à se présenter lors d'un entretien d'embauche - savoir rédiger un CV - présenter les métiers de la distribution. <p>Un partenariat avec l'Association "FACE à l'emploi" a également été signé.</p>
	Libertad Big C Thaïlande	Libertad en Argentine, ou encore Big C déploie des programmes d'alternance et de professionnalisation avec des écoles et universités partenaires, y compris avec des institutions spécialisées dans la formation de personnes en situation de handicap, comme le Ratchasuda College en Thaïlande.
	Éxito	Éxito s'est engagé en 2015 en faveur du programme "40 000 premiers emplois", initié par le ministère du Travail. Il a pour objectif de donner accès à une première expérience professionnelle à des personnes âgées de 18 à 28 ans au sein d'entreprises privées.

FAVORISER L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE DES COLLABORATEURS

Développer l'offre de formation pour les collaborateurs	Casino Monoprix Franprix Leader Price Cdiscount	En France, plus de 35 470 collaborateurs ont bénéficié d'une action de formation. Le Groupe s'appuie sur "Campus Casino", centre de formation interne, qui propose une offre de programmes de formation diversifiée, tant en présentiel qu'en e-learning (Plateforme My Campus). Ce centre a déployé différents programmes notamment pour promouvoir la Valorisation des Acquis de l'Expérience (VAE). En lien avec la réforme de la formation professionnelle, les entités françaises poursuivent leurs actions afin de s'assurer que l'ensemble des salariés a suivi au moins une formation qualifiante et a bénéficié d'entretiens professionnels dans une période de 6 ans.
	Monoprix	47 % des collaborateurs Monoprix ont été formés en 2015 et sa quatrième promotion VAE compte à ce jour 68 diplômés, et 23 collaborateurs en cours de validation.

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
FAVORISER L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE DES COLLABORATEURS		
Développer l'offre de formation pour les collaborateurs	Éxito	Grupo Éxito a déployé plus d'une centaine de programmes à destination de toutes les catégories de salariés, au siège comme en magasins. Lancées en 2014, les deux écoles pour l'apprentissage de métiers spécifiques ont déployé leurs formations : l'école Textile (plus de 1 160 personnes formées en 2014 et 2015) et l'école Surtimax (4 155 personnes formées en 2014 et 2015) ; complétées en 2015 par l'école Boulangerie qui a d'ores et déjà accueilli 280 personnes.
	GPA	Les enseignes de GPA disposent d'un centre de formation interne : l'université interne d'Assai propose des formations sur les spécificités du modèle "cash & carry". 36 000 personnes ont participé à ces formations en 2 ans. Via Varejo a lancé en 2015 une "Varejo/Retail University" et formé les collaborateurs tant aux principes éthiques de l'entité (10 000 personnes formées en 2015) qu'au nouveau programme de recyclage en magasin "Via Varejo REVIVA".
Déployer des outils de formation / sensibilisation aux enjeux de RSE	Groupe France	En 2015, afin de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux liés au changement climatique, des conférences internes ont été organisées et une brochure présentant "12 solutions du groupe Casino pour la COP 21" distribuée.
	Casino	Le centre de formation interne Campus propose aux correspondants RSE et aux managers un module de formation en e-learning dénommé "Passport RSE" présentant les enjeux de la RSE et les principales actions déployées par le Groupe. Des modules de sensibilisation et de formation sur la consommation responsable, la diversité ("passport diversité"), ou la prise en compte du handicap auditif ("Audicap") sont également proposés. Campus a identifié dans son catalogue les formations RSE et intègre, lors de la mise à jour des modules métiers, les enjeux RSE du secteur : la formation des chefs de Marée prend ainsi en compte les enjeux de la pêche durable.
	GPA	Une formation à la RSE (portant notamment sur les principes éthiques, la diversité, l'environnement) est proposée lors de l'intégration des nouveaux collaborateurs de GPA et une présentation spécifique est faite à tous les cadres dirigeants, au sein du programme "GPA Executive Academy". En 2015, GPA a organisé deux séminaires : l'un sur le changement climatique et l'autre sur le handicap et renforcé les actions de sensibilisation afin de lutter contre le gaspillage avec la campagne "Pq jogar fora ?" ("Pourquoi jeter ?").

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL		
Déployer des actions de prévention (sensibilisation, formation) dans le cadre des politiques "Santé et Sécurité au travail"	Casino Cdiscount	Le Groupe a poursuivi le déploiement de sa démarche de prévention par l'écoute des collaborateurs, qui permet de prévenir les risques professionnels à partir du ressenti de leurs conditions de travail. Cette démarche de prévention par l'écoute couvre notamment les hypermarchés, les supermarchés, les entrepôts, les cafétérias Casino et Cdiscount. Elle permet la prise en compte, au plus proche du terrain, des remontées et des besoins des collaborateurs.
	Casino	En lien avec cette démarche, la Direction des Ressources humaines a initié, avec le support du Comité exécutif, et l'appui d'un expert du Bien-être au travail, un programme de sensibilisation et de formation des managers à un management bienveillant. L'objectif de cette démarche est de développer la motivation des collaborateurs en limitant le stress au travail, dans un contexte économique exigeant. Les actions mises en place ont permis la sensibilisation de 1 800 managers (Comité exécutif, Comités de Direction des différentes entités du Groupe...) par des interventions externes, la mise en ligne d'une plateforme d'e-learning, accessible à tous les managers, permettant de prolonger ces interventions et d'accéder à des contenus utiles et pratiques (vidéos, quizz...). Un réseau de bienveillants a été mis en place en 2015 afin d'identifier les collaborateurs pouvant être en difficultés, de créer des liens et de les orienter vers les personnes qui seront les plus à même de les aider : médecin du travail, managers, service RH, plateforme d'aide et d'assistance... Enfin, un module "Management Bienveillant" a été intégré au sein du Master II "Commerce et Distribution" à l'Université Jean Monnet de St Etienne. Plusieurs journées de prévention ont été organisées afin de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux de la santé sur les thèmes suivants : tabac, nutrition, bilan sanguin, diabète. Une charte nationale Santé et Sécurité au Travail des collaborateurs intérimaires a été signée en janvier 2015 au sein de la filiale logistique de Casino.
	Monoprix	La filiale logistique du groupe Monoprix, Samada, a mis en place des actions afin d'améliorer les conditions de travail : des formations ont été déployées sur les sites ("quart d'heure sécurité") et des supports et affichages spécifiques ont été transmis.
	GPA	GPA mène des actions continues pour sensibiliser les salariés à la santé et à la nutrition et a permis à 3 360 personnes de bénéficier de soins de santé sur le lieu de travail dans le cadre du programme "VIVA SAUDE". 7 entrepôts possèdent également des cliniques internes de soin. Plus de 1 000 collaborateurs de GPA sont membres des clubs "GPA Clube" qui proposent des activités et événements sportifs aux salariés, et plus de 4 000 bénéficient de l'une des 21 salles de sport GPA Academia.

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL		
Déployer des actions de prévention (sensibilisation, formation) dans le cadre des politiques "Santé et Sécurité au travail"	Big C Thaïlande	Big C Thaïlande a organisé au sein de son siège social des ateliers à destination de ses salariés, favorisant la pratique du yoga et de la méditation. Éxito a mis en place un plan de prévention des accidents au travail afin d'identifier en amont les risques majeurs sur le lieu de travail. En réponse aux risques identifiés, des équipements spécifiques de sécurité sont installés en magasins et entrepôts, et des programmes de formation ciblés sont déployés. En 2015, une mesure du risque psychosocial a été menée auprès de 50 % de l'effectif de Grupo Éxito. Éxito organise des journées pour la Santé : plus de 4 900 salariés en 2015 ont bénéficié d'un "diagnostic nutritionnel" et ont été sensibilisés aux risques cardiovasculaires.
	Éxito	
ENCOURAGER LE DIALOGUE SOCIAL		
Favoriser le dialogue social Être à l'écoute des collaborateurs et mesurer leur engagement	Casino	En 2014, un Accord sur la RSE a été signé au sein de Casino par les quatre organisations syndicales représentatives. Il est venu réaffirmer la volonté des parties d'intégrer la RSE dans le modèle économique et social de l'entreprise et couvre les principaux enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux identifiés dans la démarche de progrès RSE du groupe Casino. Les actions mises en place ont été présentées lors de la commission de suivi de l'Accord RSE de juin 2015 aux organisations syndicales signataires. A titre d'exemple, conformément aux engagements de l'accord RSE, une Charte du parcours syndical a été réalisée en 2015 afin de promouvoir l'engagement syndical, le développement de carrière et l'évolution professionnelle des représentants du personnel.
	Groupe France	Un accord sur le télétravail couvrant la période 2014-2017 a été mis en place au sein des équipes informatiques de Casino. Cet accord fait suite à une année d'expérimentation à l'issue de laquelle 100 % des télétravailleurs et des managers concernés se sont dits "satisfaits" ou "très satisfaits". Cette démarche s'est étendue en 2015 aux collaborateurs de Casino, Franprix et Leader Price travaillant sur le nouveau site administratif du Groupe situé en région parisienne ainsi qu'aux collaborateurs de Monoprix (sites administratifs également).

Employeur engagé

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL		
Favoriser le dialogue social Être à l'écoute des collaborateurs et mesurer leur engagement	Éxito	Éxito a mené une nouvelle négociation avec 3 représentations syndicales pour la mise en place d'une nouvelle convention collective, qui sera en vigueur jusqu'en 2019. Cette nouvelle convention est venue renforcer notamment les mesures d'accompagnement en cas d'invalidité et de décès. Grupo Éxito mène régulièrement une étude du climat social. La dernière édition a été réalisée en 2014 auprès de 24 700 collaborateurs (soit 94,5 % de l'effectif ciblé par l'enquête) montrant une notation correspondant au niveau "très satisfait".
	Libertad	Libertad a réalisé une enquête interne "Temperatura de Clima" à laquelle ont participé 73 % des collaborateurs. De précédentes enquêtes ont permis la création et le développement du programme "yo soy Libertad", dont l'objectif est d'améliorer, par des mesures concrètes, le bien-être au travail et l'engagement des collaborateurs, en s'appuyant sur des comités mis en place au niveau de chaque magasin et coordonnés par la Responsable du climat social de l'entité.
	GPA	Au Brésil, suite à l'enquête menée en 2014, GPA a déployé en 2015 des plans d'actions avec l'objectif d'augmenter le taux de satisfaction de ses collaborateurs.

COMMERÇANT RESPONSABLE

Politique générale du Groupe

Objectifs	Périmètre
AGIR POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS	
Poursuivre l'amélioration de l'impact nutritionnel des produits à marque propre Informer le consommateur sur l'impact nutritionnel du produit Développer une offre de produits intégrant des bénéfices nutritionnels Sensibiliser les clients au mieux consommer Identifier les nouveaux enjeux santé	Groupe
ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPONSABLE DE L'ENVIRONNEMENT	
Réduire l'impact environnemental des produits à marque propre Enrichir l'offre de produits plus respectueux de l'environnement en magasins Informer le consommateur sur l'impact environnemental de sa consommation Orienter le consommateur vers les produits les plus respectueux de l'environnement	Groupe

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
AGIR POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS		
Identifier les nouveaux enjeux santé	Groupe France	Le comité santé, en charge de l'analyse des données, des tendances scientifiques et des attentes des consommateurs dans le domaine de la santé s'est réuni 4 fois en 2015. Il a accompagné le Groupe en France dans la mise en place de la gamme spécifique de fruits et légumes surgelés garantis sans résidus de pesticides quantifiés.
Développer une offre de produits intégrant des bénéfices nutritionnels et informer les consommateurs sur l'impact nutritionnel des produits	Groupe France	Les produits de marque distributeur en France sont développés en prenant en compte l'optimisation des teneurs en sucres, matières grasses ou sel. Leader Price développe la gamme "Fine Ligne" dont les produits ont été allégés en sel, sucre et matière grasse, et promeut "Leader Price Bébé" qui s'appuie sur des experts en nutrition infantile pour définir les recettes. Monoprix applique sa Charte Nutrition Durable, actualisée en 2012, qui exige une maîtrise des teneurs en sel, une suppression des matières grasses hydrogénées, une limitation des conservateurs, ainsi que l'interdiction de colorants azoïques.

Commerçant responsable

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
AGIR POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS		
Développer une offre de produits intégrant des bénéfices nutritionnels et informer le consommateur sur l'impact nutritionnel des produits	Éxito	<p>Éxito a défini et diffusé en 2015 une nouvelle politique Nutrition Santé, en cohérence avec la politique Groupe qui a été déployée sur les produits pour enfants à la marque "Troop X". 900 produits à la marque Tæq ont été évalués en fonction de ce nouveau référentiel nutritionnel. Les fournisseurs, acheteurs et employés en magasin ont été formés à celui-ci.</p> <p>Éxito développe une démarche volontaire d'étiquetage nutritionnel sur ses produits et applique le référentiel GDA (Guidelines Daily Amount).</p>
	GPA	<p>L'offre de produits Tæq dédiée à la santé et au bien être a été développée en 2015.</p> <p>GPA a renforcé son étiquetage nutritionnel sur les produits à marque propre "Tæq" en y indiquant notamment la teneur en acides gras saturés, fibres, sodium, vitamines et travaille à la mise en évidence de la présence d'allergènes et d'additifs dans la liste des ingrédients.</p>
ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT		
Réduire la distribution de sacs plastiques	Groupe	<p>Dans le cadre de la COP 21, le groupe Casino a présenté 12 solutions qu'il met en place pour lutter contre le changement climatique.</p> <p>A Paris, les supermarchés Casino et les magasins Franprix ont choisi, le jour de l'ouverture de la COP 21, d'arrêter définitivement la remise de sacs plastique à usage unique afin de signifier leur engagement pour la protection de l'environnement. En faisant ce choix, ces enseignes ont anticipé de plus de 6 mois l'interdiction de ces sacs figurant dans la loi dite de transition énergétique.</p> <p>À l'international, les filiales du Groupe multiplient les actions afin de développer l'utilisation de sacs réutilisables (information en magasins, incitations via les programmes de fidélité, etc.) et de réduire celle des sacs plastiques à usage unique</p> <p>Big C Thaïlande a par exemple participé, en août 2015, à la campagne nationale pour réduire les sacs plastiques et promouvoir l'utilisation de sacs recyclés ou en tissu. Dans le cadre de son programme RSE "Juntos en Acción", 13 des 15 hypermarchés de Libertad ont mis en place une "caisse verte" dans laquelle aucun sac plastique à usage unique n'est distribué, afin de sensibiliser les clients.</p> <p>Dans la ville de São Paulo, GPA et les principaux autres distributeurs ont arrêté en mai 2015 la distribution gratuite de sacs plastique à usage unique.</p>

Commerçant responsable

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT		
Développer les gammes de produits issus de l'agriculture biologique	Groupe	<p>Le Groupe offre une large gamme de produits issus de l'Agriculture Biologique avec plus de 14 490 produits commercialisés dans les magasins du Groupe en 2015 (+9,5 % par rapport à 2014).</p> <p>Ces produits sont mis en avant auprès des clients sur les lieux de vente dans des espaces dédiés (Casino, Libertad, Pão de Açúcar, Disco, Devoto) et font l'objet de campagnes commerciales auprès des clients. A titre d'exemple, GPA organise des rencontres en magasin avec des producteurs de Bio, et offre 15 % de réduction tous les jeudis aux clients. En 2015, la centrale d'achat de Casino a signé une charte de partenariat avec des fournisseurs de fruits et légumes bio, pour la mise en place d'une coopération renforcée afin de créer une filière Bio origine France.</p>
Développer les gammes de produits issus des bonnes pratiques agricoles	Groupe	<p>Des gammes de produits issus de bonnes pratiques agricoles sont proposées par les enseignes du Groupe : plus de 2 410 produits commercialisés en 2015, en augmentation de 21 % par rapport à 2014. En France, Casino commercialise 120 références sous la marque "Terre et Saveurs" (dont fruits et légumes, boulangerie, marée, volaille et boucherie), issus de culture en pleine terre, de producteurs engagés dans de bonnes pratiques agricoles ou d'élevage (méthodes de culture alternatives, limitation voire absence de traitement après récolte, respect des besoins réels des végétaux, respect du milieu aquatique, etc.). Plus de 250 produits commercialisés sous la marque "Club des Sommeliers" répondent également à un cahier des charges respectueux de bonnes pratiques de production.</p> <p>À l'international, le Groupe incite ses fournisseurs à l'utilisation du référentiel "Good Agricultural Practices (GAP)". Ainsi, Grupo Éxito a mis en place un programme de certification aux bonnes pratiques agricoles : 147 produits frais sont concernés en 2015. Big C Thaïlande a initié sur certains produits une démarche de certification pour obtenir le Green Label octroyé après analyse de l'impact environnemental et commercialise 319 produits frais issus du référentiel Good Agricultural Practices (GAP).</p>
Lutter contre le gaspillage alimentaire	Groupe France	<p>Engagé depuis 2013 dans le cadre du Pacte national de lutte contre le Gaspillage Alimentaire, mis en place par le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, le Groupe a signé en 2015, avec le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable, la convention d'engagement volontaire en faveur de la lutte contre le gaspillage alimentaire. Par cette convention, le Groupe s'engage à augmenter le nombre de magasins engagés avec les Banques Alimentaires, et à supprimer les dates limites d'utilisation optimale sur certaines catégories de produits.</p>

Commerçant responsable

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT		
Lutter contre le gaspillage alimentaire	Monoprix	A l'occasion de la journée de lutte contre le gaspillage alimentaire du 16 octobre 2015, Monoprix a invité ses clients à venir cuisiner des fruits et légumes présentant des défauts d'aspect à bord de son "Cook Truck". Des fiches recettes "anti-gaspi" ont également été distribuées aux participants. Les collaborateurs bénéficient de formation aux "Eco Gestes" pour réduire la casse par exemple. Cette entité a également distribué des brochures en magasins telles que "les très bons gestes anti gaspi" et "l'ABC Anti Gaspillage".
	GPA	À l'international, GPA a lancé son "foodtruck responsable" qui a tourné dans 20 supermarchés "Pão de Açúcar" et 9 hypermarchés "Extra" en 2015. Ce camion, à faible impact environnemental, propose des ateliers de cuisine gratuits où le client apprend à réaliser des recettes élaborées par des nutritionnistes à partir d'aliments utilisés dans leur intégralité. Les collaborateurs sont également sensibilisés au gaspillage et encouragés à mieux utiliser leurs aliments et à réduire les déchets qu'ils produisent, notamment dans le cadre du programme "Pq jogar fora ?" lancé en 2014. Déployé avec le soutien de l'institut AKATU qui fait référence au Brésil, ce programme s'adresse à plus de 100 000 salariés et leurs familles et propose des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire mais aussi des ressources naturelles (eau...), et des conseils financiers (aide aux familles pour une bonne gestion de leur budget).
Mettre en place des politiques d'achats durables et responsables	Groupe	<p>En 2015, le groupe Casino s'est engagé à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtenir la transparence quant à l'huile de palme utilisée dans ses marques propres alimentaires en identifiant, dans un premier temps, le raffineur ou le premier metteur en marché, afin, à terme, d'avoir une visibilité de la chaîne d'approvisionnement en huile de palme jusqu'aux moulins ; • Utiliser, à terme, une huile de palme sans déforestation et sans exploitation, c'est-à-dire provenant de plantations dont l'exploitation respecte les forêts à haute valeur de conservation, les forêts à haute valeur en carbone et les tourbières ; qui favorise le développement des petits producteurs et respecte les communautés locales et le droit des travailleurs ; • Soutenir les producteurs locaux responsables dans les pays producteurs où le Groupe est présent (Brésil, Thaïlande, Colombie) ; • Communiquer les avancées, actions et prochaines étapes mises en place. <p>La politique huile de palme a été validée par le Comité Stratégique RSE du Groupe Casino et les résultats des actions décidées présentés lors du Comité de décembre 2015.</p>

Commerçant responsable

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT		
Mettre en place des politiques d'achats durables et responsables	GPA	En 2014, le département de gestion des risques de GPA, en lien avec le département RSE, a mis à jour la cartographie des risques sociaux et environnementaux dans les chaînes d'approvisionnement de GPA. La viande bovine ayant été identifiée à nouveau comme présentant un fort niveau de risque, GPA a lancé en 2015 une étude afin de cartographier l'ensemble de ses fournisseurs de viandes de bœuf, d'identifier la provenance, la traçabilité, les conditions d'élevage et les risques potentiellement présents. Plus de 55 % des viandes commercialisées proviennent de fournisseurs ayant pris des engagements publics de zéro-déforestation liés à l'élevage de bœufs, signé le "Cattle agreement" qui prévoit l'arrêt de tout commerce avec des fermes impliquées dans des faits de déforestation ou situées sur des terres appartenant à des peuples autochtones et mis en place des actions afin de contrôler la provenance des bovins avant l'abattage. La politique d'achat responsable pour la filière bovine a été actualisée en mars 2016.
	Casino Monoprix	Engagé depuis 2007, le Groupe a poursuivi en 2015 la mise en place de mesures en faveur des ressources halieutiques. Les magasins Casino et Monoprix proposent des références certifiées par le label MSC (Marine Stewardship Council), qui garantit une pêche plus durable.

Partenaire de confiance

Politique générale du Groupe

Objectifs	Périmètre
RENFORCER LA DÉMARCHE D'ÉTHIQUE ET DE CONFORMITÉ SOCIALE	
Sensibiliser et former les équipes à la politique Groupe et aux enjeux	Groupe
Contrôler les usines fabriquant pour les marques propres dans les pays jugés à risque	
Accompagner les usines dans la prise en compte des Plans d'Actions Correctifs	
Soutenir et participer aux initiatives sectorielles	
Renforcer les politiques mises en place au niveau local par chaque enseigne pour contrôler les usines	
FAVORISER LES DÉMARCHES RSE DES PME ET SOUTENIR LES FILIÈRES DE PRODUCTION LOCALES	
Développer des partenariats avec les producteurs locaux	Groupe
Promouvoir les produits locaux en magasins	
Accompagner les filières dans l'amélioration de leurs pratiques	
Sensibiliser les PME à la RSE	
Promouvoir et partager les pratiques RSE des enseignes auprès des PME	
LUTTER CONTRE LA CORRUPTION ET DÉVELOPPER UNE POLITIQUE DE LOBBYING RESPONSABLE	
Sensibiliser les directions	Groupe
Analyser les risques	
Mettre en place des guides de bonnes pratiques	
Mettre en place des comités d'éthique	
Évaluer les plans d'actions	

Partenaire de confiance

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
RENFORCER LA DÉMARCHE D'ÉTHIQUE ET DE CONFORMITÉ SOCIALE		
Renforcer la démarche d'éthique sociale auprès des fournisseurs des produits à marque propre situés dans les pays jugés à risques	Groupe	La Direction de la RSE mène des actions de sensibilisation récurrentes tant auprès des équipes achats et des bureaux locaux, que des fournisseurs auxquels la charte éthique est présentée. En 2015, la politique Éthique Sociale du Groupe et les outils de suivi de la campagne ont été notamment présentés aux acheteurs de Cdiscount via un module de formation "achats et démarches RSE", ou encore de Multivarejo avec 255 personnes formées. Des formations sont organisées pour les fournisseurs et les agents importateurs : plus de 240 fournisseurs de Big C Thaïlande ont été formés à la charte éthique cette année.
Participer aux initiatives locales en matière de conformité sociale	Groupe	En 2015, 349 audits sociaux ont été menés selon le référentiel Initiative Clause Sociale (ICS), dont 270 audits directement par le Groupe et 79 par d'autres membres de l'ICS (usines communes). 60 % des usines auditées par le Groupe sont situées en Chine, 12 % en Inde et 8 % au Bangladesh, 81 % sont des audits initiaux et 19 % des audits de suivi. Depuis 2003, plus de 2 000 audits ICS en cumulé ont été effectués par le Groupe. Pour tenir compte de la situation particulière du Bangladesh, le Groupe audite 100 % des usines de premier rang travaillant pour ses marques propres dans ce pays. Il a mis en place des audits systématiques non annoncés de préférence et renforcé ses contrôles sur les conditions de sécurité des usines. Les contrôles des agents-importateurs travaillant pour les directions achats du Groupe ont été renforcés en 2015. Plus de 45 % des audits sociaux réalisés en 2015 ont concerné des usines d'agents-importateurs. Le Groupe poursuit sa participation et son soutien aux initiatives dont il est membre, à savoir ICS, Accord on Fire and Building Safety, ABVTEX et GSCP.
	Casino Global Sourcing	Le Groupe met en place les actions prévues dans le cadre de l'Accord on Fire and Building Safety. Les usines produisant pour Casino Global Sourcing ont été auditées par l'Accord entre 2013 et 2015 et font l'objet d'un plan d'actions correctives. Les équipes ont participé aux réunions de l'Accord organisée à Londres, Amsterdam et à Dhaka.

Partenaire de confiance

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
RENFORCER LA DÉMARCHE D'ÉTHIQUE ET DE CONFORMITÉ SOCIALE		
Participer aux initiatives locales en matière de conformité sociale	GPA	GPA participe à l'initiative locale brésilienne "Associação Brasileira do Varejo Têxtil" (ABVTEX) dont le but est de contrôler les fournisseurs et sous-traitants du secteur textile brésilien sur 13 thèmes d'évaluation comprenant 18 critères d'exigence dont l'interdiction du travail d'enfants et du travail forcé : 98 % des achats textile nationaux de GPA sont ainsi couverts par ces audits.
FAVORISER LES DÉMARCHES RSE DES PME ET SOUTENIR LES FILIÈRES DE PRODUCTION LOCALES		
Entretiens des relations de proximité avec les fournisseurs PME-PMI-agriculteurs - coopératives	Groupe France	Des actions de sensibilisation aux pratiques RSE à destination des PME, fournisseurs et producteurs du Groupe, ont été menées en 2015. En France, afin d'améliorer la relation fournisseur, le groupe Casino, signataire de la Plateforme différenciée mise en place entre la FEEF (Fédération des entreprises et industriels de France) et la FCD (Fédération du Commerce et de la Distribution) a développé plusieurs initiatives à destination des PME. En 2015, des rencontres trimestrielles d'échanges d'information ont été organisées avec ces industriels, ainsi que des revues de marché, une opération d'identification et de référencement de nouveaux produits. Une attention particulière a été portée à l'accompagnement de la mise en place de flux d'information dématérialisés avec les différentes entités du Groupe Casino. La direction qualité a poursuivi la mise à disposition des PME d'un outil permettant d'évaluer l'impact environnemental des produits et d'identifier des pistes d'optimisation.
Developper l'offre locale et partager les bonnes pratiques RSE	Casino	Dans le cadre de son partenariat avec l'association "Humanité et Biodiversité", Casino a réalisé et déployé auprès de ses fournisseurs, producteurs agricoles, un guide "améliorer la biodiversité dans son exploitation", outil permettant de faire un diagnostic biodiversité de l'exploitation et proposant des fiches actions. Casino encourage à l'innovation ses partenaires industriels en s'engageant dans la durée sur la commercialisation de nouveaux produits. Ainsi, en collaboration avec son fournisseur de poulet Terre et Saveurs, Casino a fait évoluer son cahier des charges pour que les poulets soient désormais élevés sans antibiotique. En 2015, la Direction qualité a communiqué à ses fournisseurs les attentes du groupe sur la protection animale et des audits ont été menés afin de sensibiliser les éleveurs et de vérifier le respect des conditions de traitement des animaux. Casino a signé un accord pour la mise en place d'une filière locale permettant le maintien des espèces locales et de la biodiversité des pâturages (filière génisse dans le Massif Central) et un partenariat avec les vergers Eco-responsables (93 % des volumes en pommes des magasins Casino) garantissant une démarche respectueuse de bonnes pratiques agricoles.

Partenaire de confiance

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
FAVORISER LES DÉMARCHES RSE DES PME ET SOUTENIR LES FILIÈRES DE PRODUCTION LOCALES		
Entretiens des relations de proximité avec les fournisseurs PME-PMI-agriculteurs - coopératives	Monoprix	Monoprix développe un programme appelé "Partenariats agricoles" et a réuni 29 de ses principaux fournisseurs de fruits et légumes à l'occasion d'une journée d'échange et de travail autour des thèmes des résidus et de l'utilisation raisonnée des pesticides, et du gaspillage alimentaire. Monoprix a lancé en 2015 une gamme de produits "Made in pas très loin" afin de renforcer sa démarche auprès des producteurs locaux. 130 références lancées en fin d'année et commercialisées dans plus de 110 magasins.
Developper l'offre locale et partager les bonnes pratiques RSE	Franprix	Franprix a mis en place, dans le cadre d'un "salon fournisseurs", des prix pour récompenser les innovations de ses fournisseurs. Un trophée d'honneur a ainsi été remis en 2015 à Cant' Avey'Lot, une coopérative réunissant des producteurs de lait de vache. Franprix a poursuivi le développement de son partenariat avec ce producteur.
	GPA	GPA continue de soutenir le programme "Caras do Brasil" qui permet à des coopératives artisanales de vendre leurs produits au sein des magasins Pão de Açúcar. Des critères sociaux et environnementaux sont intégrés à la sélection des producteurs de cette gamme mise en avant en magasins lors de la campagne "Produto feliz". GPA développe depuis plusieurs années un programme dénommé "Quality from the source" d'amélioration et de traçabilité des fruits, des légumes et des oeufs afin de contrôler en amont l'utilisation des pesticides, les conditions de transport et de stockage des produits. Les fournisseurs de GPA continuent d'être intégrés au programme de certification qualité PEQ ("Programa evolutivo de qualidade") : ce programme permet d'augmenter le niveau global de qualité des produits, tout en respectant des critères sociaux et environnementaux définis. Dans le cadre du programme Top Log (évaluation des pratiques liées à la logistique, le packaging, la réduction des émissions), les prestataires de transport de Multivarejo, filiale de GPA, ont été évalués et récompensés par le "prize Top Log" grâce à leur niveau d'engagement dans la démarche.
	Grupo Éxito	Éxito continue le déploiement de son programme de formation auprès de petits fournisseurs en partenariat avec l'Université ÉAFIT : plus de 500 fournisseurs ont pu ainsi bénéficier d'une formation en gestion d'entreprise. Éxito s'approvisionne auprès de 800 producteurs locaux, présents dans 17 régions, en partenariat avec des associations locales.

Partenaire de confiance

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
FAVORISER LES DÉMARCHES RSE DES PME ET SOUTENIR LES FILIÈRES DE PRODUCTION LOCALES		
	Grupo Éxito	<p>Dans le cadre de son partenariat avec la Fondation Clinton, et après un premier accord signé en 2014 avec des agriculteurs et pêcheurs de la côte Caraïbe, Éxito a renforcé son engagement au profit des petits producteurs, en 2015, avec un nouvel accord qui l'engage à acheter directement auprès de 200 producteurs de fruits et légumes de Boyacá et à les promouvoir en magasin.</p> <p>Le groupe continue à inciter ses fournisseurs à l'utilisation du référentiel "Good Agricultural Practices (GAP)". Éxito a mis en place un programme de certification aux bonnes pratiques agricoles : 21 fournisseurs concernés en 2015.</p>
	Big C Thaïlande	<p>En Thaïlande, Big C a poursuivi ses actions auprès de ses fournisseurs de produits frais, pour améliorer la qualité de leurs produits et les pratiques de production en les formant aux Good Manufacturing Practices (GMP) and Good Agricultural Practices (GAP).</p>
	Big C Vietnam	<p>Au Vietnam, les PME et fournisseurs locaux sont aussi un axe majeur du développement commercial notamment à l'occasion des ouvertures de magasins en zones rurales. Un référent "fournisseurs locaux" est présent dans chaque magasin, et contribue en collaboration avec les équipes qualité, à les accompagner pour l'application des Good Agricultural Practices (GAP).</p>
LUTTER CONTRE LA CORRUPTION ET DÉVELOPPER UNE POLITIQUE DE LOBBYING RESPONSABLE		
Poursuivre les actions prévues dans le cadre des programmes de lutte contre la corruption	Groupe	<p>En France, le Groupe a diffusé, en 2013, son Code de conduite des affaires qui rappelle les règles à respecter par les collaborateurs dans l'exercice de leurs activités professionnelles. Un rappel de ces règles a été effectué en 2015 auprès des collaborateurs.</p> <p>Localement, des programmes spécifiques sont déployés notamment au sein de GPA, Big C Thaïlande, Éxito et Libertad.</p> <p>En 2015, un groupe de travail transverse rassemblant les directions Ressources Humaines, RSE, Audit et contrôle interne, Risques juridiques, Finances et le président du Comité de Prévention des Risques a été constitué dans l'objectif de renforcer les démarches et les dispositifs de lutte contre la corruption du Groupe en France et à l'international. Des actions en ce sens seront déployées courant 2016.</p>

Groupe mobilisé pour l'environnement

Politique générale du Groupe

Objectifs	Périmètre	Échéance
RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)		
Diminuer les émissions GES (scopes 1 et 2) de 20 % au m ² de surface de vente (année de référence 2012)	Groupe	2020
Évaluer chaque année les émissions de GES du périmètre opérationnel des principales activités du Groupe (scopes 1 et 2)	Groupe	2015-2020
Réduire l'impact des émissions directes de GES lié au froid commercial : - diminuer les émissions fugitives des installations existantes par l'amélioration du confinement des installations existantes - réduire la charge initiale des installations neuves en fluides à fort GWP - tester et évaluer les installations sans HFC	Groupe	2015-2020
Réduire l'impact des émissions de GES lié au transport de marchandises : - évaluer régulièrement la performance carbone du transport - développer le transport multi-modal en fluvial et par rail chaque fois que possible - augmenter la part de transport mutualisée en amont et en aval des magasins - réduire les distances parcourues et améliorer le taux de remplissage des camions	Groupe	2015-2020
AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE		
Diminuer la consommation d'énergie de 20 % au m ² de surface de vente (année de référence 2012)	Groupe	2015-2020
Mesurer les consommations énergétiques - définir des objectifs de réduction pour chaque métier - privilégier la télérelève dans les sites rénovés énergétiquement	Groupe	2015-2020
Réaliser un programme de rénovation énergétique des magasins : - mettre en place des chartes internes aux éco-gestes - réaliser des diagnostics énergétiques - déployer des contrats de performance énergétique - installer des portes sur les meubles froids positifs (75 % des meubles froids couverts en France en 2020) - déployer un éclairage basse consommation - partager les bonnes pratiques énergétiques	Groupe	2015-2020

Groupe mobilisé pour l'environnement

Politique générale du Groupe

Objectifs	Périmètre	Échéance
LUTTER CONTRE LA POLLUTION – LIMITER ET VALORISER LES DÉCHETS		
Diminuer de 20 % la part des déchets en mélange (année de référence 2012 – valeur absolue)		2020
Optimiser le tri des déchets d'exploitation (carton, plastique et organique) : - augmenter le taux de couverture et la fréquence du monitoring pour mesurer la performance de tri de chaque métier - former et sensibiliser les collaborateurs au geste de tri - développer de nouvelles filères locales de valorisation	Groupe	2015-2020
Développer les actions de collecte et de recyclage des produits usagés des clients (ampoules, piles, batteries, etc.) - nouveaux partenariats avec les fournisseurs, les recycleurs et les organisations locales - assurer la lisibilité et la propreté des points de collecte dans les magasins - augmenter le nombre de magasins qui proposent ces services de collecte aux consommateurs - sensibiliser les clients et les personnels au geste de tri et au recyclage des produits usagés	Groupe	2015-2020
PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ		
Protéger et réhabiliter les espaces naturels : - agir pour la protection et la réhabilitation d'espaces naturels fournissant des services écosystémiques tels que la nourriture, l'eau, des combustibles, la pollinisation, des fibres naturelles, des loisirs etc ...	Groupe	2015-2020
Protéger les espèces menacées : - déployer les politiques définies (huile de palme, pêche durable, bovin...)	Groupe	2015-2020

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)		
Évaluer les émissions de GES du périmètre opérationnel des principales activités du Groupe (scopes 1 et 2)	Groupe	Toutes les unités d'affaires réalisent l'inventaire annuel de leurs émissions GES selon des standards communs, conformes aux recommandations du GHG Protocol et de la réglementation française.
Réduire l'impact des émissions directes de GES lié au froid commercial : - diminuer les émissions fugitives par l'amélioration du confinement des installations existantes - réduire la charge initiale des installations neuves en fluides à fort GWP - tester et évaluer les installations sans HFC	Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe : - réalisation d'un guide de lignes directrices à l'attention des décideurs et des managers techniques du Groupe pour un froid commercial bas carbone. • Casino / Monoprix / Franprix – Leader Price : - réalisation des programmes d'audits techniques pour la détection des fuites et leur réparation. - mise en service d'installations neuves avec des circuits à détente directe cascade R134A pour le froid positif et CO2 pour le froid négatif. - mise en service de 2 installations transcritiques pour évaluation. (Casino Supermarchés Villefontaine et Monoprix Choisy à Paris). • GPA : - mise en service de 2 centrales de production frigorifiques subcritiques pour évaluation du fonctionnement en zone subtropicale. • Éxito : - mise en place d'un monitoring des consommations en fluides par magasin. - identification des magasins devant faire l'objet d'une intervention de maintenance pour réduire leurs émissions fugitives. • Vindémia : - mise en place monitoring des consommations en fluides par magasin et sensibilisation des frigoristes pour la réduction des fuites. • Big C Vietnam : - protection des circuits de fluides réfrigérants. - installation de détecteurs de fuites sur les équipements avec mise sous alarme SMS des prestataires en charge de leur maintenance.

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)		
<p>Réduire l'impact des émissions de GES lié au transport de marchandises :</p> <ul style="list-style-type: none"> - évaluer régulièrement la performance carbone du transport - développer le transport multi modal en fluvial et par rail chaque fois que possible - augmenter la part de transport mutualisée en amont et en aval des magasins - réduire les distances parcourues et améliorer le taux de remplissage des camions 	Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe : <ul style="list-style-type: none"> - consolidation et benchmark de l'intensité carbone du transport marchandises de chaque unité d'affaires par segment logistique et par mode de transport. • Casino : <ul style="list-style-type: none"> - politique d'achat en faveur des prestataires signataires de la charte "Objectif CO2" de l'ADEME (96 % des livraisons > à Euro 5). - mise en service de 10 porteurs fonctionnant au gaz naturel liquéfié (GNL). - suppression des camions double ponts au profit de la généralisation de supports superposables. - actualisation des fréquences de livraisons pour réduire les tonnes/km. • Monoprix : <ul style="list-style-type: none"> - poursuite du développement de la mutualisation du transport amont. - révision du schéma logistique pour réduire les km parcourus. • Franprix : <ul style="list-style-type: none"> - augmentation de 20 % de la part des livraisons fluviales sur la Seine en région parisienne. • GPA Multivarejo : <ul style="list-style-type: none"> - développement du mode ferroviaire en amont des entrepôts. - renouvellement du tiers des camions et lutte contre les fumées noires. - révision des fréquences de livraison pour réduire les tonnes/km. - poursuite du programme de backhauling avec 65 nouveaux fournisseurs qui a permis d'éviter plus de 11 000 trajets pour livraison de marchandises. • GPA Via Varejo : <ul style="list-style-type: none"> - réduction des distances parcourues par la mise en service de logiciels d'optimisation de tournées pour la livraison à domicile. • Éxito : <ul style="list-style-type: none"> - maximisation des chargements des camions au départ des entrepôts et modernisation des camions. • Big C Thaïlande : <ul style="list-style-type: none"> - développement du transport mutualisé en retour de livraison (+26 %). - révision du schéma logistique qui a permis de réduire les distances parcourues de 14 %. • Big C Vietnam : <ul style="list-style-type: none"> - recours maximal au mode fluvial pour livrer les denrées non périssables entre les entrepôts et les hypermarchés.

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE		
Diminuer la consommation d'énergie au m ² de surface de vente de 20 % (référence 2012)	Groupe	Les enseignes déploient des programmes d'économies d'énergie basés sur les recommandations de l'ISO 50001.
Mesurer ses consommations énergétiques - inciter chaque métier à définir des objectifs de réduction - privilégier la télérelève dans les sites rénovés énergétiquement	Groupe	Les enseignes ont mis en place un monitoring des consommations d'énergie par magasin.
Réaliser un programme de rénovation énergétique des magasins : - mettre en place des chartes internes aux éco-gestes - réaliser des diagnostics énergétiques - déployer des contrats de performance énergétique - installer des portes sur les meubles froids positifs (75 % des meubles froids couverts en France en 2020) - déployer un éclairage basse consommation - partager les bonnes pratiques énergétiques	Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Casino : <ul style="list-style-type: none"> - certification ISO 50001 des magasins Géant Casino et Casino supermarchés dont 92 % sont sous contrat de performance énergétique. - l'intensité énergétique des magasins est passée de 577 kWh/m² en 2012 à 484 kWh/m² en 2015. (soit - 16 %). - 100 % des hypermarchés et 80 % des supermarchés sont équipés en froid positif huis clos. - installation en éclairage basse consommation par lampes LED en travaux neufs. - récupération de la chaleur générée par le froid commercial en place dans 40 supermarchés. • Monoprix : <ul style="list-style-type: none"> - la totalité des magasins sont sous certification ISO 50001. - 20 % d'entre eux font l'objet d'un contrat de performance énergétique. - 43 % des Monoprix sont équipés de portes pour le froid positif. - déploiement de l'éclairage basse consommation par lampes LED en travaux neufs. • Franprix : <ul style="list-style-type: none"> - 70 % des magasins équipés en portes pour le froid commercial. - 50 % du parc est en éclairage basse consommation type LED. - démarrage de la récupération de chaleur générée par le froid commercial. • Leader Price : <ul style="list-style-type: none"> - mise sous contrat de performance énergétique de 3 magasins. • GPA Multivarejo / Assaï / Via Varejo : <ul style="list-style-type: none"> - 102 magasins ont fait l'objet d'une rénovation énergétique (éclairage, froid, climatisation). - déploiement progressif de l'éclairage basse consommation par LED. - reprogrammation des plages de fonctionnement de tous les climatiseurs. • Big C Thaïlande: <ul style="list-style-type: none"> - rénovation énergétique (éclairage basse consommation LED, remplacement des blocs de climatisation). - démarrage de la mise en service d'un froid positif huis clos. - utilisation de peintures réfléchissantes du soleil sur les toitures.

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
RÉDUCTION DES DÉCHETS , ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET LUTTE CONTRE LA POLLUTION		
<p>Optimiser le tri des déchets d'exploitation (carton, plastique et organique) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - augmenter le taux de couverture et la fréquence du monitoring pour mesurer la performance de tri de chaque métier - former et sensibiliser les collaborateurs au geste de tri - développer de nouvelles filières locales de valorisation 	Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Casino : <ul style="list-style-type: none"> - réduction des déchets organiques par la lutte contre le gaspillage alimentaire grâce à la diminution du stock et l'augmentation des dons aux banques alimentaires. (100 % des hypermarchés et 84 % des supermarchés ont une convention avec les banques alimentaires) - augmentation de la part recyclée par compostage ou méthanisation par le déploiement du geste de tri organique dans plus de 50% des magasins (Géant Casino et Casino Supermarchés). • Monoprix : <ul style="list-style-type: none"> - monitoring de la performance de tri des magasins par un tiers de confiance. - déploiement du don alimentaire sur toutes les enseignes et restructuration des filières de collecte en magasin. - partenariat avec Disco Soupe pour la récupération des fruits et légumes invendus. • Leader Price : <ul style="list-style-type: none"> - déploiement d'une convention avec les banques alimentaires pour réduire le gaspillage alimentaire. • Franprix : <ul style="list-style-type: none"> - tri du carton et reverse logistique prestée ou internalisée pour tous les magasins. • GPA Multivarejo / Assaí : <ul style="list-style-type: none"> - déploiement d'un concept de gestion intégrée des déchets prévoyant la définition d'une zone de tri bien balisée pour permettre la valorisation des produits retirés de la vente par le don aux associations ou par le compostage des produits et la formation des personnels au tri à effectuer. - 215 magasins trient l'organique et 715 le carton. • Libertad : <ul style="list-style-type: none"> - déploiement de points de collecte pour les cartons, les plastiques. - installation de caisses vertes réservées aux utilisateurs de sacs réutilisables. • Big C Thaïlande : <ul style="list-style-type: none"> - mise en place de la reverse logistique du carton des magasins vers les entrepôts. - remplacement des caisses en polystyrène utilisées pour le transport du poisson par des caisses en plastique plus facilement réutilisables.

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
RÉDUCTION DES DÉCHETS , ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET LUTTE CONTRE LA POLLUTION		
<p>Développer les actions de collecte et de recyclage des produits usagés des clients (ampoules, piles, batteries, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - nouveaux partenariats avec les fournisseurs, les recycleurs et les organisations locales - assurer la lisibilité et la propreté des points de collecte dans les magasins - augmenter le nombre de magasins qui proposent ces services de collecte aux consommateurs - sensibiliser les clients et les personnels au geste de tri et au recyclage des produits usagés 	Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Casino : <ul style="list-style-type: none"> - suppression des Dates Limites d'Utilisation Optimum (DLUO) en clair sur les produits à conservation longue pour limiter le gaspillage alimentaire. - animation des points de collecte présents dans tous les magasins en partenariat avec les éco organismes (piles, DEE...). • Monoprix : <ul style="list-style-type: none"> - suppression des DLUO en clair pour les produits MDD. - Sensibilisation des clients à la lutte contre le gaspillage alimentaire : animations cook truck ; fiches recettes ; brochures ; - Animation des points de collecte installés dans les magasins avec les éco organismes partenaires. • Franprix : <ul style="list-style-type: none"> - suppression des sacs de caisse en plastique à usage unique dès fin novembre 2015. • Vindémia : <ul style="list-style-type: none"> - lutte contre le gaspillage alimentaire avec la formalisation des procédures de tri des produits retirés de la vente et la mise en place d'une convention avec une association pour structurer les conditions de remise des dons. • Cdiscount : <ul style="list-style-type: none"> - soutien du service de reprise gratuit à domicile pour le gros électroménager et en point relais pour le petit électroménager. - réduction des emballages avant expédition si l'emballage du fabricant est évalué suffisant pour garantir la sécurité de la livraison à domicile. • GPA Multivarejo et Assaí : <ul style="list-style-type: none"> - la communication incitant les consommateurs à utiliser les collecteurs installés dans les magasins a permis de récupérer plus 11 000 tonnes de produits ou emballages usagés pour leur recyclage. • GPA Via Varejo : <ul style="list-style-type: none"> - extension du programme de recyclage REVIVA dans les magasins des États de São Paulo, Bahia, Ceará and Pernambuco consistant à assurer la logistique retour des déchets d'emballages (cartons, plastiques, polystyrène) générés par les produits vendus en collaboration avec des coopératives de recyclage investies pour l'inclusion sociale des plus défavorisés. • Éxito : <ul style="list-style-type: none"> - animation et gestion des points de reprise en produits usagés en hypermarchés (piles, médicaments, petit électroménager,...). • Libertad : <ul style="list-style-type: none"> - mise à disposition de collecteurs pour récupérer les piles usagées, les bouchons plastique, les restes de repas à destination des animaux - mise à disposition dans la ville de Córdoba de sacs réutilisables fabriqués sur place pour remplacer les sacs à usage unique. • Big C Thaïlande : <ul style="list-style-type: none"> - 2 000 tonnes de briques de lait usagées collectées et recyclées pour fabriquer 11 000 tôles de toiture isolantes dans le cadre du Green Roof Project soutenu par Tétrapak.

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ		
<p>Protéger et réhabiliter les espaces naturels :</p> <ul style="list-style-type: none"> - agir pour la protection et la réhabilitation d'espaces naturels fournissant des services écosystémiques tels que la nourriture, l'eau, des combustibles, la pollinisation, des fibres naturelles, des loisirs, etc. 	Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Casino - Immobilier : <ul style="list-style-type: none"> - définition des bonnes pratiques et formation des chefs de projets. - réalisation d'audits écologiques de sites par des cabinets tiers intégrés en phase de conception de projet. - cahier des charges des prestataires d'entretien des espaces verts incluant des spécifications en faveur du fauchage raisonné et de l'interdiction d'usage des biocides.
<p>Protéger les espèces menacées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - agir en faveur de la survie des espèces terrestres et aquatiques 	Groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Casino : <ul style="list-style-type: none"> - mise à disposition d'un module de formation des chefs de rayons aux enjeux de la pêche durable et de la nécessité de protéger les poissons des grands fonds. - possibilité des magasins de s'approvisionner en viandes bovines auprès d'éleveurs d'espèces locales menacées. • Monoprix : <ul style="list-style-type: none"> - depuis 2014 Monoprix met en place sa campagne "bien fait pour vous !" dans laquelle sont rappelés les enjeux de la biodiversité aux employés comme aux clients. • Vindémia : <ul style="list-style-type: none"> - extinction complète des lumières des parkings et des enseignes la nuit en période de forte migration des oiseaux. • Big C Thaïlande : <ul style="list-style-type: none"> - soutien du programme de reforestation défini par l'Etat.

ACTEUR LOCAL SOLIDAIRE

Politique générale du Groupe

Objectifs	Périmètre
DÉVELOPPER LES PARTENARIATS DE SOLIDARITÉ	
<ul style="list-style-type: none"> Renforcer les partenariats de solidarité avec des associations d'intérêt général notamment avec les réseaux des banques alimentaires Renforcer les programmes de lutte contre l'exclusion Développer les actions de produits partagés au profit d'associations reconnues 	Groupe
MULTIPLIER LES ACTIONS LOCALES DE SOLIDARITÉ	
<ul style="list-style-type: none"> Inciter les magasins à développer des actions de solidarité locales Valoriser en interne ces initiatives et l'implication des magasins 	Groupe
DÉVELOPPER L'ACTION DES FONDATIONS	
<ul style="list-style-type: none"> Renforcer l'implication des collaborateurs dans les actions des Fondations Partager les bonnes pratiques entre les Fondations du Groupe Développer des actions en faveur des enfants défavorisés 	Groupe

Acteur local solidaire

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
DÉVELOPPER LES PARTENARIATS DE SOLIDARITÉ		
Renforcer les partenariats de solidarité avec des associations d'intérêt général notamment avec les réseaux des banques alimentaires et développer les programmes de lutte contre l'exclusion	Groupe	Plus de 16 000 tonnes de produits, soit l'équivalent de 32 millions de repas (6 millions de plus qu'en 2014), ont été apportées à des associations d'intérêt général (dont réseau des Banques Alimentaires) par l'ensemble du Groupe (France et International) en 2015.
	Groupe France	<p>En France, le Groupe a renforcé son engagement en faveur des plus démunis en mobilisant ses magasins pour soutenir la Fédération Française des Banques Alimentaires (FFBA). 6 235 tonnes de produits ont été collectées lors de la ramasse quotidienne et 1 426 tonnes collectées auprès des clients dans les enseignes du Groupe.</p> <p>Le groupe Casino a continué à soutenir, en 2015, au travers de ses enseignes, de nombreuses associations dont le Secours Populaire, la Croix Rouge, les Apprentis d'Auteuil, l'Agence du Don en Nature, Emmaüs, Téléthon, Le Rire Médecin, Dr Souris ou encore Handi'Chien. 38 000 familles ont été soutenues par l'Agence du Don en Nature grâce aux produits donnés par le Groupe.</p> <p>Afin de rompre l'isolement des enfants à l'hôpital, 33 services pédiatriques d'hôpitaux ont été équipés en France de 350 ordinateurs connectés à internet par l'association Dr Souris, grâce notamment à des opérations de produits partagés déployées dans les magasins Casino, Franprix et Monoprix en 2 ans.</p> <p>Casino et cinq de ses fournisseurs soutiennent le programme de consommation responsable de Mediaterrre de l'association Unis Cité.</p>
	Libertad	En Argentine, Libertad soutient, depuis 2013, le réseau argentin des Banques Alimentaires (Red Argentina de Bancos de Alimentos) et organise des collectes en magasin. 22 tonnes de marchandises collectées en 2015 (+70 % par rapport à 2014).
	GPA	<p>GPA, en partenariat avec les associations Mesa Brasil et Amigos do Bem, a organisé pour la troisième année consécutive une grande journée de collecte de denrées alimentaires : "Dia de Solidariedade". Les équipes des enseignes Pão de Açúcar, Extra Hyper, Extra Super, Mini Mercado, Assaí ont collecté des produits alimentaires de première nécessité (riz, haricots rouges, pâtes, huile...) au bénéfice d'associations brésiliennes. Pour soutenir cet effort, l'Instituto GPA a offert 1 kg supplémentaire pour 10 kgs de produits alimentaires collectés. Les enseignes non alimentaires Pontofrio et Casas Bahia se sont également associées à la journée de collecte, au travers d'une opération de produit-partage. 700 tonnes de marchandises alimentaires, remises aux institutions partenaires, ont été collectées lors de cette journée.</p> <p>Plus de 3200 tonnes de marchandises données en 2015 (+8 % par rapport à 2014).</p>

Acteur local solidaire

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
DÉVELOPPER LES PARTENARIATS DE SOLIDARITÉ		
Renforcer les partenariats de solidarité avec des associations d'intérêt général notamment avec les réseaux des banques alimentaires et développer les programmes de lutte contre l'exclusion	Éxito	En Colombie, Éxito poursuit le partenariat engagé depuis plusieurs années avec les banques alimentaires locales et a ainsi donné plus de 2 260 tonnes de marchandises en 2015. Il soutient également un programme de récupération des excédents agricoles dans les zones rurales.
	Vindemia	Vindemia agit aux côtés de la Banque Alimentaire des Mascareignes, partenariat qui intègre depuis 2015 les entrepôts, et permet d'automatiser le stockage et le ramassage des produits à donner.
	Disco Devoto	<p>Les magasins Disco en Uruguay ont organisé leur première collecte avec le réseau des banques alimentaires local.</p> <p>Les enseignes du Groupe Disco en Uruguay continuent d'accompagner des fondations qui agissent principalement en faveur du milieu hospitalier et de l'insertion sociale, et d'apporter leur soutien à différentes structures de la société civile.</p>
	Big C Thaïlande	Big C apporte un soutien à Slum Child Foundation à travers son programme "Big C Food Bank" (dons alimentaires).

Acteur local solidaire

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
MULTIPLIER LES ACTIONS LOCALES DE SOLIDARITÉ		
Développer les opérations de solidarité magasins et valoriser les actions en interne	Groupe France	<p>En France, le Groupe a continué à soutenir, en 2015, au travers des actions de ses enseignes, le Secours Populaire, la Croix Rouge, les Apprentis d'Auteuil, l'Agence du Don en Nature, Emmaüs, Téléthon, Le Rire Médecin, Dr Souris, Gol de Letra, ou encore Handi'Chien.</p> <p>Franprix a également poursuivi le déploiement dans l'ensemble de ses magasins de l'"Arrondi" (dispositif permettant aux clients d'arrondir leur ticket de caisse à l'euro supérieur), dont les montants collectés sont remis aux associations partenaires de l'enseigne.</p> <p>Cdiscount a effectué des dons de jouets à différentes associations pour les arbres de Noël et a mis en place un système de dons des anciens ordinateurs professionnels de Cdiscount aux "Ateliers du bocage", entreprise d'insertion du réseau Emmaüs.</p>
	Big C Vietnam	Big C Vietnam a financé 12 nouveaux projets solidaires dans le cadre de son concours interne "Big C Community". Ce programme, reconduit pour sa 5 ^{ème} année, permet aux collaborateurs de Big C de mettre en place des projets à caractère social pour les plus démunis au Vietnam.
	Libertad	Libertad a restructuré son programme de solidarité, centré sur l'enfance, autour des 4 axes suivants : éducation, santé, nutrition et loisirs. Le programme, intitulé "Donemos sonrisas" ("donnons des sourires"), permet de soutenir, par la collecte des dons de monnaie des clients des magasins de Libertad, les actions d'une fondation ou d'une association d'aide à l'enfance.
	Casino	<p>Les magasins et entrepôts sont incités à mettre en place des opérations pour soutenir les associations locales, notamment avec le programme "acteur local engagé". Les magasins Casino déploient ainsi chaque année plusieurs centaines d'actions pour soutenir ces associations. Afin de récompenser et mettre en valeur les nombreuses initiatives des magasins et des entrepôts, la première édition des Trophées RSE a été organisée en en mars 2015.</p> <p>La Fondation Casino a lancé, en juin 2015, une opération solidaire nationale "Tous en scène" dans les magasins Casino, les restaurants, les entrepôts et les sites administratifs du Groupe. Grâce à la mobilisation de plus de 20 000 collaborateurs et de 3 700 magasins, cette opération a permis de récolter des fonds pour les associations « Apprentis d'Auteuil » et « Tréteaux Blancs » et d'autres associations locales, afin de développer de nouveaux projets théâtre au profit d'enfants éloignés de la culture.</p>
	GPA	Outre ses actions en faveur du don alimentaire, GPA participe à des programmes solidaires tel "Viva Bairro", un projet d'engagement social et environnemental en faveur des communautés locales mis en place avec les magasins Extra.
Vindémia	Vindémia a mis en place, en 2015, un partenariat avec l'association "1000 sourires" au travers des dons des clients lors de leur passage en caisse.	

Acteur local solidaire

Bilan 2015

Objectifs	Périmètre	Principales réalisations 2015
DÉVELOPPER L'ACTION DES FONDATIONS		
Poursuivre les actions des fondations du Groupe et favoriser la participation des collaborateurs	Casino	<p>La Fondation Casino a choisi de s'engager pleinement dans l'éducation par le théâtre, qui permet l'expérience artistique et collective, l'expression de soi et la découverte de l'autre.</p> <p>Elle a ainsi développé ses deux programmes principaux autour du théâtre : "Artistes à l'école", initié en 2011 en partenariat avec l'Éducation nationale et l'Odéon-théâtre de l'Europe, et qui permet à environ 2 000 élèves de bénéficier pendant deux années consécutives d'un parcours d'éducation artistique et culturelle complet, et le programme "Parrains engagés" soutenant des projets associatifs ayant pour objectif l'éducation des enfants par le théâtre.</p>
	Éxito	La Fondation Éxito en Colombie a développé une expertise reconnue par les parties prenantes dans la lutte contre la malnutrition infantile. Elle déploie ses actions dans le cadre de son programme appelé "Gen Cero" qui a pour objectif qu'aucun enfant Colombien âgé de 0 à 5 ans ne souffre de malnutrition à horizon 2030. 28 650 enfants ont été concernés par ces programmes en 2015.
	Big C Thaïlande	La Fondation Big C Thaïlande axe ses actions en faveur de l'éducation des jeunes en apportant une aide financière aux plus défavorisés (plus de 5 000 bourses accordées en 2015), et en cofinçant la construction d'écoles (3 nouvelles écoles en 2015 ; 44 au total) ou de terrains de sport.
	Monoprix	La Fondation Monoprix en France concentre son action sur l'accès à l'alimentation et aux biens de première nécessité et la lutte contre l'isolement relationnel dans les villes. La Fondation Monoprix a soutenu 17 projets associatifs dont 5 parrainés par des collaborateurs. Une semaine de solidarité en juin 2015 a été organisée permettant à 650 collaborateurs et 12 magasins de s'engager dans des actions solidaires.
	GPA	<p>L'Instituto GPA développe des programmes d'éducation pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes issus de milieux sociaux modestes au Brésil (cours gratuits d'anglais, formations aux métiers d'hôtesse et d'hôte de caisse et de téléconférencier en centres d'appels). Il soutient en partenariat avec le gouvernement de Rio de Janeiro, le centre de formation professionnelle NATA ("Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos") qui permet à plus de 300 des élèves issus de familles modestes de se former aux métiers de la boulangerie et du lait. En 2015, 6 étudiants ont bénéficié d'un échange en France. L'Instituto GPA est aussi reconnu pour son programme d'apprentissage de la musique : fondé en 1999, le Programme Musica & Orquestra Instituto GPA a formé, en 15 ans, 13 000 jeunes défavorisés âgés de 10 à 18 ans dans les États de São Paulo, Brasília et Rio de Janeiro. L'orchestre se produit en magasins mais aussi dans des théâtres, des festivals, au Brésil et à l'étranger. Du 19 au 29 juin 2015, 26 jeunes de l'orchestre étaient en tournée en France, à l'occasion de la fête de la musique.</p> <p>Enfin, l'Instituto GPA poursuit son partenariat avec la Fondation Getulio Vargas pour déployer un programme de bourses au mérite dénommé "Prosperar".</p>

Principes de reporting

Les informations relatives à la démarche de responsabilité sociale d'entreprise du groupe Casino et aux performances environnementales, sociales et sociétales ont été élaborées conformément aux principes établis dans le protocole de reporting RSE du Groupe diffusé auprès de l'ensemble des personnes impliquées dans le processus de reporting en France et dans les filiales à l'international. Les données sociales, sociétales et environnementales présentées sont élaborées en cohérence avec le reporting financier et, sauf mentions explicites, concernent l'ensemble des activités sous contrôle opérationnel du groupe Casino ou de ses filiales majoritaires en France et à l'étranger. Les données s'entendent hors affiliés, franchisés et locataires gérants. La méthode de consolidation retenue est l'intégration globale (les données sont intégrées à 100 %).

Le site institutionnel du Groupe www.groupe-casino.fr présente également des informations relatives à sa démarche RSE. Accessible sur le même site, le Document de Référence apporte une information complémentaire sur les performances et les actions menées ainsi que sur la gouvernance mise en place, les méthodes et principes utilisés. Y figure l'avis du commissaire aux comptes sur les travaux de vérification menés en 2015. Monoprix, Cdiscount, Vindémia, GPA, Grupo Éxito, Libertad et Big C Thaïlande communiquent des informations RSE dans leur rapport de gestion ou site internet. Le Groupe ainsi que ses filiales Libertad, GPA, Éxito, adhèrent au Pacte Mondial des Nations Unies et élaborent également une "Communication on Progress".

Table de correspondance avec le Pacte Mondial des Nations Unies

Le groupe Casino a adhéré en 2009 au Pacte Mondial des Nations Unies, s'engageant ainsi à respecter 10 principes fondamentaux en faveur des droits de l'homme, des droits du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

Voir pages

DROITS DE L'HOMME

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans leur sphère d'influence | 14,15, 28, 29, de 69 à 73 |
| 2. Veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme | 36, 37, de 56 à 60 |

NORMES DU TRAVAIL

- | | |
|--|------------------------|
| 3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association | de 41 à 50 |
| 4. L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire | 36, 37 |
| 5. L'abolition effective du travail des enfants | de 56 à 60 |
| 6. L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession | de 16 à 19, de 41 à 50 |

ENVIRONNEMENT

- | | |
|---|------------------------|
| 7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement | de 24 à 27, de 61 à 68 |
| 8. À entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement | de 24 à 27, de 61 à 68 |
| 9. À favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement | de 24 à 27, de 51 à 55 |

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

- | | |
|---|------------|
| 10. Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin | de 56 à 60 |
|---|------------|

CONTACTS

Direction de la Communication externe Groupe
Tél. : +33 (0)1 53 65 24 78
E-mail : directiondelacomunication@groupe-casino.fr

Direction de la Communication financière et des relations investisseurs
Tél. : +33 (0)1 53 65 64 17
E-mail : IR_casino@groupe-casino.fr

Direction de la Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)
Tél. : +33 (0)1 53 70 51 97

Site Internet Groupe
www.groupe-casino.fr

SERVICE RELATIONS ACTIONNAIRES DE CASINO

BP 306 - 1, esplanade de France
F 42008 Saint-Étienne Cedex 2
Site Internet : www.groupe-casino.fr
E-mail : actionnaires@groupe-casino.fr
Numéro Vert : 0800 16 18 20
[appel gratuit depuis un poste fixe]

Pour la mise au nominatif des actions, la demande doit être adressée à l'intermédiaire financier qui assure la gestion des titres concernés qui, lui-même, procédera à l'inscription des titres en compte de nominatif auprès de :

BNP Paribas Securities Services – GCT
Relations Actionnaires
Grands Moulins de Pantin
9, rue du Débarcadère F-93761 Pantin Cedex
Tél. : +33 (0)1 40 14 31 00

Établissement mandaté pour la gestion du registre nominatif.

CASINO, GUICHARD-PERRACHON

le capital social de CASINO, GUICHARD-PERRACHON
est de : 173 192 459,58 euros

Siège social

BP 306 – 1, esplanade de France
F-42008 Saint-Étienne Cedex 2
Tél. : +33 (0)4 77 45 31 31
Fax : +33 (0)4 77 45 38 38
554 501 171 RCS Saint-Étienne Cedex 2

Bureaux à Paris

148, rue de l'Université
75007 Paris
Tél. : 01 53 65 25 00

RÉALISATION

Direction de la Communication externe Groupe

Conception, réalisation

Éric Bury - Shaman
Photos de couverture : © Fotolia
Iconographie : photothèque interne

Rédaction

Laure Martin-Iervonen - Bureau Z

Impression

A Print - Paris

Imprimé sur un papier 100 % recyclé dans un atelier Imprim'Vert





GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

www.groupe-casino.fr

GROUPE CASINO

B.P. 306 – 1, esplanade de France – F-42008 Saint-Étienne Cedex 2

Tél. : +33 (0)4 77 45 31 31 – Fax : +33 (0)4 77 45 38 38