

# Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

8.1. Démarche de progrès RSE.....	224
8.2. Politiques et actions déployées.....	232
8.3. Résultats extra-financiers du groupe Casino.....	258
8.4. Méthodologie de reporting des indicateurs de RSE.....	260
8.5 Rapport de l'organisme tiers indépendant.....	262

# 8.1. DÉMARCHE DE PROGRÈS RSE

La démarche RSE du groupe Casino contribue à créer et à favoriser des relations de confiance et de long terme avec chacune des parties prenantes, tout particulièrement les collaborateurs, les clients, et les fournisseurs, dans le respect des cultures et des pratiques locales des pays dans lesquels le Groupe est implanté.

Les priorités d'actions RSE, placées au cœur des activités du Groupe, constituent un des leviers de motivation des collaborateurs, et ont pour vocation d'améliorer l'impact social, sociétal et environnemental de l'entreprise, et ainsi sa performance financière. La politique RSE du Groupe a pour ambition de proposer des modes de consommation responsables, et d'améliorer la durabilité du modèle économique du Groupe en soutenant la confiance accordée par les principales parties prenantes. Elle repose sur un dialogue constant avec les principales parties prenantes.

## 8.1.1. Engagements

La politique RSE du groupe Casino s'appuie sur le respect des principes éthiques et des droits humains tels que définis dans :

- la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ;
- la Déclaration de l'Organisation internationale du Travail (OIT) relative aux principes et droits fondamentaux au travail ;
- le Pacte mondial des Nations Unies (*Global Compact*) et les Principes d'autonomisation des Femmes (*Women Empowerment Principles*) auxquels le Groupe a adhéré respectivement en 2009 et en 2016 ;
- la Charte Éthique du groupe Casino.

Au travers des neuf engagements de cette Charte Éthique mise en place en 2011 et par la signature du Pacte mondial des Nations Unies, le Groupe a tenu à réaffirmer sa volonté de respecter et promouvoir les droits humains dans l'ensemble de ses filiales en France et à l'international et auprès de ses fournisseurs.

Le groupe Casino s'engage, notamment, à respecter les lois, principes, normes et réglementations nationales et internationales ; à mettre en œuvre des pratiques loyales dans ses relations commerciales ; à favoriser le développement de relations sociales de qualité, fondées sur le respect des instances représentatives du personnel et un dialogue social constructif (liberté d'association et droit de négociation collective) ; à favoriser l'égalité des chances dans l'accès à l'emploi, à la formation et l'évolution de carrière ; à considérer la diversité des attentes, des besoins et des modes de vie des parties prenantes avec lesquelles le Groupe interagit. Traduite en quatre langues, la Charte Éthique est communiquée auprès de l'ensemble des collaborateurs et accessible sur l'Intranet.

## 8.1.2. Organisation

L'engagement du groupe Casino en faveur du développement durable s'est concrétisé, dès 2002, par la mise en place d'une organisation dédiée.

La Direction de la RSE Groupe déploie en France et à l'international, une démarche de progrès, initiée en 2011, en lien avec les différents départements RSE des filiales. Cette démarche d'amélioration continue se fonde sur les principes et les domaines d'application énoncés par la norme ISO 26000.

La politique RSE du Groupe s'appuie sur une organisation et une gouvernance permettant l'implication des dirigeants à tous les niveaux du Groupe.

Ainsi, le Comité de gouvernance, Comité spécialisé du Conseil d'administration, est en charge d'examiner la politique RSE du Groupe, ses enjeux, plans d'actions et réalisations. Au 6 mars 2017, ce Comité se compose de trois administrateurs, dont deux sont indépendants. Cette mission est exercée en coordination avec le Comité des nominations et des rémunérations lequel est appelé à procéder à l'examen du rapport annuel RSE soumis au Conseil et présenté aux actionnaires lors de l'Assemblée générale. Dans ce cadre, il examine en particulier la politique

du Groupe en matière d'égalité professionnelle entre hommes et les femmes et la démarche globale engagée en faveur de la diversité. Il participe également à la réflexion sur la mise en œuvre de critères de RSE dans la rémunération du dirigeant mandataire social. Chacun de ces Comités fait part au Conseil d'administration de ses avis et recommandations.

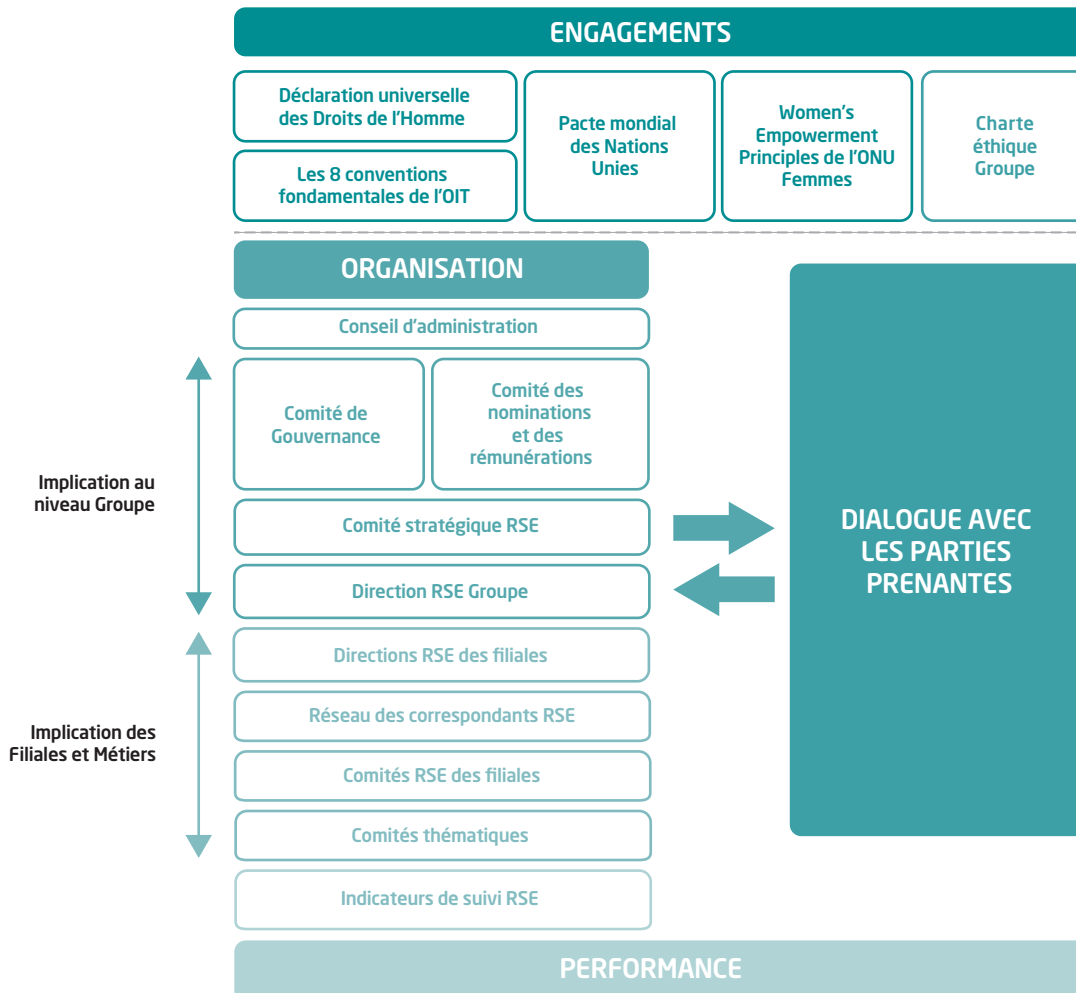
La mise en œuvre de la politique RSE du Groupe en 2016 a fait l'objet d'une présentation au Conseil d'Administration du 6 mars 2017.

Le Comité stratégique RSE, créé en 2010, a pour missions de valider 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 de suivre leur mise en œuvre au sein des entités du Groupe. Constitué de douze membres, dont huit membres du Comité exécutif, le Comité s'est réuni trois fois en 2016.

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 correspondants "Promotion de la diversité".

Les Comités suivants accompagnent également le déploiement de la politique RSE :

- le Comité de pilotage Ressources Humaines ;
- le Comité scientifique Nutrition Santé ;
- le Comité Qualité France ;
- les Comités RSE qui sont en place au sein de Casino et Monoprix en France, mais également au sein de GPA, de Grupo Éxito et de Libertad à l'international.



# Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

## 8.1. Démarche de progrès RSE

### 8.1.3. Dialogue avec les parties prenantes

Depuis de nombreuses années, le Groupe entretient un dialogue régulier et constructif avec ses parties prenantes au niveau local et national, dans chacun des pays où il est présent. Il privilégie un dialogue ouvert, qualitatif, avec pour objectif de développer et co-crée des projets ou des partenariats innovants. Le dialogue s'effectue *via* différents modes selon les parties prenantes, au niveau du Groupe et de chaque entité.

Au niveau Groupe, afin de mieux structurer ce dialogue et de comprendre les attentes des parties prenantes celles-ci sont invitées à intervenir lors des Comités stratégiques RSE sur des thématiques majeures.

Les thèmes abordés depuis sa création ont été : l'analyse des enjeux RSE du Groupe, la notation extra-financière, l'impact carbone des activités, l'impact des matières premières sur la déforestation, la politique d'éthique sociale, les gaz réfrigérants, l'analyse de matérialité des enjeux de RSE, les objectifs RSE à 2020 et la revue des actions des enseignes.

#### Principales parties prenantes identifiées et modes de dialogue

Parties prenantes	Principaux modes de dialogue
Collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"><li>Magazines internes, Intranets</li><li>Cellule d'alerte, d'écoute et de médiation</li><li>Enquêtes d'engagement</li></ul>
Partenaires sociaux	<ul style="list-style-type: none"><li>Echanges réguliers avec les organisations représentatives du personnel</li><li>Accords d'entreprise</li></ul>
Actionnaires, investisseurs et agences de notation	<ul style="list-style-type: none"><li>Sites institutionnels</li><li>Rapport annuel, Document de référence, Communication on Progress</li><li>Lettre aux actionnaires, <i>Roadshow</i></li><li>Assemblée générale</li></ul>
Clients	<ul style="list-style-type: none"><li>Sites Internet enseignes et produits</li><li>Réseaux sociaux</li><li>Service consommateurs</li><li>Enquêtes consommateurs</li></ul>
Etudiants et jeunes diplômés	<ul style="list-style-type: none"><li>Sites Internet</li><li>Partenariats avec des écoles</li><li>Participation à des forums</li></ul>
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"><li>Identification d'un interlocuteur privilégié au sein de la centrale d'achat pour accompagner les PME (depuis 2000)</li><li>Forums PME</li></ul>
Pouvoirs publics et collectivités locales	<ul style="list-style-type: none"><li>Partenariats avec les pouvoirs publics (ministères et instances nationales)</li></ul>
ONG et associations	<ul style="list-style-type: none"><li>Dialogue régulier avec des associations locales, nationales et internationales (réponse aux sollicitations, aux questionnaires, rencontres des ONGs)</li><li>Participation à des tables rondes</li></ul>

#### Organisations partenaires (ONG et associations)

Le groupe Casino participe aux travaux du Réseau des Entreprises et du Handicap de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) en tant que membre fondateur, de l'Initiative Clause Sociale (ICS), d'Entreprises pour les Droits de l'Homme, du *Consumer Good Forum*.

En France, le Groupe est membre de différentes associations spécialisées dont l'ORSE (Observatoire de la Responsabilité Sociétale des Entreprises), l'AFOIT (Association Française pour l'Organisation Internationale du Travail), le Global Compact France, ONU Femmes France, l'Observatoire de la Parentalité, le Réseau national des entreprises au service de l'égalité des chances dans l'éducation, la Fondation Agir Contre l'Exclusion. Il participe, pour les enjeux environnementaux, aux travaux du Pôle Éco-conception et Management du Cycle de Vie, de Perifem (Association technique du Commerce et de la Distribution), et des éco-organismes : Éco Systèmes, Éco Emballages, Corepile, Recylum. Il est mécène bienfaiteur de la Fondation GOODPLANET et collabore régulièrement avec le TFT Earth sur les enjeux des matières premières.

À l'international, les entités entretiennent également un dialogue avec leurs parties prenantes : au Brésil, GPA, membre de l'institut ETHOS (association d'entreprises pour la promotion de la RSE), soutient les travaux de l'institut AKATU qui mène des actions de sensibilisation et de mobilisation autour de la consommation responsable. Il participe aux travaux de CEMPRE (*Compromisso Empresarial para*

*reciclagem- Corporate Commitment for Recycling*) qui a pour objectif de favoriser la réduction, la réutilisation et le recyclage des déchets et est membre du GTPS (*Grupo de Trabalho para Pecuaria Sustentavel - Sustainable Livestock Working Group*). En Argentine, Libertad soutient l'ARSE (Institut Argentin de la RSE) et Éxito, en Colombie, interagit avec différentes parties prenantes nationales dont la SIC (*Superintendencia de Industria y Comercio*) ou le SENA (Service national pour l'Apprentissage).

#### Partenaires sociaux et collaborateurs

La construction des politiques de ressources humaines et de RSE s'appuie sur un dialogue régulier avec les collaborateurs et les partenaires sociaux.

La Direction et les organisations syndicales représentatives ont ainsi souhaité la mise en place d'un accord portant sur la RSE au sein de Casino sur la période 2014-2016. Un nouvel accord a été signé pour la période 2017-2020. Par ailleurs, des initiatives sont mises en place afin de favoriser le dialogue avec les collaborateurs des différentes enseignes françaises du Groupe.

À l'international, des études de satisfaction sont régulièrement menées auprès des collaborateurs et différents programmes permettent de remonter leurs éventuelles suggestions et opinions.

Ces dispositifs et outils sont présentés dans le chapitre 8.2.1.3.

### Communauté financière et évaluation de la performance du Groupe par les tiers

Le Groupe entretient un dialogue régulier avec les acteurs de l'investissement socialement responsable (agences de notation, fonds

d'Investissement Socialement Responsable) en répondant à leurs sollicitations d'entretiens ainsi qu'aux demandes d'informations. Le Groupe a répondu en 2015 à plusieurs demandes et questionnaires portant notamment sur les enjeux nutritionnels, le gaspillage alimentaire, le bien-être animal ou encore sur la gouvernance d'entreprise.

#### 8.1.4. Analyse de matérialité

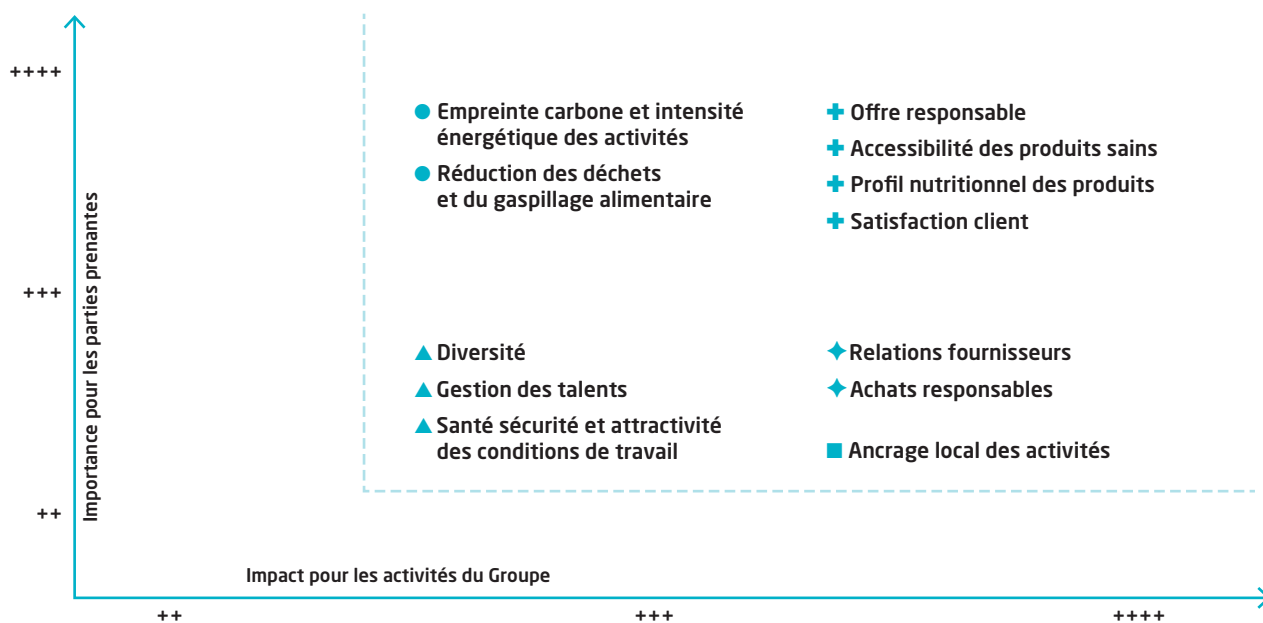
Afin d'évaluer et de mettre à jour la démarche de progrès RSE, une étude des enjeux les plus stratégiques au niveau du Groupe a été réalisée en 2015. Cette étude de matérialité, a permis de prioriser les enjeux RSE, d'une part, en fonction de leur importance à moyen terme pour le développement des activités du Groupe et, d'autre part, de leur potentiel de création de valeur pour la Société et de l'intérêt accordé à ces enjeux par les parties prenantes.

Les objectifs de cette analyse ont été de :

1. s'assurer de la pertinence des 15 priorités qui ont structuré jusqu'à présent la démarche "Esprit RSE" au regard, notamment, de l'intérêt des parties prenantes, des pratiques sectorielles, des facteurs de risque et des opportunités susceptibles d'impacter le développement du Groupe ;

2. remettre en question, si besoin, des enjeux priorités jusqu'à présent par le Groupe, au regard des nouvelles tendances et des enjeux émergents ;
3. vérifier la cohérence des initiatives mises en place par chacune des filiales du Groupe ;
4. prendre en compte, dans la démarche du Groupe, les analyses de matérialité réalisées par les filiales et les enjeux locaux ;
5. garantir l'appropriation et le soutien du management du Groupe à la démarche RSE pour assurer un déploiement homogène.

Confié à un tiers externe, ce travail a permis de faire ressortir les enjeux essentiels pour le groupe Casino :



**Légende**

Chacun des symboles précédant les enjeux renvoie à l'un des 5 axes de la démarche de progrès « Esprit RSE ».

- ▲ Axe employeur engagé
- ◆ Axe partenaire de confiance
- ◆ Axe commerçant responsable
- Axe mobilisé pour l'environnement
- Axe acteur solidaire

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.1. Démarche de progrès RSE

L'analyse de matérialité du Groupe a démontré que les principaux enjeux sont pris en compte dans la démarche de progrès "Esprit RSE" déployée par le Groupe, tout en soulignant l'importance, pour les parties prenantes, des thématiques suivantes : la santé-sécurité, les conditions de travail, l'accessibilité des produits au plus grand nombre, la satisfaction client, le gaspillage alimentaire, et la prise en compte de la biodiversité dans l'offre produits.

Cette étude a été confortée par celle de GPA réalisée afin de mieux appréhender les attentes spécifiques des parties prenantes au Brésil. Réalisée en 2015 avec l'accompagnement d'un cabinet de conseil spécialisé en développement durable, elle a porté sur une analyse documentaire, des entretiens individuels menés auprès de Directeurs et de partenaires externes, et une enquête en ligne envoyée à plus de 23 000 interlocuteurs, collaborateurs, fournisseurs et clients de GPA. La matrice de matérialité établie a été présentée au Comité exécutif de

GPA afin de valider les priorités stratégiques 2015-2017, en cohérence avec les cinq piliers RSE du groupe Casino. Elle a permis de confirmer les attentes des collaborateurs quant à l'engagement social et solidaire de GPA, la qualité de vie, mais aussi de souligner l'importance accordée par les parties prenantes externes à la consommation responsable, à la gestion des déchets d'exploitation des clients, et pour les fournisseurs, au développement des PME et à l'emploi local.

Éxito a mené également en 2016 une étude de matérialité avec un cabinet de conseil afin de confirmer et prioriser les enjeux aujourd'hui identifiés, en prenant en compte les attentes spécifiques locales. Éxito a consulté plusieurs parties prenantes dont les collaborateurs, les actionnaires, les clients (300 clients interrogés) et ses fournisseurs (200).

#### 8.1.5. Démarche de progrès "Esprit RSE"

Élément structurant de sa politique RSE, la démarche de progrès "Esprit RSE" mise en place par le Groupe s'articule depuis 2011 autour de 15 axes prioritaires axés sur cinq domaines de responsabilité qui ont été définis à partir des analyses de matérialité (cf. paragraphe précédent), et de l'analyse des principaux risques et opportunités pour le Groupe (cf. chapitre 7.2).

La mise en œuvre de la démarche RSE est un levier de croissance pour le Groupe car elle contribue à :

- renforcer la motivation et l'engagement des collaborateurs ;
- attirer les meilleurs talents ;
- accroître la compétitivité du Groupe par une amélioration de ses impacts environnementaux (énergie notamment) ;
- développer les ventes de produits et services responsables et innovants à forte croissance (produits issus de l'Agriculture Biologique par exemple) ;
- favoriser les relations de confiance et de long terme avec nos parties prenantes (clients, fournisseurs et actionnaires, pouvoirs publics).

Le dispositif de gestion des risques, présenté au chapitre 7, prend en compte les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux du Groupe et intègre quatre risques RSE :

- les risques sociaux et psychosociaux ;
- les risques liés aux produits ;
- les risques éthiques ;

- et les risques climatiques.

La gestion des risques RSE vise à réduire le risque de non-conformité aux lois et règlements, d'atteinte à la réputation, pouvant peser directement sur la bonne marche de ses activités et d'anticiper les risques futurs portant par exemple sur les substances controversées.

Ces risques sont évalués au regard de leur impact (niveau de gravité) et d'occurrence et une analyse de corrélation entre les causes et les conséquences desdits risques est menée annuellement par la direction du Contrôle Interne Groupe.

Cette démarche de cartographie des risques fait l'objet d'un processus de revue annuelle : à partir du catalogue, chacune des entités du Groupe procède à l'identification et à l'évaluation de ses 10 risques majeurs, pour traitement et suivi. Les risques sont évalués au regard de leur impact (niveau de gravité) et d'occurrence (probabilité) en cas de survenance, et leur traitement vise l'ensemble des mesures prises pour contenir ledit risque ou le réduire à un niveau résiduel cible. Une démarche similaire est déployée concernant les risques majeurs portés par la société mère.

Les 15 axes prioritaires de la démarche de progrès ont été revus en 2016 par le Comité stratégique RSE, lequel a validé suite à l'analyse de matérialité réalisée, la prise en compte des priorités suivantes :

- lutter contre le gaspillage alimentaire ;
- agir pour la santé et le bien-être des collaborateurs, qui constituent des enjeux forts pour le Groupe.

La démarche de progrès "Esprit RSE" ainsi actualisée et déployée pour la période 2016-2020 est la suivante :



Des plans d'action sont définis par les enseignes et font l'objet d'un suivi annuel.

Le Comité stratégique RSE Groupe a validé en 2016 des objectifs Groupe chiffrés internes à atteindre d'ici 2020 en cohérence avec la démarche de progrès RSE.

Les principaux indicateurs extra-financiers du Groupe sont présentés dans le chapitre 8.3.

### 8.1.6. Sensibilisation et formation aux enjeux de RSE

#### Formation

Afin de sensibiliser et de former les collaborateurs à la politique RSE et aux enjeux de leurs activités, le Groupe relaie ses engagements et actions RSE dans ses supports de communication (journaux internes, intranets) et son réseau social interne dénommé "Casino World Community". Un parcours "Découvrir le groupe Casino", accessible sur cette plateforme communautaire permet à l'ensemble des collaborateurs de connaître les engagements RSE et de participer à des challenges RSE. À titre d'exemple, les collaborateurs ont été invités à voter en 2015 pour les meilleurs projets solidaires proposés par les fondations et associations partenaires du groupe Casino et, en 2016, à un challenge dénommé "Best of Us" pour mettre en valeur et récompenser les initiatives exemplaires, notamment RSE, mises en place par les enseignes du Groupe.

Le centre de formation interne Campus propose aux correspondants RSE et aux managers un parcours 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. Les enjeux RSE propres à un métier ou une fonction sont intégrés, au fur à mesure des actualisations, dans les modules de formation : la formation des chefs de Marée prend ainsi en compte les enjeux de la pêche durable, les formations des futurs directeurs de restaurant Casino prennent en compte les enjeux RSE y afférents comme l'impact nutritionnel des produits, le gaspillage alimentaire, les déchets organiques, etc.

Les filiales internationales déploient également des modules de formation et sensibilisation aux enjeux de RSE auprès des collaborateurs. GPA met en place des sessions de formation aux sujets de la RSE auprès des équipes (formation éthique sociale pour les Acheteurs, formation Diversité pour les équipes RH, etc.).

En 2016, 95 cadres de GPA ont participé à une formation sur "RSE & Stratégie d'entreprise", en lien avec la Fundação Dom Cabral, au sein du programme de l'Académie des cadres de GPA ("GPA Executive Academy").

Dans les magasins Pão de Açúcar, Extra et Proximité, plus de 950 collaborateurs ont participé à une formation sur la consommation responsable.

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.1. Démarche de progrès RSE

#### 8.1.7. Performance de la démarche

##### Évaluation des collaborateurs

Le Groupe valorise l'engagement RSE dans les dispositifs d'évaluation et de rémunération variable des collaborateurs.

Ainsi, une partie de la rémunération variable du Président-Directeur général du groupe Casino est liée aux performances RSE du Groupe (cf. chapitre 6 "Rémunération des organes de direction et d'administration").

En France, les managers (Casino, Monoprix, Franprix, Leader Price) sont évalués sur la mise en œuvre des six Attitudes et Comportements Managériaux (ACM) définis par le Groupe qui comptent pour 30 % de leur rémunération variable. En 2016, ce référentiel managérial a évolué afin qu'un des six ACM permette d'évaluer le collaborateur sur la prise en compte de la RSE dans son métier et son activité. Les membres du Comité exécutif du groupe Casino sont concernés par ce dispositif.

À l'international, GPA et Éxito ont intégré chacune un dispositif spécifique conditionnant une partie de la rémunération variable à l'atteinte d'objectifs RSE quantitatifs portant sur des indicateurs environnementaux, sociaux et sociétaux.

##### Évaluation extra-financière

Le Groupe est présent dans les indices extra-financiers :

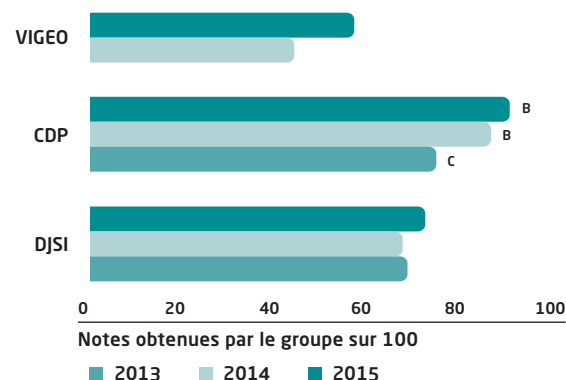
- FTSE4GOOD ;
- Euronext Vigeo index : Eurozone 120, Europe 120, World 120 et France 20 ;
- Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Europe ;
- MSCI Global Sustainability Indexes et MSCI Global SRI Indexes ;
- STOXX® Global ESG Leaders indices.

La présence du Groupe dans ces indices qui incluent les sociétés les mieux notées selon des critères sociaux, environnementaux et de gouvernance démontre la qualité de son engagement en matière de RSE.

L'agence Vigeo Eiris, a évalué en mai 2016 les politiques et performances RSE de 43 entreprises du secteur de la distribution et a placé le groupe Casino en première position. Éxito et GPA occupent respectivement les 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> places du classement de Vigeo Eiris du secteur de la distribution dans les pays émergents (17 entreprises de distribution alimentaires analysées). Cette notation récompense l'ensemble des actions mises en place par nos enseignes et la qualité de la politique RSE du Groupe.

Le Groupe a significativement augmenté sa notation extra-financière publiée par Robeco Sam dans le cadre des indices du DJSI - Dow Jones Sustainability Index - de 6 points entre 2015 et 2016. La note obtenue en 2016 est de 73/100. Grupo Éxito a été à nouveau inclus dans l'indice DJSI Emerging Country qui récompense, chaque année, les entreprises les plus performantes selon des critères économiques, environnementaux et sociaux.

Le Groupe répond depuis 2013 au *Carbon Disclosure Project*. Sa notation s'est améliorée depuis pour atteindre le niveau B en 2016.



L'évaluation extra-financière, en progression constante depuis deux ans tout indice confondu, illustre la démarche de progrès et la volonté du Groupe et de ses organes de gouvernance d'améliorer continuellement sa politique RSE et ses performances.

##### Prix et distinctions

Les initiatives du Groupe sont aussi régulièrement reconnues par des prix et des distinctions.

Le Groupe a été récompensé en 2016 par les Trophées mieux vivre en entreprise pour la mise en place de sa démarche de Management Bienveillant ; les Trophées Entreprise et Salariés Aidants remis par OCIRP Handicap.

Casino a remporté en 2016 les Trophées LSA de la Diversité et de la RSE pour les actions menées afin de lutter contre le sexisme ordinaire dans le cadre de sa politique en faveur de la Parité Femmes/Hommes. Monoprix a été récompensé pour son engagement en faveur du bien-être animal par l'association *Compassion in World Farming* (CIWF) et a reçu le trophée Œuf d'Or pour son action en faveur de l'amélioration des conditions de vie des poules pondeuses lors du Forum Européen sur le Bien-être Animal. Vindémia a été récompensé en 2016 par l'agence de notation BIOM avec une mention "Très Bien" pour sa participation au maintien de l'économie locale avec la création d'emplois réunionnais.

Les filiales à l'international sont également récompensées pour leurs actions de RSE.

En 2016, GPA a été distingué par le "Women United Nations Award" pour sa politique en faveur de l'égalité professionnelle.



## 8.1.8. Loyauté des pratiques

### Lutte contre la corruption

Par son adhésion au Pacte mondial des Nations Unies en 2009, et sa Charte Éthique, le Groupe a souhaité réaffirmer son engagement dans la lutte contre la corruption et la prise en compte des droits de l'homme dans sa sphère d'influence.

La mise en œuvre du programme anti-corruption du Groupe relève de la responsabilité de la Direction générale de chacune de ses entités. La Direction du Contrôle interne Groupe les accompagne, dans le renforcement de leur dispositif. Un guide, recensant les attendus formulés par les parties prenantes, ainsi que des fiches réflexes ont été diffusés à destination des filiales en France et à l'international. Ce dispositif a été complété en 2013 par la diffusion du Code de conduite des affaires rappelant les règles à respecter par les collaborateurs dans l'exercice de leurs activités professionnelles. Celles-ci ont fait l'objet d'un rappel en 2015.

Dans un objectif d'amélioration continue, un groupe de travail transverse rassemblant des membres de plusieurs directions du Groupe a été constitué en 2015 afin de renforcer les démarches et les dispositifs de lutte contre la corruption du Groupe en France et à l'international. Le plan d'actions défini a fait l'objet de présentations régulières au Comité d'audit au cours de l'exercice 2016 et s'inscrit désormais dans la démarche engagée de sa mise en conformité avec le dispositif de prévention issu de la loi n° 2016-1691 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique. Le Comité a rendu compte au Conseil d'administration des politiques et plans d'actions déployés et en poursuivra le suivi au cours de l'exercice 2017.

En 2016, les nouvelles actions déployées en France ont en particulier porté sur la mise en place :

- d'un Comité éthique Groupe composé du Président du Comité de Prévention des Risques, du Secrétaire du Conseil d'administration de la société mère, du Directeur de l'Audit interne et du Contrôle Interne Groupe, du Directeur des Risques juridiques et du Directeur de la RSE et de la Formation Groupe. Ce Comité a pour objectifs de définir le cadre du dispositif éthique et les procédures associées, s'assurer de la mise en place d'un dispositif de prévention conforme aux exigences légales, du traitement des incidents reportés et de surveiller la progression des plans correctifs ;
- d'un réseau de déontologues, qui ont été nommés au sein de chaque entité française dont le rôle est de promouvoir la politique du Groupe définie dans la Charte Éthique et le Code de conduite et de s'assurer de la bonne compréhension des principes et valeurs, de répondre aux questions, de recevoir les alertes, de les analyser et de les traiter et, selon leur pertinence, de les remonter au Comité éthique Groupe. Ce réseau sera déployé en 2017 ;
- d'un parcours de formation *e-learning* pour expliquer la politique du Groupe en termes d'éthique et prévenir la corruption qui a été mis à disposition en 2016 et suivi par 5 000 collaborateurs en France ;
- d'un dispositif d'affichage sur tous les sites rappelant les principes de la Charte Éthique.

À l'international, les filiales du Groupe disposent :

- de Codes éthiques ou Codes de conduite ;
- des dispositifs d'alerte (*whistleblowing*) ;
- de Comités dédiés qui suivent les alertes reçues et leur traitement.

Au Brésil, le dispositif de lutte contre la corruption a été renforcé avec la diffusion d'un nouveau Code Éthique, la définition de nouvelles clauses contractuelles à destination des fournisseurs et le déploiement

de campagnes de sensibilisation. Au sein de GPA, une ligne d'alerte éthique ("LigAçao") est à disposition des collaborateurs ainsi que des clients, fournisseurs et actionnaires. Un Comité éthique évalue les flux d'investigation des cas remontés par le canal de dénonciation et les alertes remontées sont analysées et traitées par l'audit interne.

En Colombie, Éxito déploie, depuis 2011, un programme dénommé "Transparencia", permettant aux employés, aux clients, fournisseurs, actionnaires et aux tiers ayant des liens commerciaux ou contractuels, de signaler par courriel, ou *via* une ligne téléphonique, des faits éventuels intentants aux principes d'intégrité, de transparence, de dignité ou d'équité. Le Code Éthique de l'entité, sa politique en termes de réception des cadeaux ainsi que sa politique concernant la gestion des conflits d'intérêts et des informations confidentielles sont communiqués à l'ensemble de collaborateurs. Une société externe spécialisée réceptionne les cas reportés qui sont ensuite traités au sein du Comité compétent : le Comité d'éthique et de bonne conduite, le Comité de conflit d'intérêts et de bon usage de l'information confidentielle ou le Comité opérationnel de lutte contre la fraude et la corruption. Une équipe dédiée au sein du département d'audit interne vient en soutien lors des investigations à mener en cas de fraude présumée.

Un rapport concernant les conflits d'intérêts identifiés réels ou supposés est également étudié par la direction générale d'Éxito.

Une campagne de communication à destination de l'ensemble des collaborateurs d'Éxito a été déployée en 2016 spécifiquement au sujet de la gestion des conflits d'intérêts et de l'acceptation de cadeaux. Par ailleurs, les nouveaux collaborateurs suivent un parcours de formation en *e-learning* couvrant les thèmes de la politique de transparence d'Éxito.

En Argentine, Libertad a lancé, depuis 2012, un programme similaire nommé "Libertad Transparente", dont l'objectif est de mettre en avant les normes d'éthiques et de transparence. Un "Comité d'analyse des conduites" assure le correct fonctionnement du dispositif d'alerte. Il reçoit les alertes pour analyse et traitement. En 2016, une formation spécifique a été déployée sur le thème de la lutte contre la fraude et la corruption.

### Lobbying responsable

Le groupe Casino, au travers du département des Affaires publiques, mène dans les pays où il est présent des actions de lobbying afin de dialoguer, d'échanger et d'informer les élus dans le processus législatif et participe aux travaux des différentes fédérations qui représentent son secteur. Il entretient un dialogue régulier et ouvert nécessaire à la construction des politiques publiques. En France, le Groupe a déclaré ses activités en tant que représentant d'intérêts auprès de l'Assemblée Nationale et du Parlement européen et est membre de la Fédération du Commerce et de la Distribution, et de l'AFEP (Association Française des Entreprises Privées).

Le Groupe respecte les lois en vigueur dans les pays quant aux règles de financement par les entreprises des partis politiques.

En France, une formation présentielle sur le lobbying responsable sera déployée en 2017.

### Transparence fiscale

La politique fiscale du groupe Casino est mise en œuvre par une équipe dédiée, ayant accès à toutes les ressources nécessaires (tant en termes de formation que de documentation) pour (i) prendre en compte les évolutions législatives et (ii) accompagner les équipes opérationnelles en France et à l'étranger.

# Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

## 8.2. Politiques et actions déployées

Elle s'articule autour des orientations et engagements suivants :

- Le Groupe veille au respect de l'ensemble des législations fiscales nationales et acquitte en temps voulu tous les impôts dont il est redevable dans chacun des pays où il est implanté. Il respecte les préconisations émises par l'OCDE au regard notamment des flux intra-Groupe et n'a pas recours à des structures localisées dans des pays dits fiscalement "non coopératifs" au sens de la réglementation.
- Le groupe Casino entretient des relations ouvertes et constructives avec les différentes autorités administratives, organes législatifs et juridictions en charge de la conduite des contrôles fiscaux, des évolutions normatives et des contentieux.

## 8.2. POLITIQUES ET ACTIONS DÉPLOYÉES

### 8.2.1. Le groupe Casino, un employeur engagé

Partout où il est présent, le groupe Casino développe et met en pratique des politiques de Ressources humaines et de Management innovantes et respectueuses des cultures locales. Ces politiques ont pour objectifs le développement professionnel des collaborateurs et la mise en valeur des talents ; la lutte contre les discriminations et le renforcement de l'égalité des chances ; la promotion d'un dialogue social constructif et innovant ; la protection de la santé, de la sécurité des employés et de leur bien-être au travail ; et la mise en place d'une politique de rémunération et d'avantages sociaux équitables et évolutifs.

Les Directions des Ressources humaines de chaque entité ont la responsabilité de définir leur politique en cohérence avec le socle

commun déterminé par la DRH Groupe qui repose sur le développement d'une culture partagée de la performance économique, sociale et environnementale ; la mise en place de synergies et d'outils pour améliorer la gestion des ressources humaines ; et le respect de l'identité et de la culture des filiales.

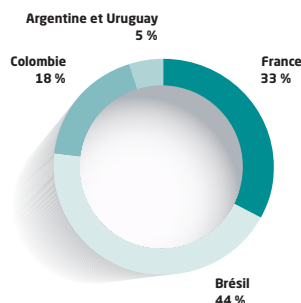
Le groupe Casino est un employeur majeur en France et dans la majorité des pays où il est présent, notamment au Brésil et en Colombie. Le groupe Casino compte 53 % de femmes dans les effectifs et 39 % de collaborateurs de moins de 30 ans. 33 % des collaborateurs sont situés en France (dont Océan Indien) et 67 % en Amérique du Sud.

	2015	2016						Variation 2015/16
	Groupe	Groupe	France	Brésil	Colombie	Uruguay	Argentine	
<b>EFFECTIF TOTAL CDD ET CDI AU 31/12</b>	<b>232 792</b>	<b>227 842</b>	<b>74 466</b>	<b>100 523</b>	<b>41 614</b>	<b>7 992</b>	<b>3 247</b>	<b>- 2 %</b>
Femmes	124 935	121 388	42 924	51 894	20 555	4 505	1 510	- 3 %
Hommes	107 857	106 454	31 542	48 629	21 059	3 487	1 737	- 1 %
Moins de 30 ans	92 243	88 402	19 567	44 741	19 624	3 696	774	- 4 %
De 30 à 50 ans	111 134	107 758	35 923	47 009	19 078	3 356	2 392	- 3 %
De 50 ans et plus	29 415	31 682	18 976	8 773	2 912	940	81	+ 8 %

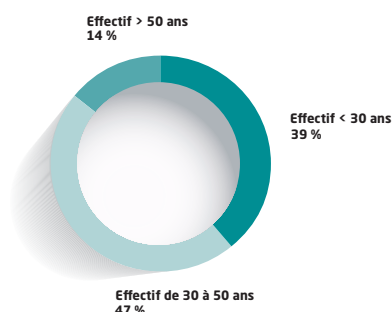
Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil comptant pour 52 175 salariés au 31 décembre 2016.

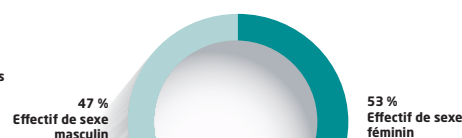
Répartition des effectifs par pays



Répartition des effectifs par tranches d'âge



Répartition des effectifs Femmes/Hommes



	Groupe 2015	Groupe 2016	Variation 2015/16
Nombre d'embauches CDD et CDI	129 691	109 539	- 16 %
Dont Nombre d'embauches en CDI	44 %	42 %	- 2 points

*Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.*

*Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil comptant 13 152 embauches en 2016.*

La durée du temps de travail des collaborateurs du Groupe est définie dans le respect du cadre légal de chaque entité et des réglementations des pays où celui-ci est présent.

Le groupe Casino emploie très majoritairement en contrat à durée indéterminée avec 93 % des collaborateurs en CDI. Il a recours aux CDD principalement pour remplacer des salariés absents et renforcer les équipes des magasins à forte activité saisonnière. 85 % des collaborateurs du Groupe sont employés en contrat à temps complet.

En France, Casino a mis en place un dispositif volontariste qui a permis à plus de 2 000 personnes de passer d'un contrat à temps partiel à un temps complet depuis 2012. En France, le Groupe dénombre 3 856 licenciements dont trois licenciements économiques suite à la fermeture d'un établissement. Les autres licenciements couvrent tous les cas de licenciements inhérents à la personne du salarié telles que : abandon d'emploi, absences répétées, faute professionnelle, incompatibilité avec la hiérarchie, vol, licenciement suite à inaptitude. Les départs liés à des réorganisations de l'entreprise sont accompagnés par un dialogue social soutenu et la mise en place d'un ensemble de mesures de reclassement et/ou d'accompagnement.

### 8.2.1.1. Promouvoir la diversité et l'égalité des chances

Le groupe Casino s'est engagé dès 1993 dans la lutte contre toutes les formes de discriminations. Considérant la diversité comme un facteur de performance économique, le Groupe a défini une politique volontariste visant à favoriser le recrutement de profils variés, à promouvoir l'égalité professionnelle à tous les niveaux et dans tous les processus de l'entreprise et à favoriser le vivre ensemble.

#### Lutter contre les discriminations et les stéréotypes

Cette politique repose sur plusieurs principes d'actions : lutter contre les stéréotypes qui sont à la racine des discriminations, co-construire les politiques avec les organisations syndicales représentatives, adresser l'ensemble des critères de discrimination, mesurer les actions mises en place.

Les principaux domaines d'actions du Groupe concernent : l'origine, la situation sociale, le genre, le handicap, l'âge, l'orientation sexuelle, la diversité religieuse, l'engagement syndical et l'apparence physique.

- En France, pour lutter contre les discriminations et promouvoir la diversité, le Groupe s'appuie sur des engagements concrets et un réseau de plus de 70 correspondants et référents "Promotion de la diversité" qui relaie sa politique. La mise en œuvre de la politique est pilotée par le Comité Diversité Groupe, composé de sept représentants du personnel et de sept membres de la Direction.

Les enseignes – Casino, Monoprix, Cdiscount, Franprix, Leader Price – sont signataires de la Charte de la Diversité. Le Groupe s'est aussi porté signataire de la Charte d'engagement LGBT pour veiller à une égalité des droits et de traitement entre toutes les collaboratrices et collaborateurs quelle que soit leur orientation sexuelle.

Casino est le premier groupe de distribution à avoir obtenu, dès 2009, le Label Diversité délivré par l'Afnor Certification, distinguant les entreprises menant une politique exemplaire. Renouvelé en 2012

puis en 2016, suite à un nouvel audit, le Label Diversité a également été étendu à Monoprix en 2016.

Afin de lutter contre les stéréotypes et les préjugés, le Groupe déploie de nombreuses actions de sensibilisation et de formation.

Plusieurs guides sont mis à disposition des collaborateurs 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" ;
- "Égalité Femmes/Hommes, Lutter contre le sexisme ordinaire".

En France, un "Tour de France de la diversité" a été organisée en 2016. Des débats animés par un expert externe se sont déroulés dans les magasins, restaurants et entrepôts du Groupe, avec les équipes diversité du Groupe, les managers et employés. En complément de ces dispositifs de sensibilisation, des parcours de formation en *e-learning* sur la diversité sont mis à disposition des chargés de recrutement en 2016 afin de les former. Le Groupe a mis en place pour les recrutements des cadres et agents de maîtrise un Baromètre satisfaction des candidats, incluant le thème de la diversité qui montre un taux de satisfaction en 2016 de 95 %. Au-delà de l'obtention du label Diversité, preuve du niveau d'implication du Groupe, des outils de contrôle de la bonne application des politiques définies sont déployés. Réalisé tous les 3 ans, un nouveau *testing* sur l'origine a été réalisé en 2016 et a intégré un item supplémentaire sur l'orientation sexuelle. Enfin, une cellule d'écoute sur les discriminations offre la possibilité à tous les collaborateurs Casino de signaler, en toute confidentialité, directement le fait d'être victime ou témoin d'une discrimination, réelle ou supposée.

- À l'international, les filiales du Groupe déploient des politiques en faveur de la diversité en prenant en compte les enjeux locaux.

Au Brésil, lancée en 2015, la Charte d'Engagement pour la Promotion de la Diversité de GPA a permis de mettre en place dans toutes les filiales des actions en faveur notamment des personnes en situation de handicap, des jeunes et des personnes LGBT. Cette charte a été complétée en 2016 pour lutter contre les discriminations raciales. Complétant cette charte, la Direction de la RSE de GPA a lancé en 2016 un programme Diversité appelé "GPA Iguais", à destination des managers qui s'appuie sur un guide managérial précisant les pratiques attendues.

En 2016, GPA a également lancé la "Minute Diversité", qui incite les managers à parler d'un sujet de la diversité avec leurs équipes, et diffusé une vidéo pour promouvoir l'engagement de GPA et ses actions auprès des parties prenantes.

En Colombie, Éxito continue de déployer son programme d'insertion appelé "población vulnerable" qui s'adresse aux personnes en situation de handicap, aux victimes des conflits armés et leurs familles, aux jeunes en grande difficulté, ainsi qu'aux anciens combattants.

La plupart des entités internationales et notamment Éxito et GPA, disposent également de dispositifs d'alerte qui permettent de signaler en toute confidentialité, les discriminations réelles ou supposées.

### Agir en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi des travailleurs handicapés

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, datant de 1995, en faveur du maintien et de l'emploi des personnes en situation de handicap.

Il compte 7 134 personnes déclarées handicapées (en CDI, CDD), soit une augmentation de 5 % par rapport à 2015.

Des plans d'actions sont mis en place dans les différentes entités par les Directions des Ressources humaines qui poursuivent trois objectifs principaux :

- le recrutement de personnes handicapées ;
  - la formation par notamment l'accueil d'alternant et de stagiaires ;
  - le maintien dans l'emploi des personnes déclarant un handicap au cours de leur vie professionnelle.
- En France, le Groupe et ses enseignes définissent dans le cadre d'accords avec les organisations syndicales les engagements, plans d'actions et les objectifs de performance. Casino, dont le taux de travailleurs handicapés est de 13,22 % (avec minoration), développe depuis plus de 20 ans une politique volontariste en matière de handicap. Les objectifs du 6<sup>e</sup> accord ont été atteints et largement dépassés avec le recrutement de 217 personnes sur la période pour un objectif de 100 recrutements, et l'accueil de plus de 160 personnes en stage. Le 7<sup>e</sup> accord (2017-2020), signé en 2016, prévoit le recrutement de 100 personnes handicapées, le renforcement de l'alternance et l'accueil de 120 stagiaires. Dans le cadre de l'Accord mis en place par Monoprix, 207 personnes en situation de handicap ont

été recrutées pour un engagement de 180 sur la période 2014-2016 soit 15 % de plus que l'objectif fixé.

De nombreuses actions de sensibilisation et de formation des collaborateurs sont mises en place dans les enseignes : cette année, Monoprix a réalisé une campagne d'affichage dans chacun des sites, a diffusé deux guides d'informations, l'un à destination des collaborateurs et l'autre des managers. Cdiscount a déployé une formation en *e-learning* appelée "Franchir le cap du handicap".

Le Groupe veille au maintien en poste des personnes rencontrant un handicap au cours de leur vie professionnelle en mettant en place des solutions d'aménagement de poste (technique, organisationnel, technologique), en réalisant des études ergonomiques, des bilans professionnels, et des formations.

Des actions spécifiques ont été déployées pour faciliter l'accessibilité des magasins et l'accueil des personnes souffrant de déficiences d'ordre moteur, visuel, auditif, mental ou psychique. Un parcours de formation en digital des collaborateurs en magasin a été réalisé en 2016 et sera déployé en 2017 auprès des équipes Casino, Leader Price, Franprix et des restaurants Casino.

Le Groupe a souhaité, dès 2011, lancer une démarche visant à accompagner et soutenir les collaborateurs aidants familiaux qui a conduit à la signature d'un accord collectif portant sur le congé de l'aidant familial en 2013. Ce programme a permis, depuis sa création, le don de plus de 1 490 jours de repos au titre du plan congé de l'aidant familial qui ont bénéficié à 167 collaborateurs. Un livret "Je suis aidant, parlons-en" a été mis en place pour les collaborateurs ainsi que l'accès à une plateforme de conseils gratuite et confidentielle et à des conférences thématiques.

Groupe	2014	2015	2016	Variation 2015/16
Nombre de personnes déclarées handicapées au 31/12 (CDI, CDD)	5 600	6 790	7 134	+ 5 %

Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil comptant 2 023 travailleurs handicapés au 31 décembre 2016.

À l'international, les filiales du Groupe déploient des programmes d'actions structurés.

- Au Brésil, GPA a poursuivi cette année son engagement pour le recrutement et l'intégration des personnes en situation de handicap en signant la charte de la promotion de la diversité du Réseau d'entreprises brésiliennes engagées pour l'inclusion des personnes handicapées, avec le soutien de l'OIT.

Le nombre de personnes en situation de handicap a augmenté de 16 % par rapport à 2015. En deux ans, 266 jeunes, porteurs d'une déficience mentale, ont participé au programme mis en place avec l'Association pour l'inclusion des personnes avec un handicap mental de São Paulo dans les magasins Extra et Pão de Açúcar.

Assaí, enseigne de GPA, qui multiplie les actions de sensibilisation et formation auprès de ses collaborateurs a clôturé l'année 2016 avec 5 % de collaborateurs en situation de handicap, résultat exemplaire dans la grande distribution au Brésil.

Afin de renforcer l'engagement des managers, la progression du nombre de travailleurs handicapés dans les effectifs a été l'un des trois objectifs quantitatifs RSE pris en compte par GPA dans la rémunération variable (cf. chapitre 8.2.1.3).

- En Colombie, plus de 220 personnes handicapées sont intégrées aux effectifs à fin 2016 grâce aux actions menées dans le programme "población vulnerable", initié en 2006 et à son partenariat avec FIDES (*fundación para la integración de personas con discapacidad cognitiva*) spécialisée dans l'insertion des personnes ayant un handicap cognitif.

### Agir en faveur des jeunes, notamment issus des milieux défavorisés, et des seniors

Le Groupe emploie 39 % de collaborateurs de moins de 30 ans et 14 % de collaborateurs de 50 ans et plus au 31 décembre 2016.

Afin de lutter contre les stéréotypes, un guide "Avez-vous le bon regard sur les jeunes ?" est mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs pour décrypter les idées reçues sur les jeunes et favoriser le dialogue entre les générations.

En France, Casino et Cdiscount déploient des accords dont l'objectif est de mettre en place des actions intergénérationnelles à destination des jeunes de moins de 26 ans d'une part et des collaborateurs seniors d'autre part. L'accord de Casino, appelé "transmission des savoirs", prévoit un pourcentage minimum de recrutements de jeunes et de seniors, un maintien à l'effectif d'un pourcentage donné de jeunes de moins de 26 ans, un parcours d'accueil spécifique "C Duo Génération" avec la mise en place d'un référent pour faciliter l'intégration des jeunes, ou encore un dispositif d'aide au logement pour les jeunes en alternance.

L'engagement du Groupe auprès des jeunes se traduit par une politique active en faveur de l'alternance. Le Groupe emploie plus de 2 400 alternants en France. Des programmes favorisant l'accueil et l'insertion des alternants sont en place dans l'ensemble des entités : Casino, Franprix, Leader Price, Monoprix et Cdiscount. Casino a organisé pour la cinquième année consécutive une journée de célébration dédiée à l'alternance, réunissant plus de 400 alternants. À cette occasion, un jury composé de professionnels a désigné, comme chaque année, les gagnants du concours des meilleurs apprentis 2016.

Le Groupe agit également au plus près des écoles et des structures éducatives pour promouvoir les métiers présents dans le Groupe et diversifier ses sources de recrutement. Les équipes de recrutement sont intervenues dans plus de 110 établissements scolaires.

Par ailleurs, le Groupe déploie des actions spécifiques en faveur des jeunes ayant une faible qualification ou issus des territoires défavorisés pour faciliter leur insertion professionnelle. Le groupe Casino s'engage à recruter au plus près du bassin d'emploi du magasin et à favoriser l'emploi local. Il est signataire depuis 1993 d'une convention nationale de partenariat avec le ministère de la Ville, renouvelée en 2013, d'une convention avec les missions locales et de la charte "Entreprises et Quartiers" avec le ministère de la Ville. En 2016, 1 066 personnes des quartiers ont été recrutées (CDD et CDI), ainsi que 450 stagiaires et 103 alternants.

Le Groupe a déployé 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. Monoprix travaille en étroite relation avec l'École de la 2<sup>nd</sup>e Chance, les missions locales, et l'ÉPIDE (Établissement pour l'insertion dans l'emploi). Franprix est partenaire du réseau Étincelles qui accompagne des jeunes en difficulté dans leur insertion professionnelle : découverte d'un métier, échanges avec des opérationnels et présentation d'opportunités. Le groupe Casino et ses enseignes ont organisé en 2016 la 3<sup>e</sup> édition de "Cap sur le groupe Casino", une action en faveur de l'orientation professionnelle des collégiens de l'éducation prioritaire et qui a permis à près de 190 collégiens issus de zones d'éducation prioritaire de découvrir les métiers du Groupe.

À l'international, GPA emploie plus de 2 440 apprentis.

Le groupe Éxito a déployé en 2016 le programme "40 000 premiers emplois" initié par le ministère du Travail et qui vise à éliminer les obstacles dans l'accès à l'emploi pour les jeunes. 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. Éxito a également participé à de nombreux forums universitaires.

Libertad en Argentine, déploie des programmes d'alternance et de professionnalisation avec des écoles et universités partenaires, et a adhéré aux programmes "Primer Paso y Entrenamiento para el trabajo" initiés par le gouvernement argentin dont le but est de proposer à des jeunes inoccupés une première expérience professionnelle chez Libertad.

### Agir en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes

L'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes est l'un des engagements majeurs du Groupe.

La volonté du Groupe, initiée dès 2002 est de renforcer la mixité des équipes à tous les niveaux de l'entreprise grâce à une politique active en faveur de l'égalité professionnelle en agissant sur la mixité des métiers, la gestion des carrières, les procédures ressources humaines (rémunération, accès à la formation, recrutement et promotion), et la parentalité.

Le groupe Casino a obtenu depuis 2013 le Label Égalité professionnelle décerné par l'AFNOR. Il est signataire depuis 2008 de la Charte de la Parentalité en entreprise créée par l'Observatoire de la Parentalité et de l'équilibre des temps. En 2016, le groupe Casino a adhéré aux *Women's Empowerment Principles* portés par ONU Femmes et a signé avec le Comité France un partenariat afin de soutenir les actions et campagnes de sensibilisation de cette organisation internationale. L'adhésion à ces principes renforce l'engagement et les actions du Groupe en matière de lutte contre les discriminations et de promotion de l'égalité professionnelle femmes-hommes en France et en Amérique latine.

	2015	2016				Variation 2015/2016	
	Groupe	Groupe	France	Brésil	Colombie		Autres <sup>(1)</sup>
Pourcentage de femmes cadres	35 %	37 %	40 %	28 %	29 %	23 %	+ 2 points

Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil comptant 24 % de femmes cadres au 31 décembre 2016.

(1) Argentine et Uruguay.

Pour lutter contre les discriminations et les stéréotypes, et particulièrement le sexisme en entreprise, le Groupe a réalisé un diagnostic à partir d'une enquête de terrain auprès de 774 collaborateurs et collaboratrices de tous les sites et métiers. Un guide "Lutter contre le sexisme ordinaire" a été conçu et diffusé à tous les managers du Groupe.

Afin de garantir l'évolution de la représentation des femmes au sein du management, huit indicateurs stratégiques sont suivis par les Directions des Ressources humaines de chaque filiale et présentés chaque année au Comité exécutif.

Le Groupe propose à ses collaboratrices des actions concrètes pour encourager l'évolution des carrières, l'équité des rémunérations et l'équilibre des temps, accompagner la parentalité ou encore renforcer l'égalité salariale.

Les plans d'actions 2016 des entités françaises ont notamment porté sur :

- la formation avec la reconduction d'un programme de *mentoring* à destination des femmes cadres ;
- les salaires avec le maintien d'un budget dédié au rattrapage des écarts éventuels de rémunération entre les femmes et les hommes qui seraient injustifiés ;
- la parentalité avec l'attribution d'un jour supplémentaire au congé paternité pour les collaborateurs Casino (12 jours vs 11 jours) permettant à environ 400 pères de famille d'en bénéficier en 2016 ; la prise en charge du différentiel de salaire pour les collaborateurs en congé paternité ; la sensibilisation des collaborateurs au travers du guide de la parentalité ; la mise en place de services pour les parents (mise à disposition de la plateforme Yoopies.fr permettant de trouver des modes de garde d'enfant, places en crèches pour les enfants des salariés des sièges sociaux).

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.2. Politiques et actions déployées

Le réseau de femmes "C'est avec elles" créée en 2011, réunit plus de 700 membres cadres et mène de nombreuses actions dont un programme de *mentoring* depuis 2015 (60 bénéficiaires), des ateliers de développement personnel, des conférences avec des experts. Les actions réalisées ont été saluées à trois reprises en 2016 par le Prix "No More clichés" remis par Communication et Entreprises, le Trophée LSA de la Diversité et de la RSE, le Trophée de la Mixité remis par l'Agence Mixité Entreprise.

À l'international, les filiales déploient des actions ciblées pour renforcer la représentativité des femmes au sein de leurs organisations, notamment par l'obligation faite aux cabinets de recrutement de présenter systématiquement une candidature féminine.

En 2016, GPA qui a été distingué par le "Women United Nations Award" a organisé deux "Women Forum" rassemblant environ 200 managers, et a déployé sa politique en faveur de l'égalité professionnelle grâce notamment à son Comité interne de femmes "GPA Mulheres na liderança", créé en 2014. Afin de mobiliser l'ensemble des managers, l'évolution de la part des femmes dans l'effectif encadrant est l'un des trois critères quantitatifs RSE intégrés dans la rémunération variable.

Éxito en Colombie a également renforcé en 2016 ses actions en faveur de l'égalité professionnelle pilotées par un Comité Égalité professionnelle portant sur cinq axes : le recrutement sur des postes à responsabilités, la formation des femmes cadres, la gestion de carrière, le suivi de l'équité dans les rémunérations, les mesures d'accompagnement (télétravail, maternité), et la sensibilisation. 300 collaborateurs/trices ont participé à des conférences et des groupes d'échange de bonnes pratiques sur les thèmes du *leadership* et de la communication, dénommés "Mujeres de Éxito", à Bogotá, Cali et Barranquilla.

En partenariat avec le ministère du Travail colombien et dans le cadre du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), Éxito s'est engagé en 2016 dans une démarche de certification de son dispositif en faveur de l'égalité professionnelle. Une évaluation (*Risk Assessment*) a été menée par les représentants du PNUD, avant le lancement en 2017 du processus de certification.

#### 8.2.1.2. Offrir un environnement favorable à l'épanouissement des collaborateurs

##### Favoriser le dialogue social

De par, notamment, son engagement à respecter les principes du Pacte mondial des Nations Unies, le Groupe reconnaît le droit de négociation collective et respecte la liberté d'association.

La construction des politiques ressources humaines s'appuie sur un dialogue régulier avec les partenaires sociaux :

- en France, Casino entretient un dialogue régulier avec les organisations syndicales représentatives et échange avec 1 000 instances représentatives du personnel et 5 500 élus. Un accord sur le dialogue social a été signé dès 2009 et renouvelé en 2016. Cet accord prévoit notamment les modalités de mise en œuvre du dialogue social et du développement professionnel des représentants du personnel. Plus d'une dizaine d'accords et plans d'actions sont en vigueur, portant sur l'emploi des personnes en situation de handicap, l'égalité femmes-hommes, la Santé et Sécurité au travail, les avantages sociaux, les rémunérations.

Ces accords font l'objet d'un suivi, et les résultats sont présentés annuellement aux organisations syndicales représentatives. Un Accord sur la RSE couvrant la période 2014-2016 a été signé au

sein de Casino par les organisations syndicales représentatives. Il réaffirme 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 aux organisations syndicales signataires lors des commissions annuelles de suivi de l'Accord RSE. À titre d'exemple, conformément aux engagements de l'accord RSE, une Charte du parcours syndical a été réalisée afin de promouvoir l'engagement syndical, le développement de carrière et l'évolution professionnelle des représentants du personnel ;

- à l'international, en lien avec les principes définis par le Groupe et conformément au contexte local, le dialogue social est animé par les différentes Directions des Ressources humaines. En application du principe 3 du Pacte Mondial, Libertad, Éxito et GPA reconnaissent publiquement leur engagement à respecter la liberté d'association et reconnaissent le droit de négociation collective. Ces entités ont notamment mis en place des conventions collectives avec les organisations syndicales représentatives qui couvrent les thèmes relatifs à l'organisation du travail, la rémunération, etc.

Monoprix a réalisé en 2015 le "Monop'sondage" permettant aux collaborateurs de donner leur avis sur l'entreprise, le magasin, les conditions de travail ou encore les pratiques de management. Les résultats permettent de définir des plans d'actions par établissement. Dans le cadre de la politique RSE de Monoprix, quatre objectifs ont été définis à horizon 2020 dont celui d'avoir "80 % des collaborateurs qui recommandent Monoprix en tant qu'employeur", mesurant la satisfaction des employés.

Éxito en Colombie qui mène tous les deux ans une étude du climat social auprès de 22 000 collaborateurs a obtenu en 2016 une note de 80 contre 78,6 en 2014, passant du statut de "très satisfait" à "exceptionnel". Les différents programmes permettant de remonter les suggestions et opinions des collaborateurs ont été poursuivis tels que le dispositif "360° Contigo Buzón de Sentimientos" mis en place dans les magasins et entrepôts et "360 Contigo Expresate" pour les services administratifs. 308 magasins ont fait partager leurs idées d'amélioration et leurs bonnes pratiques, soit plus de 42 940 propositions portant sur douze thèmes dont les conditions et équipements de travail, le développement professionnel, les horaires, le sentiment d'appartenance, la rémunération. Éxito a récompensé les 12 meilleures bonnes pratiques remontées.

Dans le cadre de son programme "yo soy Libertad", la filiale argentine développe différentes actions visant à assurer un bon climat social dans l'entreprise et conduit des enquêtes de satisfaction internes auprès de l'ensemble des collaborateurs afin de le mesurer et d'identifier les actions à mettre en œuvre. En 2016, l'entité a élaboré une nouvelle enquête portant sur les thèmes des relations interpersonnelles, du sentiment d'appartenance, de confiance et de reconnaissance, qui sera déployée sur 2017.

Libertad a également mis en place en 2016 un programme appelé "L'usine à idées" qui permet à l'ensemble des collaborateurs de s'exprimer et d'être à l'écoute de leurs idées. 480 idées ont ainsi été remontées sur l'année.

Au Brésil, Assai, a mené pour la 4<sup>e</sup> année consécutive une enquête d'engagement auprès de ses collaborateurs avec un taux de participation de plus de 90 %. Le taux d'engagement résultant de cette enquête est de 75 %, un taux qui place Assai parmi les entreprises les plus performantes en la matière sur le marché.

#### Rémunérer les collaborateurs pour développer la performance individuelle, collective et RSE

Les principes de la rémunération des cadres dirigeants du Groupe sont exposés chapitre 6 de ce document.

La politique de rémunération du Groupe prend en compte :

- a. les compétences ;
- b. le niveau de responsabilité ;
- c. et l'expérience acquise des collaborateurs et collaboratrices.

Le Groupe propose un niveau de rémunération équitable et compétitif, qui soit en adéquation avec les pratiques observées pour chaque métier sur le marché, et adapté aux spécificités locales des pays dans lesquels le Groupe exerce ses activités. Des enquêtes de rémunération sont réalisées régulièrement en France et à l'international pour évaluer la compétitivité des packages de rémunération proposés par le Groupe par rapport à ceux d'entreprises opérant sur les mêmes secteurs d'activité. Ces enquêtes portent principalement sur les fonctions de management et les métiers pénuriques.

La majeure partie des populations cadres, agents de maîtrise et employés bénéficient de dispositifs de rémunération variable basés sur des objectifs quantitatifs et/ou qualitatifs afin de valoriser la performance individuelle et collective.

La part variable de la rémunération est structurée pour les cadres autour

- a. des objectifs Groupe ;
- b. d'objectifs individuels quantitatifs et qualitatifs ;
- c. et d'une évaluation des comportements managériaux dénommés "Attitudes et Comportements Managériaux" (ACM) dont l'objectif est de renforcer une culture managériale respectueuse des valeurs du Groupe. Les ACM comptent pour 30 % de la rémunération variable.

Ce référentiel intitulé L.I.D.E.R.S. (*Leadership, Innovation, Décision, Engagement, Responsabilité clients, Social et Sociétal*) a été déployé en France et dans la plupart des pays où le Groupe est présent. Compte tenu de l'engagement du Groupe en matière de RSE, ce référentiel a été adapté en France en 2016 afin d'évaluer la prise en compte de la RSE dans l'activité et les projets des managers.

À l'international, des objectifs RSE quantitatifs comptant pour l'obtention d'une partie de la rémunération variable des managers ont été mis en place au Brésil et en Colombie. Les managers brésiliens sont évalués en 2016 sur le niveau de performance attendu en termes d'égalité professionnelle, d'intégration de personnes handicapés et de consommation énergétique. En Colombie, sont intégrés également des objectifs en termes d'achats locaux et de financement des actions de la fondation Éxito et plus particulièrement de son programme GEN CERO (cf. chapitre 8.6.1).

Par ailleurs, les entités du Groupe proposent en complément de la rémunération des avantages sociaux à leurs salariés. Il peut s'agir, entre autres, de réduction sur le montant des achats réalisés en magasins ainsi que des aides financières (participation aux frais de santé, repas, transport, logement, éducation).

#### Offrir des avantages sociaux aux salariés et à leur famille

Le groupe Casino propose des avantages sociaux qui peuvent inclure une couverture frais de santé, une assurance décès et invalidité et d'autres avantages conformes aux législations et aux pratiques de chaque pays, venant compléter ainsi les régimes obligatoires. Ces couvertures sont financées pour partie par l'employeur.

Des accords d'intéressement et de participation et des plans d'épargne sont également conclus au bénéfice des collaborateurs de Casino, Monoprix et Cdiscount.

La majorité des collaborateurs bénéficient également de réduction sur le montant des achats réalisés en magasin ainsi que d'aides financières pour le logement, les loisirs au travers notamment des Comités d'entreprise. Plus de 38 000 collaborateurs d'Éxito bénéficient ainsi du fond "Presente" qui dispose de centres de vacances, propose une couverture santé et un dispositif d'assurances à des conditions financières avantageuses.

#### Dispositif d'épargne salariale des entités en France

##### Participation

En France, le premier accord de participation, mis en place en 1969 par Casino, a été régulièrement mis à jour. Monoprix, Franprix, Leader Price et Cdiscount disposent de leur propre accord de participation.

##### Intéressement

Le premier accord d'intéressement a été signé en 1986 en France sur le périmètre Casino. Depuis plusieurs années, cet accord d'intéressement comprend un intéressement dit de solidarité assis sur les performances de Casino et des intéressements locaux propres à la performance de chaque entité. Depuis la signature d'un nouvel accord en février 2016, l'intéressement de solidarité est réparti proportionnellement à la rémunération annuelle de chaque bénéficiaire pour 60 % du montant total (contre 80 % dans le cadre du précédent accord) et au prorata du temps de présence à l'effectif pour 40 % (contre 20 % dans le cadre du précédent accord). Les intéressements locaux (versement annuel ou semestriel selon les entités) sont répartis proportionnellement à la rémunération de chaque bénéficiaire. D'autres sociétés du Groupe (notamment Monoprix et Cdiscount) ont également mis en place des accords d'intéressement au profit de leurs salariés.

Plus de 74 000 salariés en France sont ainsi couverts par un accord d'intéressement et/ou de participation pour un montant total au titre de 2015 de 29,8 millions d'euros (18,9 millions d'euros au titre de la participation et 10,9 millions d'euros au titre de l'intéressement).

##### Plan d'épargne

En France, les salariés du groupe Casino ont la possibilité d'adhérer à un Plan d'Épargne afin de se constituer une épargne salariale. Le Plan d'Épargne peut recevoir les versements au titre de l'intéressement et de la participation, ainsi que des versements volontaires effectués mensuellement ou ponctuellement par les collaborateurs. Les sociétés du Groupe participent, pour certaines, à cette épargne sous la forme d'un abondement aux sommes versées par les salariés. Les modalités de versement de cet abondement sont variables suivant les sociétés.

Au 31 décembre 2016, 54 521 salariés et 30 714 anciens salariés du groupe Casino en France adhèrent à un Plan d'Épargne (PEE, PEG ou PERCO), pour un actif total qui représente 199,55 millions d'euros, soit environ 2 340 euros par épargnant. Les sociétés françaises du Groupe ont versé en 2016 près de 3,2 millions d'euros d'abondement sur les dispositifs d'épargne salariale.

#### Agir pour la santé et le bien-être au travail

Le Groupe est engagé dans une démarche d'amélioration de la sécurité et de la santé physique et psychique de ses collaborateurs, fondée sur trois principes :

- I. améliorer les dispositifs mis en place pour les employés du Groupe en déployant des formations de prévention portant sur la sécurité dans les magasins, les gestes et postures... ;
- II. améliorer les conditions de vie au travail et le bien-être des collaborateurs ;
- III. promouvoir des campagnes de sensibilisation et de dépistage sur les grands enjeux de santé publique des pays d'implantation du Groupe.

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.2. Politiques et actions déployées

La mise en œuvre de ces politiques est assurée par les Directions des Ressources humaines de chacune des filiales et s'appuie sur :

- l'encadrement qui a la responsabilité de mettre en œuvre les plans de prévention des risques, et de prendre les mesures nécessaires pour éradiquer les situations à risque ;
- les salariés qui sont sensibilisés aux enjeux afin qu'ils soient les acteurs de leur propre sécurité et qu'ils participent à l'amélioration de leurs conditions de travail ;
- les personnels extérieurs qui sont tenus au respect des règles de sécurité dans les établissements du Groupe.

I. Pour améliorer les dispositifs de santé et la sécurité, le Groupe a mis en place en France depuis plusieurs années une 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. La démarche de prévention des risques est définie avec les organisations syndicales et dans le cadre d'accords précisant les objectifs, les moyens d'actions et les résultats attendus quant à la prévention des Risques Psychosociaux (RPS), la Santé et Sécurité au Travail, la prévention de la pénibilité au travail. Monoprix a mis en place en 2016 une cellule d'écoute psychologique et la possibilité pour le collaborateur d'être accompagné par une assistante sociale. Enfin, 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.

À l'international, GPA et Éxito mettent en place des plans de prévention des accidents au travail qui identifient en amont les risques majeurs sur le lieu de travail. 941 sites de GPA ont été évalués en 2016 au regard des risques environnementaux, médicaux, et d'accidentologie potentiels afin de mettre en place des plans de prévention. Une semaine dédiée à la prévention des accidents de travail a été organisée au sein des magasins et entrepôts de GPA.

Au sein d'Éxito, les cinq Comités régionaux de santé et sécurité (les "comité paritario de seguridad y salud en trabajo"-COPASST) se réunissent mensuellement pour traiter de l'accidentologie dans l'entreprise, suivre le déploiement des politiques, proposer des améliorations des conditions de travail des collaborateurs.

II. Pour améliorer les conditions de vie au travail et le bien-être des collaborateurs, des programmes d'actions sont déployés dans l'ensemble des entités du Groupe.

En France, la Direction des Ressources humaines a initié, depuis 2014, avec le support du Comité exécutif, et l'appui du Dr Philippe Rodet, médecin 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. Les actions mises en place ont permis la sensibilisation de 4 200 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, quiz...). Un réseau de bienveillants a été mis en place depuis 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, une formation "Management Bienveillant" a été intégrée au sein du Master II "Commerce et Distribution" de l'Université Jean Monnet à Saint-Étienne.

Afin d'accompagner au mieux les collaborateurs qui seraient confrontés à des difficultés administratives, juridiques ou financières, le groupe Casino promeut auprès de ses collaborateurs un service de conseils animé par un prestataire externe spécialisé qui a permis à 561 personnes d'être accompagnées en 2016.

Afin d'apporter de la flexibilité dans l'organisation de travail de certains collaborateurs le Groupe met en place des dispositifs de télétravail. Un accord sur le télétravail a été mis en place au sein des équipes informatiques de Casino et des équipes du site administratif de Vitry.

À l'international, Éxito a poursuivi en 2016 son programme "tiempo para ti" ("du temps pour toi") destiné à l'ensemble des collaborateurs permettant de faciliter l'équilibre vie professionnelle et personnelle/familiale : flexibilité des horaires, jours de congés pour activités personnelles ou familiales, ou à l'occasion de l'obtention d'un diplôme. Plus de 12 530 jours ont ainsi été utilisés, bénéficiant à plus de 20 300 collaborateurs. Éxito mesure depuis 2015 les risques psychosociaux auxquels les collaborateurs peuvent être exposés et déploie un programme pilote de télétravail à destination des collaborateurs des sites administratifs. Ce programme a pour objectif de contribuer à l'équilibre des temps de vies.

III. Pour sensibiliser les collaborateurs aux grands enjeux de santé publique, le Groupe organise des journées d'information. Casino a mis en place les journées appelées "au cœur de la santé" pendant lesquelles les collaborateurs des sièges sociaux, magasins ou entrepôts, rencontrent des professionnels de la santé (médecin, infirmier, diététicienne, tabacologue...), participent à des ateliers (prévention tabac, nutrition, récupération cardiaque...) bénéficient d'un bilan sanguin (cholestérol, glycémie...) et d'un accompagnement individualisé basé sur les résultats de des tests. D'autres journées de sensibilisation ont été organisées en 2016 pour prévenir les risques de diabète, l'un des enjeux de santé majeur en France, en présence d'une équipe médicale et de la Direction Santé Sécurité et Conditions de Travail. À cette occasion, les collaborateurs ont pu évaluer leur prédisposition au diabète, s'informer auprès de membres de la Fédération Française des Diabétiques. Casino est aussi le premier acteur alimentaire à obtenir la caution de la Fédération Française des Diabétiques pour son offre de produits sans sucre.

À l'international, GPA continue de déployer dans ses entrepôts et à son siège social des campagnes de sensibilisation à la santé et à la nutrition pour les salariés.

Pendant huit semaines, les collaborateurs de GPA ont pu effectuer des analyses médicales : plus de 1 900 personnes ont réalisé des tests pour mesurer leur taux de glucose, leur tension artérielle, leur indice de masse corporelle (IMC) afin de bénéficier de conseils adaptés. Un centre de réhabilitation a également été inauguré en 2016, qui accueille les personnes en arrêt maladie afin d'être accompagnées dans leur convalescence par des médecins, physiothérapeutes, etc. et aider à leur réintégration dans l'entreprise.

Des indicateurs de suivi permettent de mesurer l'efficacité de la démarche et des actions entreprises.



	Groupe 2015	Groupe 2016	Variation 2015/2016
Taux de fréquence des accidents du travail	18	16,3	- 1,7 point
Taux de gravité des accidents du travail <sup>(1)</sup>	1,1	1,2	+ 0,1 point
Taux d'absentéisme pour accidents du travail et maladies (dont maladies professionnelles) <sup>(1)</sup>	4,2	4,4	+ 0,2 point

Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil.

(1) Hors GPA.

### Gérer les talents et veiller à l'évolution professionnelle des collaborateurs

Depuis son origine, le groupe Casino est attaché au développement professionnel de ses collaboratrices et collaborateurs qui contribuent à sa performance opérationnelle.

La diversité des métiers du Groupe, son implantation internationale et le caractère multiforme de ses enseignes offrent aux collaborateurs de nombreuses opportunités de mobilité et d'évolution professionnelle. La mobilité interne est une priorité pour le groupe Casino et un des éléments clé de sa politique ressources humaines. À titre d'exemple, Casino a pour objectif de pourvoir 50 % des postes d'encadrement par l'évolution interne.

La politique de mobilité répond à deux objectifs majeurs :

- a. faciliter l'évolution des collaborateurs au sein du Groupe ;
- b. s'assurer que le Groupe dispose des ressources nécessaires pour répondre à ses besoins actuels et futurs.

Plusieurs dispositifs sont mis en œuvre au sein du Groupe :

- les entretiens d'évaluation et/ou les entretiens professionnels ;
- les Comités de carrière et de mobilité qui permettent d'identifier les besoins et de faciliter la mobilité interne ;
- les plans de succession qui permettent de mettre en place des parcours individualisés de formation ;
- les programmes pour les hauts potentiels tels que :
  - au niveau du Groupe, le programme "Jeunes Talents Internationaux" qui a pour objectifs de développer le potentiel des futurs managers internationaux, de renforcer la culture internationale des équipes, de créer des synergies, de faciliter les échanges de bonnes pratiques entre entités et enfin de fidéliser les talents en leur offrant des opportunités de carrière. Plus de 300 Jeunes Talents ont été recrutés depuis 2006,

- Talent Pool, en France, composé de trois programmes destinés à des collaborateurs, entre 3 et 10 ans d'expérience, identifiés en interne par les équipes des Ressources Humaines, grâce aux entretiens individuels, ou à des Comités internes (Comité de développement/Comités Carrière). Ces programmes ont pour objectifs d'accompagner les participants dans la construction de leur projet professionnel et mesurer leur potentiel, soutenir la performance grâce à un accompagnement ciblé. 146 personnes ont intégré ce programme,
- au Brésil, ASSAI a initié un nouveau programme de développement de carrière en 2016, appelé "the accelerate program", ouvrant un programme de formation spécifique pour des futurs managers identifiés de l'enseigne. En Argentine, Libertad constitue un "Pool de Altos potenciales" pour accompagner les futurs leaders de l'entreprise.

En 2016, en France, le nombre de salariés en CDI promues a augmenté de 20 % entre 2015 et 2016.

### Former les collaborateurs pour développer l'employabilité

La formation est l'un des principes clefs du développement et du maintien de l'employabilité des collaborateurs.

En cohérence avec les objectifs Groupe, les Directions des Ressources humaines de chaque filiale mettent en place des plans de formations pour favoriser l'évolution et les parcours professionnels et garantir l'intégration des collaborateurs. Ces plans de formation sont construits en cohérence avec l'évolution de besoins en termes d'emploi et de compétences, des attentes des collaborateurs exprimées lors des entretiens professionnels annuels, de l'évolution de l'organisation et des obligations légales et réglementaires.

Groupe	2014	2015	2016	Variation 2015/16
Nombre total d'heures de formation	3 096 787	3 418 383	4 050 876	+ 18,5 %
Nombre d'heures de formation/personne	14	15	18	+ 20 %

Note : les données 2014 et 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil (715 701 d'heures de formation et 11,2 d'heures de formation par personne au 31 décembre 2016).

Quatre axes majeurs sont développés dans l'ensemble des entités du Groupe : les formations aux règles d'hygiène, de sécurité et de qualité ; les formations techniques sur les métiers du Groupe ; les formations tournées vers le service client et enfin les formations au management et au leadership.

En France, le Groupe a signé dès 2008 un premier Accord sur la GPEC (Gestion des Parcours, de l'Employabilité et des Compétences) et a négocié un nouvel Accord en 2016. Le Groupe s'appuie sur "Campus Casino", organisme de formation interne, qui propose une offre de programmes de formations diversifiées, tant en présentiel qu'en

e-learning (Plateforme My Campus), conçue pour répondre à l'ensemble des besoins de développement des compétences des salariés du Groupe liées aux métiers du commerce, à l'acquisition de compétences techniques ou encore au management. Plus de 41 600 collaborateurs ont bénéficié d'une action de formation (Casino, Monoprix, Franprix, Leader Price, Cdiscount, Vindémia) en 2016. À titre d'exemple, Casino a développé de nouveaux parcours de formations certifiant aux métiers de bouche (boucherie, marée, pâtisserie) en 2016. Monoprix, qui a formé plus de 51 % de ses collaborateurs en 2016 promeut la VAE avec 78 personnes accompagnées depuis 2015. Un dispositif soutenu aussi par les autres enseignes.

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.2. Politiques et actions déployées

À l'international, les départements dédiés à la formation ont en charge le déploiement des formations initiales dès l'intégration du collaborateur et des formations continues liées aux évolutions de carrière. Plusieurs enseignes s'appuient sur des centres de formation interne. Assai dispose d'une université interne qui propose des formations sur les spécificités du modèle "cash and carry". 36 000 personnes y ont été formées en 2016. Multivarejo a formé plus de 3 000 managers en 2016 au leadership. Éxito, en Colombie, reste très actif quant à la formation de ses collaborateurs et déploie plus d'une centaine de programmes à destination de toutes les catégories de salariés, au siège comme en magasin. Éxito compte plusieurs "écoles de formation" spécifiques aux métiers de la grande distribution et aux enseignes de l'entité, présentant chacune leur particularité. Ainsi, en 2016, trois écoles internes ont été

créées dont deux spécifiques à l'enseigne Éxito sur ses activités de boulangerie et de téléphonie. Les écoles spécifiques aux enseignes "Surtimax" et "Éxito Express" ont quant à elles été développées ainsi que celle créée en 2015 sur l'activité boulangerie de l'enseigne Carulla.

#### Accompagner les évolutions de l'entreprise

Dans le respect des dispositions légales, les Directions des Ressources humaines accompagnent les changements d'organisation de l'entreprise et mettent en place des mesures spécifiques en amont. L'accord sur la GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences) signé au sein de Casino constitue également un outil de dialogue permettant d'anticiper les évolutions organisationnelles des activités.

### 8.2.2. Le groupe Casino, un commerçant responsable

La signature d'entreprise du groupe Casino "Nourrir un monde de diversité" exprime sa volonté de proposer des produits de qualité accessibles au plus grand nombre et de permettre à ses clients de consommer de façon plus responsable.

Dans le cadre de sa démarche de progrès RSE, trois priorités ont été définies :

- agir pour la santé des consommateurs par une alimentation plus équilibrée ;
- encourager les consommateurs à une consommation plus respectueuse de l'environnement et de la Biodiversité ;
- lutter contre le gaspillage alimentaire.

L'alimentation qui s'inscrit au cœur des enjeux de santé et de société est une préoccupation majeure pour le groupe Casino qui développe une politique produits conciliant sécurité, équilibre nutritionnel, santé, plaisir et respect de l'environnement.

#### 8.2.2.1. Veiller à la qualité des produits

La qualité et la sécurité des produits sont une priorité absolue pour le Groupe, et ce quelles que soient les gammes de produits à marque propre.

De la définition des cahiers des charges jusqu'à l'exploitation des magasins, un dispositif complet permet d'assurer la commercialisation de produits sûrs, sains et de qualité.

Le dispositif de management de la qualité déployé au sein du Groupe s'appuie tant en France qu'à l'international sur :

- une Charte Qualité Groupe partagée avec les filiales ;
- une organisation dédiée et l'expertise des équipes :
  - la Direction Qualité Groupe coordonne les échanges réguliers portant sur les bonnes pratiques et procédures (politique qualité et sécurité produits, procédure traçabilité, audits fournisseurs, gestion de crise, retrait et rappel de produits, etc.) avec les Directions Qualités des filiales,
  - les Directions Qualités des filiales qui ont en charge de garantir les standards de qualité des produits à marque propre et d'assurer la sécurité des consommateurs pour l'ensemble des produits vendus ;
- le standard IFS (*International Featured Standards*) et les travaux du GFSI. Le groupe Casino est membre du GFSI du *Consumer Good Forum* et sa filiale Libertad du GFSI South Latam Group. Le GFSI est un guide mondial de référence de management de la sécurité alimentaire tout au long de la chaîne d'approvisionnement ;

- des cahiers des charges partagés avec les fournisseurs : pour chaque produit à marque propre acheté, des cahiers des charges exigeants sont établis. Ils sont constitués de données techniques descriptives, de déclaration de conformité et de rapports d'analyse. Ils permettent d'avoir une définition claire et partagée du produit, avant sa commercialisation ;
- des outils de gestion collaborative développés avec les fabricants de produits alimentaires qui permettent d'assurer le respect des cahiers des charges et le suivi des produits ;
- des procédures et des outils de traçabilité, de retrait-rappel et de gestion de crise, mis en œuvre dès que nécessaire ;
- des sites qui font l'objet d'audits réguliers, insistant en particulier sur la maîtrise des risques liés à l'hygiène et de sécurité dans le respect des principes de la démarche HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*). Le groupe Casino audite :
  - les fournisseurs de produits alimentaires à marque propre. Les fournisseurs non certifiés IFS sont audités régulièrement, afin d'assurer qu'ils répondent à la fois aux exigences réglementaires et aux exigences spécifiques de Casino,
  - Les entrepôts du Groupe, afin de s'assurer de la mise en place des procédures et des guides de bonnes pratiques. 100 % des entrepôts Casino sont certifiés au niveau supérieur du référentiel "IFS Logistic",
  - les magasins. Les hypermarchés et supermarchés en France sont audités deux fois par an selon le référentiel "IFS Food Store". Les filiales brésilienne, argentine et colombienne déploient ce référentiel dans leurs magasins ;
- des contrôles qualité des produits réalisés tout au long de l'année :
  - plan de contrôle des produits, prélevés en magasin : chaque produit à marque propre est analysé plusieurs fois par des laboratoires indépendants, selon des critères microbiologiques ou physico-chimiques (44 000 analyses effectuées chaque année sur les produits Casino),
  - suivi de la qualité sensorielle (goût, parfum...), grâce à des analyses sensorielles réalisées avec des consommateurs. La France et le Brésil disposent de leurs propres laboratoires d'évaluation sensorielle,
  - agrégation des produits frais en entrepôt (environ 260 000 contrôles par an pour les produits Casino),
  - chaque non-conformité détectée est analysée et fait l'objet d'un plan d'actions.

En complément des programmes spécifiques sont déployés par les filiales. GPA renforce chaque année les programmes :

- "Quality from the source", programme d'amélioration et de traçabilité des fruits, des légumes et des œufs afin de contrôler en amont les conditions de transport et de stockage des produits et le cas échéant, l'utilisation des pesticides ;
- "Programa Evolutivo de Qualidade" (PEQ) qui accompagne les fournisseurs dans le développement des produits à marque propre en termes de qualité et de sécurité alimentaire, et permet de les engager vers une certification externe reconnue internationalement. Le programme est étendu chaque année à de nouvelles catégories de produits.

#### 8.2.2.2. Agir pour la santé des consommateurs

La démarche nutrition santé du Groupe, initiée en 2005, s'appuie sur l'expérience et le savoir-faire acquis par le Groupe, depuis 1901, date de création de la première marque propre *Casino*. Elle a été confortée :

- en 2008, avec la signature d'une charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels avec le ministère français de la Santé, dans le cadre du Plan National Nutrition Santé (PNNS) ;
- en 2010, avec la mise en place d'un Comité Santé qui se réunit quatre fois par an pour analyser les données, les tendances scientifiques et les attentes des consommateurs dans le domaine de la santé. Ce Comité émet des recommandations sur les ingrédients controversés (aspartame, perturbateurs endocriniens, bisphénol, pesticides, etc.). Il accompagne le Groupe en France dans la mise en place de gammes spécifiques à marque propre comme, par exemple, la gamme de volailles élevées sans traitement antibiotique, ou de fruits et légumes surgelés garantis sans résidus de pesticides quantifiés.

Les principales actions du Groupe portent sur :

- l'amélioration du profil nutritionnel des produits à marque propre : diminution de la teneur en sel, en sucres simples et en graisses ; substitution de certaines matières grasses par d'autres ayant un meilleur profil nutritionnel ;
- le développement de gammes de produits répondant à des besoins nutritionnels particuliers : intolérance au gluten, carences en vitamines et minéraux, diabète, surpoids ;
- le développement d'un étiquetage nutritionnel plus lisible afin d'assurer une meilleure information des consommateurs ;
- la recherche de produits et de mode de production innovants ;
- la promotion d'un mode de vie et de consommations sain et équilibré.

#### Améliorer le profil nutritionnel des produits à marque propre

La marque Casino a mené à partir de 2008 un travail conséquent afin de diminuer en sel, en sucre et en matières grasses les recettes de plus de 2 000 produits, conformément aux recommandations du PNNS. Les cahiers des charges des produits intègrent ces exigences. En complément, des critères strictes sont définis aux niveaux des cahiers des charges des produits alimentaires (absence d'ingrédients

OGM ou issus d'OGM, absence d'ingrédients ionisés...) et de Droguerie Hygiène Parfumerie (absence de parabènes, de nanomatériaux et de matières premières animales etc.). Un travail similaire a été réalisé sur les marques Monoprix, conformément à sa charte "Nutrition Durable".

À l'international, suite au "diagnostic Nutrition" mené sur l'offre produits en 2015, au lancement de sa politique et à la mise en place d'une organisation dédiée comprenant notamment un nutritionniste, Éxito poursuit les actions d'optimisation de ses produits alimentaires définies dans le cadre son dispositif : 39 % de son offre alimentaire est conforme aux exigences nutritionnelles fixées.

#### Développer des gammes de produits spécifiques

En complément des critères nutritionnels et de Santé imposés aux fournisseurs sur les produits à marque propre, le groupe Casino propose plusieurs gammes de produits afin de répondre aux besoins nutritionnelles spécifiques de certains de ses consommateurs.

- Une offre pour les personnes diabétiques ou intolérantes au gluten.  
Casino, Éxito Casino Bien pour Vous ! offrent cinq gammes de produits dont une "sans sucre", et une "sans gluten" développée en collaboration avec la Fédération Française des Diabétiques (FFD), et l'Association Française des Intolérants au Gluten (AFDIAG). Monoprix propose également une gamme sans gluten.  
La marque Taeq, distribuée en Colombie et au Brésil, offre un bénéfice en termes de santé et bien-être et est reconnue parmi les 50 marques les plus appréciées des consommateurs brésiliens. Elle contient des produits adaptés aux besoins spécifiques (gluten, sucre, lactose).
- Une offre pour les régimes spéciaux.  
Leader Price Fine Ligne offre, par exemple des produits allégés en sel, sucre et matière grasse, et a été réalisée avec l'aide de spécialistes de la nutrition ; Monoprix poursuit le développement des produits "nouveaux régimes alimentaires" avec plus de 30 références sans sel, une offre végétarienne au rayon frais et des produits sans gluten.

#### Informier le consommateur sur le profil nutritionnel du produit

Le Groupe soutient la mise en place d'un étiquetage nutritionnel sur les produits permettant de mieux informer le consommateur. Les produits alimentaires à marques propres proposent un étiquetage nutritionnel indiquant la valeur énergétique, la quantité de protéines, de glucides, de sucres, de lipides, d'acides gras saturés, de fibres alimentaires et de sodium, mais aussi la présence d'allergènes dans la liste des ingrédients, et l'origine de la viande dans les plats cuisinés. Cet étiquetage est appliqué volontairement par la marque Casino à quelques familles de produits qui en sont exemptées selon la réglementation.

Casino a participé et soutenu financièrement en 2016 une expérimentation nationale qui s'inscrit dans une mission de santé publique avec pour objectif d'aboutir à un système européen d'étiquetage nutritionnel complémentaire. L'objectif étant de choisir le système d'étiquetage le plus adapté pour guider les consommateurs dans leurs choix alimentaires et notamment les populations les moins favorisées. Pendant plus de deux mois, quatre sortes d'étiquetage ont ainsi été apposées sur des produits et testés dans 60 supermarchés Casino.

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.2. Politiques et actions déployées

À l'international, Éxito continue à développer sa démarche volontaire d'étiquetage nutritionnel sur ses produits et applique le référentiel *Guidelines Daily Amount* (GDA) qui indique le positionnement de la teneur en énergie et en macronutriments des produits alimentaires par rapport aux apports nutritionnels conseillés (ANC). Les ANC sont basés sur des données scientifiques relatives aux besoins alimentaires et fournissent des indications sur la quantité moyenne de nutriments-clés dont une personne en bonne santé a besoin dans le cadre d'une alimentation équilibrée. En 2016, plus de 630 fournisseurs font figurer sur leurs produits l'étiquetage nutritionnel.

GPA a renforcé son étiquetage nutritionnel sur les produits à marque propre "Taeq" en y indiquant notamment la teneur en acides gras saturés, fibres, sodium, vitamines et continue à travailler à la mise en évidence de la présence d'allergènes et d'additifs dans la liste des ingrédients. Les produits alimentaires à marque propre de Libertad ont également un étiquetage nutritionnel détaillé.

#### Rechercher des produits et de modes de production plus respectueux de la santé

Afin de réduire l'exposition des consommateurs aux pesticides et aux antibiotiques, Casino a lancé en 2016 la démarche AgriPlus (cf. chapitre 8.2.3.3. Soutenir les filières et les démarches en faveur de l'agro-écologie). Celle-ci vise à développer et à valoriser des initiatives agricoles innovantes, vertueuses pour l'environnement, pour les producteurs et pour les consommateurs. À fin 2016, la démarche propose :

- des références de légumes surgelés sans résidus de pesticides. L'ambition est de proposer une offre de légumes surgelés uniquement composée de références garanties sans résidus de pesticides ;
- des produits de volailles provenant d'animaux élevés sans antibiotiques, notamment sous la marque *Casino Bio* et *Terre et Saveurs*, ainsi que du porc élevé sans antibiotique. Cette démarche permet de lutter contre l'anti-biorésistance et s'inscrit dans le cadre du plan Éco Antibio 2017 lancé par le ministère de l'Agriculture pour diminuer de 25 % l'usage des antibiotiques en élevage en cinq ans.

#### Promouvoir des modes de consommation équilibrée

Les enseignes du Groupe incitent leurs clients et collaborateurs à adopter un mode de vie sain par la pratique du sport et une bonne alimentation.

- Éxito a réaffirmé en 2016 auprès de ses parties prenantes internes et externes sa volonté d'encourager ses clients à adopter un mode de vie sain. Cette politique, reconnue comme "best practice" par le *Consumer Goods Forum* (CGF) s'articule autour de cinq axes stratégiques intégrant à la fois les employés, les clients, les fournisseurs et la

société civile. Elle repose entre autres sur la sensibilisation des consommateurs (campagnes de communication), des employés (via les magazines internes d'Éxito, Carulla, Surtimax et Super Inter), et la promotion d'une activité physique (sponsoring d'événement sportif notamment).

Grupo Éxito a lancé une grande campagne de sensibilisation appelée "Cuidarte es bueno, hacerlo es fácil" ("Prendre soin de toi est une bonne chose, le faire est facile") visant à adopter un mode de vie équilibré en consommant des produits sains et adoptant les bons régimes alimentaires.

- Au Brésil, une nouvelle campagne institutionnelle a été lancée en 2016, soutenue par un slogan prometteur "quand vous vous alimentez bien, votre journée se passe bien mieux". Plusieurs recettes de repas santé faciles à préparer sont proposées dans le cadre de cette campagne et réalisés par des nutritionnistes à partir d'ingrédients nutritifs et sains.

Par ailleurs, le "foodtruck responsable" de GPA propose des ateliers de cuisine gratuits où le client apprend à réaliser des recettes élaborées par des nutritionnistes pour promouvoir une alimentation saine et respectueuse de l'environnement. Au total, 2 300 personnes ont participé à des sessions du *foodtruck*.

#### 8.2.2.3. Encourager une consommation plus respectueuse de l'environnement et de la biodiversité

Afin d'inciter ses clients à une consommation plus respectueuse de l'environnement, le groupe Casino a développé depuis 2007 plusieurs initiatives pour réduire l'impact environnemental des produits : optimisation et réduction des emballages utilisés ; développement de gammes de produits se conformant à des référentiels plus respectueux de l'environnement ; affichage de l'empreinte environnementale sur le packaging des produits alimentaires ; campagne de communication incitant les consommateurs à rapporter leurs produits usagés pour les recycler.

Pour permettre à ses clients de consommer des produits plus respectueux de l'environnement, le groupe Casino commercialise dans ses magasins plus de 19 680 produits certifiés responsables (+ 13 % par rapport à 2015).

Mis en avant auprès des consommateurs dans des univers dédiés ou par le biais d'opérations commerciales et/ou promotionnelles, ces produits représentent une part croissante du chiffre d'affaires des entités.

#### Agriculture biologique et bonnes pratiques agricoles

Le Groupe offre une large gamme de produits issus de l'Agriculture Biologique avec plus de 16 100 produits commercialisés dans les magasins du Groupe.

Groupe	2014	2015	2016	Variation 2015/16
Offre de produits issus de l'agriculture biologique (produits Marques propres et Marques nationales - Hors textile)	13 146	14 390	16 107	12 %

Note : les données 2014 et 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil.

En France, plus de 14 110 produits labellisés "AB" (hors textile) sont proposés en magasin dont les produits à marque propre Casino Bio, Franprix Bio, Leader Price Bio, Monoprix Bio et Naturalia.

	Casino Bio	Naturalia Monoprix Bio	Leader Price Franprix Bio	Taeq Brésil et Colombie
Nombre de produits issus de l'agriculture biologique hors textile (Marques propres)	489	612	210	305

À l'international, près de 2 000 produits issus de l'agriculture biologique sont commercialisés par les enseignes du Groupe.

Ces produits sont mis en avant par les enseignes auprès des clients sur les lieux de vente dans des espaces dédiés et font l'objet de campagnes commerciales auprès des clients. À titre d'exemple, GPA l'enseigne Pão de Açúcar met en avant les produits issus de l'agriculture biologique lors des "jeudis bio" et offre 20 % de réduction 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.

Des gammes de produits issus de bonnes pratiques agricoles sont proposées par les enseignes du Groupe représentant plus de 930 produits commercialisés en 2016 dans le Groupe.

En France, Casino commercialise une centaine de produits frais sous la marque "Terre et Saveurs" qui garantissent des produits 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 260 produits commercialisés sous la marque "Club des Sommeliers" répondent également à un cahier des charges respectueux de bonnes pratiques de production.

À l'international, le Groupe incite ses fournisseurs à l'utilisation du référentiel "Good Agricultural Practices (GAP)". Ainsi, Éxito a mis en place un programme de certification aux bonnes pratiques agricoles : 208 produits frais sont concernés en 2016 (+ 41,5 % par rapport à 2015). Un événement réunissant les fournisseurs de fruits sur les bonnes pratiques agricoles a été organisé en 2016.

### Politique OGM

La politique du groupe Casino sur les OGM a été formalisée dès 1997. Les produits de marque propre du Groupe commercialisés dans les enseignes en France (Casino, Monoprix, Leader Price, Franprix) sont garantis exempts d'OGM, tant au niveau des ingrédients utilisés que des additifs et des arômes. À l'international, les marques propres respectent les réglementations en vigueur, et les règles d'étiquetage comme au Brésil, où les produits sont contrôlés et indiquent la présence d'OGM si elle est supérieure à 1 %.

### Protection de la Biodiversité

Afin de mieux comprendre son impact sur la Biodiversité, le Groupe a mené une analyse des pressions exercées sur la biodiversité par les produits alimentaires et les magasins Casino en France avec l'école doctorale de l'Institut Fayol de l'École des Mines Saint-Étienne.

L'étude, basée sur une approche cycle de vie, a permis d'évaluer trois catégories de pression exercée sur la biodiversité : perte d'habitat naturel, pollutions, et changement climatique. Les résultats confirment notamment que la filière bovine (viande et lait) est celle ayant le plus fort impact.

L'ensemble des résultats et les types d'actions à privilégier ont été présentés aux équipes qualité du Groupe en vue de faire évoluer les spécifications techniques des produits sous nos marques pour réduire leur impact sur la biodiversité dans les prochaines années.

### Politique huile de palme

Le groupe Casino qui est l'un des premiers distributeurs à s'être engagé dès 2010 dans une politique huile de palme considère que seule une collaboration entre toutes les parties prenantes (associations, raffineurs, plantations, industriels...) permet d'atteindre l'objectif partagé de n'utiliser que de l'huile de palme sans déforestation et sans exploitation.

Prenant en compte les attentes multiples des parties prenantes, le Groupe a adhéré à la RSPO en 2011 (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*).

En 2015, accompagné par le TFT, le groupe Casino s'est engagé à :

- 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 <sup>(1)</sup>, les forêts à haute valeur en carbone <sup>(2)</sup> et les tourbières <sup>(3)</sup> ; 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, Colombie) ;
- communiquer les avancées, actions et prochaines étapes mises en place.

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.

Dès 2015, plusieurs actions ont été déployées auprès des fournisseurs à marques propres alimentaires. Ils ont été informés par courrier de la politique huile de palme du Groupe et des séminaires de travail ont été organisés au Brésil afin de les sensibiliser à cette politique. Le Groupe a publié à destination des collaborateurs concernés le "group Casino Palm Oil procurement" afin de promouvoir la politique du Groupe. Plusieurs réunions de travail ont permis de mobiliser les équipes concernées dans les différentes enseignes.

Le Groupe a calculé l'empreinte de l'huile de palme utilisée dans ses produits alimentaires à marque propre ; collecté les informations permettant de tracer l'huile de palme jusqu'au premier importateur (nom et adresse) et/ou des raffineurs.

(1) Zone à haute valeur de conservation sont des zones qui contiennent une forte valeur biologique, sociale et culturelle qu'il est important de conserver, en incluant les espèces et habitats rares.

Pour plus d'information, <https://www.hcvnetwork.org/>

(2) Zone à haut stock en carbone, incluant les forêts primaires, à haute, moyenne et faible densité et les forêts régénérées. Pour plus d'information : <http://highcarbonstock.org/the-hcs-approach-toolkit/>

(3) Tourbières, zones dont le sol contient plus de 65 % de matière organique.

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.2. Politiques et actions déployées

L'empreinte huile de palme des produits alimentaires à marque propre du groupe Casino – Casino, Monoprix, Leader Price, est estimée à 4 900 tonnes (donnée 2015 révisée). 87 % de l'huile de palme alimentaire peut être considérée comme traçable et partiellement traçable jusqu'au premier importateur. Une analyse des engagements "zéro-déforestation" de ces premiers importateurs a été réalisée avec le TFT en 2016. Un web séminaire a été organisé en septembre 2016 afin de présenter les résultats aux fournisseurs concernés en France et les engager à promouvoir cette politique auprès des raffineurs identifiés.

Les filiales en Amérique latine sont également mobilisées sur la politique huile de palme : en 2016, GPA a été à l'initiative de la rencontre de 10 fabricants de produits à marque propre utilisateurs d'huile de palme afin de les engager sur la question de contrôle des chaînes d'approvisionnement.

#### Filière bovine responsable et lutte contre la déforestation

Conscient des enjeux sociaux et environnementaux liés à la production de bœuf au Brésil, GPA a adhéré dès 2009 au Groupe de Travail sur le Bétail Durable (GTPS). Il est signataire du Pacte national en faveur de l'éradication du travail esclave depuis 2005, et inclut dans les contrats avec les fournisseurs des clauses portant sur la lutte contre le travail infantile. 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 comme présentant un fort niveau de risque, GPA a lancé en 2015, avec l'aide du TFT, 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.

La politique d'achats de viande bovine a été lancée en mars 2016, en partenariat avec le TFT et le suivi de Greenpeace. Dans le cadre de cette politique, l'outil "Safe Trace" a été mis en place par GPA : les fournisseurs ont été invités à intégrer les données de leurs fermes dans cet outil afin de permettre le suivi de la traçabilité de la viande bovine et s'assurer que la chaîne d'approvisionnement n'est pas liée à la déforestation, le travail forcé ou encore l'exploitation de terres indigènes. En 2016, 98 % du volume provient des fournisseurs ayant mis en place un programme de contrôle d'origine de la viande.

En Colombie, Éxito travaille à la mise en place d'une politique bovine responsable en collaboration avec WWF, Climate Focus, la Fundación Natura et la *Nueva Federación de Ganaderos* (Fédération des éleveurs de Bétail). L'objectif est de développer les capacités de production des élevages tout en garantissant une utilisation durable des sols et protégeant les écosystèmes. Ainsi, des exigences techniques spécifiques ont été définies afin de contrôler les exploitations de bétail sur un ensemble de thématiques telles que la conservation des ressources hydriques. Des premières mesures ont été réalisées en 2016.

#### Pêche responsable

Le Groupe s'est engagé depuis de nombreuses années dans une démarche d'amélioration de son offre mer. Casino a pris plusieurs mesures depuis 2007 en faveur des ressources halieutiques, notamment en arrêtant progressivement de commercialiser les principales espèces de grand fond menacées (empereur, lingue bleue, sabre, grenadier, brosse et, depuis fin 2016, requins-hâ et requins peau bleue). D'autres espèces menacées ne sont pas commercialisées (aiguillat Atlantique Nord-Est, anguilles, civelles et thiof).

Cette politique est partagée et soutenue par les autres enseignes du Groupe. À titre d'exemple, Éxito a arrêté la commercialisation des espèces menacées, et s'engage dans la protection des espèces de poissons d'eau de mer et de rivières en danger d'extinction. La filiale colombienne s'assure, par exemple, du respect des quotas de pêche locale.

Pour soutenir la pêche artisanale, Casino continue le déploiement du concept "La Criée" en développant des partenariats avec de nombreux ports d'Atlantique et de Méditerranée. Des moyens de distribution journaliers ont été spécifiquement mis en place pour livrer quotidiennement les magasins en produits de la mer en direct des ports, avec une coopération de petites entreprises de pêches. Monoprix déploie sa démarche "pêche côtière Monoprix" qui permet la vente de poissons issus d'une pêche plus respectueuse de l'environnement et du renouvellement des espèces. Les magasins Casino et Monoprix proposent des références certifiées par le label MSC (*Marine Stewardship Council*), qui garantit une pêche plus durable.

Afin de favoriser une pêche durable, les enseignes Casino :

- luttent contre la pêche illicite en s'assurant que les bateaux de pêche fournissant les enseignes ne sont pas sur la liste des navires de l'INN (illicite, non déclarée, non réglementée) ;
- améliorent la traçabilité et les bonnes pratiques de pêche en :
  - incitant les fournisseurs à adhérer à l'ISSF (*International Seafood Sustainability Foundation*),
  - favorisant l'approvisionnement en thon albacore pêché sans DCP – plus de 30 % des approvisionnements du thon en conserve à marque Casino et Tous les jours sont pêchés sans DCP (dispositif de concentration de poisson) en 2016 ;
- améliorent l'information consommateur en indiquant sur les boîtes à marque propre Casino et tous les jours, l'espèce et l'océan de pêche ;
- répartissent leurs approvisionnements dans les différentes zones de pêches de manière à limiter la pression sur les stocks.

L'enseigne Monoprix propose une gamme de thon albacore en conserve à marque propre labélisée Pavillon France qui provient des trois zones de pêche (océans Atlantique, Pacifique et Indien) et pêchée à la senne sur bancs libres (garantie sans DCP).

Casino propose une référence de thon Albacore, pêché à la canne, technique de pêche plus respectueuse de l'environnement.

#### Promouvoir les produits locaux

Engagées auprès des producteurs locaux (cf. chapitre 8.4.3 Soutenir les producteurs locaux) les enseignes du Groupe développent et valorisent ces gammes de produits.

Depuis 2011, Casino a lancé une gamme intitulée "le Meilleur d'ici" qui comprend des produits locaux fabriqués dans un rayon d'environ 80 km, autour des supermarchés Casino et hypermarchés Géant. Vindémia déploie également le concept et soutient ainsi près de 800 producteurs et éleveurs locaux en continuant à développer "Le Meilleur d'ici" et à soutenir les labels "Nou la fé" et "Produits péi". En 2016, deux nouveaux partenariats avec des filières locales ont été signés concernant des poissons issus de la pêche côtière et des bananes d'origine Réunion. Monoprix propose sur l'ensemble du territoire français une offre "Made in pas très loin", produits fabriqués à moins de 100 km du magasin, qui représente plus de 2 250 références dont 10 % des produits en exclusivité.

### Emballages des produits de marque propre

- En France, depuis 2006, l'éco-conception des emballages est prise en compte lors de la sélection des produits à marque propre Casino. Compte tenu de l'importance du sujet "santé" lié aux emballages, et notamment concernant l'élimination de substances controversées, Casino a lancé une démarche visant à réduire la présence d'huiles minérales dans les emballages alimentaires, afin de protéger les produits d'une éventuelle migration de ces substances.  
Par ailleurs, pour son impact positif sur la réduction des emballages et la lutte contre le gaspillage alimentaire les enseignes Casino, Naturalia et Monoprix proposent à la vente des fruits et légumes secs biologiques en vrac : céréales, fruits secs, café, pâtes...
- Au Brésil, les emballages en carton des produits à marque propre "Taeq" et de certains produits "Qualité" commercialisés au Brésil par GPA utilisent du matériel recyclé provenant des emballages collectés auprès des clients. Le programme d'économie circulaire "Novo de Novo", initié en 2009, permet de réutiliser les emballages collectés pour fabriquer de nouveaux emballages. Les 200 stations de recyclage présentes dans les magasins Extra et Pão de Açúcar pour permettre la collecte des emballages des clients ont permis de collecter plus de cent mille tonnes de matières recyclables depuis 2001, et les emballages en carton ont été recyclés et réutilisés dans plus de 3,7 millions d'emballages de produits à marque propre en 2016. GPA veille à chaque création de produits à la réduction des emballages et utilise également pour ses emballages du carton certifié FSC (*Forest Stewardship Council*).
- En Colombie, Éxito accompagne ses fournisseurs de produits sous marque "Taeq", "Carulla" et "Cautivia" dans la réduction des emballages. En complément, il développe des produits dont l'emballage est 100 % recyclable. Afin de réduire et limiter son impact sur la biodiversité et la déforestation, les enseignes Casino privilégient la commercialisation et l'utilisation de papiers certifiés PEFC (*Programme for the Endorsement of Forest Certification*) ou FSC (*Forest Stewardship Council*), qui garantit une gestion responsable des forêts.

### 8.2.2.4. Lutter contre le gaspillage alimentaire

Compte tenu des enjeux financiers, environnementaux et sociétaux liés au gaspillage alimentaire, le Groupe agit depuis plusieurs années afin de réduire les sources de gaspillage en proposant des solutions aux clients et aux collaborateurs, et en mettant en place des dispositifs de réduction de la casse et des invendus d'une part, et de don d'autre part.

Le Groupe a signé en 2013 le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, mis en place par le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

Les leviers d'action permettant de lutter contre le gaspillage alimentaire portent sur :

- l'amélioration continue du fonctionnement des magasins : optimisation des commandes ; limitation de la casse par la formation et la sensibilisation des personnels ; limitation des volumes dans les promotions ; amélioration du stickage promotionnel des produits abîmés ou à date de conservation courte ;

- le don des produits aux associations telles que la Fédération Française des Banques Alimentaires lorsque les produits présentent une date limitation de consommation courte. Le Groupe a signé depuis 2009 un partenariat avec la FFBA et en 2015 avec plusieurs acteurs de l'économie sociale et solidaire tels que Phénix ou encore Eqosphère. Plus de 10 500 tonnes de produits alimentaires ont été données aux associations en 2016, soit une augmentation de 21 % par rapport à 2015 démontrant l'impact des actions menées (chapitre 8.2.5.2) ;
  - la sensibilisation des collaborateurs et des clients.
    - Plus de 60 % du gaspillage alimentaire est dû aux comportements de consommation des consommateurs. Aussi, afin de les sensibiliser à mieux consommer, les enseignes déploient des actions de sensibilisation auprès de leurs clients par la distribution de brochures en magasins telles que "les très bons gestes anti-gaspi" et "l'ABC Anti Gaspillage" chez Monoprix, ou le guide "lutter contre le gaspillage alimentaire" dans les enseignes Casino, et en organisant des animations anti-gaspillage.
    - Les collaborateurs sont également sensibilisés : un guide des "Eco Gestes" est à disposition des employés de Casino pour réduire la casse et optimiser la gestion des déchets. GPA a lancé une campagne de sensibilisation "Zéro gaspillage" pour encourager les magasins à réduire le gaspillage alimentaire s'appuyant sur une vidéo pour former les employés des magasins sur le recyclage et le compostage des déchets ;
  - la collaboration avec les fournisseurs afin :
    - d'allonger des DLC (Date limite de consommation) sur les produits, sans augmenter le risque sanitaire : plus de 312 références Casino, Monoprix, Leader Price et Franprix en 2016 ;
    - de supprimer les DLUO (dates limites d'utilisation optimale) sur certaines catégories de produits ;
    - d'optimiser des conditionnements des produits alimentaires avec le développement d'offres unitaires ou portionnables ;
    - de partager leur expérience pour lutter contre le gaspillage alimentaire : redistribution en circuits locaux des produits non conformes aux standards du marché, transformation (avocat/guacamole ; pommes/jus de pommes...). Cette démarche a été mise en place par Monoprix dans le cadre des "partenariats agricoles" sur la filière fruits et légumes (fournisseurs, acheteurs...);
  - le développement de nouveaux concepts tels que :
    - la vente en vrac : les enseignes Casino, Naturalia et Monoprix proposent à la vente des fruits et légumes secs biologiques en vrac. Une démarche qui s'accompagne d'actions de sensibilisation vers les clients, avec notamment des étiquettes explicatives sur les produits concernés. L'enseigne Pão de Açúcar, au Brésil, a également lancé en 2016 un nouveau concept de vente en vrac, la transformation des produits frais abîmés : en 2016, à l'occasion de l'opération "Anti-gaspillage - Les très bons gestes", les magasins Monoprix ont été incités à fabriquer des soupes, smoothies et quiches anti-gaspi à partir des produits proches de la date de péremption. Monoprix commercialise également les confitures Re-Belles faites à partir de fruits abîmés.
- Enfin, de nombreux magasins mettent en place le tri organique des produits alimentaires non consommables (viande, poisson...) afin de les valoriser en alimentation animale, en méthanisation ou en compostage (cf. chapitre 8.2.4.7 "Trier et recycler les déchets d'exploitation des magasins").

#### 8.2.2.5. Sensibiliser les clients à la consommation responsable

##### Promouvoir les produits responsables

Afin de sensibiliser ses clients et ses fournisseurs, le groupe Casino déploie des campagnes d'information et de sensibilisation dans ses magasins principalement sur la consommation responsable, le recyclage des produits usagés (lampes, piles, petits appareils électriques) et le gaspillage alimentaire.

Depuis 2014 Monoprix met en place sa campagne "bien fait pour vous !" pour promouvoir ses engagements développement durable et la consommation responsable auprès de ses clients. L'enseigne s'est associée à l'un de ses fournisseurs pour distribuer 73 000 sachets de graines de fleur dans le cadre d'une opération de sensibilisation au respect de la biodiversité.

Afin de sensibiliser ses clients à l'impact environnemental de leur consommation, Casino a été le pionnier de l'étiquetage carbone sur ses produits de marque propre. Cet étiquetage initié en 2008 a été progressivement remplacé par l'indice environnemental (IE), qui intègre les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'eau et la pollution aquatique sur l'ensemble du cycle de vie du produit. Il est actuellement disponible sur des produits à marque propre (Casino, Monoprix). Cette démarche permet au Groupe de mieux connaître les impacts environnementaux des produits, d'informer et sensibiliser les clients et d'inciter les fournisseurs à mettre en place des actions d'amélioration. Un outil de calcul de l'Indice Environnemental est déployé auprès des industriels alimentaires afin d'en accélérer son utilisation.

##### Réduire la distribution de sacs plastiques

Pour favoriser une consommation plus responsable et réduire les déchets des ménages, le groupe Casino a engagé depuis 2003 une politique de réduction de la distribution des sacs de caisse à usage unique et propose une gamme de sacs réutilisables dans tous ses magasins.

- En France, de 2003 à 2015, le nombre de sacs de caisse gratuits à usage unique distribués par Casino a diminué de 95 %. À 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 de caisse à usage unique pour 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 appliquée dès 2016. Les enseignes du Groupe en France ne distribuent plus de sacs plastiques à usage unique conformément à la réglementation en vigueur.
- 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. Au Brésil, GPA a mis en place un système pour récompenser ses clients qui n'utilisent pas de sacs plastiques et propose de nouveaux sacs design réutilisables. Dans la ville de São Paulo, GPA et les principaux autres distributeurs ont arrêté en mai 2015 la distribution gratuite de sacs plastiques. Dans le cadre de son programme RSE "Juntos en Acción", Libertad déploie dans ses magasins des actions de réduction de l'utilisation des sacs plastiques notamment en réservant des caisses spécifiques à ses clients appelées "caisse verte" (*caja verde*). Ces actions ont permis une réduction de 90 % du volume de sacs distribués depuis 2015.

En Colombie, Grupo Éxito met en place des opérations de sensibilisation sur l'utilisation du sac plastique et promeut l'utilisation de sacs plastiques réutilisables. Éxito a ainsi réduit de 20 % le nombre de sacs plastiques à usages uniques distribués en 2016.

#### 8.2.2.6. Être à l'écoute des attentes clients

Les enseignes du Groupe ont mis en place un système d'écoute et d'échange avec leurs clients accessible de manière gratuite et permanente (*call center*, adresse Internet, box en magasins). Elles sont également présentes sur les réseaux sociaux et développent des pages internet spécifiques afin de faciliter et d'encourager les échanges.

Les programmes de formations à la satisfaction et à l'écoute clients sont déployés dans l'ensemble des entités du Groupe.

- En France, chacune des enseignes mène des enquêtes auprès des clients, ainsi que des visites en magasins effectuées par des prestataires spécialisés. Les questionnaires abordent de nombreux domaines de satisfaction ou d'insatisfaction éventuels, allant de la propreté du magasin, à la qualité du service, aux produits vendus. Les enseignes proposent un numéro vert gratuit permettant de joindre le Service Consommateur. Casino s'appuie sur une plateforme téléphonique intégrée qui gère les demandes clients. Des reporting mensuels sont élaborés et transmis aux services concernés (achats, marketing, magasins) pour mise en place d'actions correctives et préventives (prise en compte des remontées clients dans les dispositifs de *sourcing*). Monoprix met à disposition un numéro vert gratuit ainsi qu'une plateforme en ligne pour toutes questions portant sur les produits, les magasins, les services, l'entreprise. Leader Price ainsi que Franprix mettent également à disposition un numéro gratuit. Le groupe Casino a aussi créé "Le réseau social des consommateurs" appelé "C'Vous" en 2012 pour les consommateurs désireux d'échanger sur les produits et services de leur magasin. En 2016, "C'Vous" représente une communauté de près de 130 000 membres. Ils peuvent voter pour leurs produits préférés, participer à la création de futurs produits alimentaires d'une part (exemple : "Votez pour le prochain dessert Casino" ou "donnez des idées recettes"), et non alimentaires d'autre part (exemple : conception de produits en ligne, brainstorming sur la décoration de produits maison - choix de motifs pour les textiles), les plus populaires étant réalisées dans les enseignes.
- À l'international, GPA dispose de nombreux outils de mesure de la satisfaction client et met à leur disposition son dispositif "casa do cliente" qui permet aux clients de faire part de leurs critiques, suggestions ou commentaires. En 2016, le taux de satisfaction clients des enseignes Extra et Pão de Açúcar était de 78 %. En Colombie, Éxito réalise une centaine d'enquêtes clients par magasin, plus d'un million environ chaque année, auxquelles s'ajoutent les enquêtes en ligne (plus de 2 000 par an), permettant de définir et suivre un niveau de satisfaction évalué en 2016 à plus de 4,37/5. Répondant à une attente client, Éxito a ainsi lancé en 2015 un site mobile permettant d'accéder à leur plateforme web [Exito.com](http://Exito.com).

Les programmes de fidélité des clients constituent également un outil privilégié pour répondre à leurs attentes en leur proposant des offres préférentielles adaptées à leurs habitudes d'achats. Le programme développé par Éxito rassemble ainsi plus de 5,8 millions de personnes et est le plus important de Colombie.



### 8.2.3. Le groupe Casino, un partenaire de confiance

Compte tenu de ses activités de distributeur, la démarche de responsabilité sociale d'entreprise du Groupe prend en compte les risques et enjeux liés à sa chaîne d'approvisionnement. La politique RSE déployée a pour objectif de contrôler et d'améliorer les impacts sociaux et environnementaux de sa chaîne d'approvisionnement en :

- renforçant la démarche d'éthique sociale du Groupe auprès des fournisseurs des produits à marque propre situés dans les pays à risque ;
- soutenant les filières de production locales ;
- et en favorisant les démarches RSE des fournisseurs.

#### 8.2.3.1. Renforcer la démarche d'éthique sociale

##### Standards et dispositif de conformité sociale

Le Groupe soutient la mise en place de standards harmonisés et exigeants au niveau national et international. Impliqué depuis 2000 au sein de l'Initiative Clause Sociale (ICS) qui regroupe 20 enseignes de distribution, il soutient également les travaux menés par le *Consumer Good Forum* au niveau international pour harmoniser les standards et sa résolution pour éradiquer le travail forcé.

Le groupe Casino a déployé depuis 2002 auprès de ses fournisseurs une démarche d'éthique sociale visant à contrôler et à contribuer à l'amélioration des conditions sociales de fabrication des produits à marque propre distribués par le Groupe. Cette démarche, pilotée par la Direction RSE du groupe Casino, en lien avec les Directions Achats, a été déployée dans les différentes entités, où ont été nommés des référents éthique sociale afin d'accompagner sa mise en œuvre.

Le dispositif Groupe de conformité sociale a été renforcé en 2016 par la mise à jour de sa Charte Éthique fournisseurs applicable au sein de la chaîne d'approvisionnement du Groupe. Elle rappelle l'engagement du groupe Casino de promouvoir un commerce responsable et de s'assurer notamment :

- de proscrire toutes pratiques illicites en matière de relations commerciales et l'obligation de se conformer aux lois, principes, normes et réglementations internationales et nationales en vigueur et applicables, ainsi qu'à la politique anti-corruption appliquée par le Groupe ;
- de respecter les droits humains (interdiction du travail des enfants, interdiction du travail forcé, lutte contre les discriminations et mauvais traitements, liberté d'association, rémunération etc.), et la santé-sécurité au travail ;
- de privilégier une approche respectueuse de l'environnement quant à notamment l'utilisation optimisée des ressources naturelles, la gestion des déchets, la lutte contre les pollutions, etc. ;
- de veiller au bien-être animal et aux cinq libertés fondamentales des animaux telles que définies par l'Organisation Mondiale de la Santé Animale (*World Organisation for Animal Health*).

##### Démarche Groupe d'éthique sociale

La démarche d'éthique sociale du groupe Casino s'articule autour de cinq axes :

##### Charte Éthique fournisseurs

La diffusion et la signature de la Charte Éthique fournisseurs sont une étape clef du processus de référencement des usines fabriquant des produits à marque propre.

En signant cette charte, le fournisseur reconnaît ainsi la prééminence des principes énoncés dans les textes suivants :

- la déclaration universelle des Droits de l'Homme ;
- les conventions internationales relatives aux droits humains fondamentaux ;
- les normes internationales fondamentales du travail, telles que définies par la Déclaration de l'OIT ;
- les autres normes internationales du travail applicables (conventions de l'OIT).

Cette adhésion implique également de sa part l'acceptation que des vérifications puissent être faites sur le respect de ces engagements suivant les conditions détaillées dans le "Manuel Fournisseur du Programme de Conformité" du groupe Casino.

##### Campagne annuelle d'audits sociaux

Sur la base d'une analyse de risques, chaque année, plus de 300 sites de production sont audités par des cabinets externes pour s'assurer du bon respect des exigences fixées par la Charte Éthique fournisseurs.

Suivie par la Direction RSE du Groupe et en collaboration avec les entités concernées et les centrales d'achats, cette campagne d'audits cible en priorité les usines situées dans les pays susceptibles de présenter des risques de non-respect des Droits de l'Homme et des normes du travail et les catégories de produits les plus à risque, avec des audits récurrents notamment en Chine, en Inde et au Bangladesh. Elle intègre les fournisseurs import direct, mais également les agents importateurs.

Les audits sont réalisés selon le référentiel de l'ICS par des cabinets indépendants spécialisés. Ils conduisent à une notation des sites de production qui peuvent conduire à l'arrêt des relations avec le Groupe. Le Groupe partage avec les enseignes membres de l'ICS une base de données permettant d'intégrer et d'échanger les résultats des audits réalisés dans les usines communes.

En 2016, 900 audits ICS d'usines du Groupe ont été validés, dont 68 % menés directement par le Groupe le reste ayant été réalisé par d'autres membres de l'ICS (usines communes). Sur les 349 audits menés en 2016, 79 % sont des audits initiaux et 21 % des audits de suivi. 62 % des usines auditées par le Groupe sont situées en Chine, 8 % au Bangladesh et 5 % en Inde. Une analyse des résultats des audits ICS est publiée dans le rapport d'activité de l'ICS ([www.ics-asso.org](http://www.ics-asso.org)).

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.2. Politiques et actions déployées

#### Accompagnement des fournisseurs

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 donné. Les bureaux locaux du Groupe jouent un rôle essentiel pour aider les fournisseurs et leurs usines à mieux comprendre les attentes du Groupe et la mise en œuvre des plans d'actions correctives éventuels. Des audits de suivi internes et externes permettent de s'assurer de la bonne mise en œuvre des actions correctives figurant dans le plan.

#### Actions de sensibilisation et de formation des acheteurs

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.

Sur l'ensemble du Groupe, en 2016, 89 % des acheteurs concernés ont ainsi été formés ou sensibilisés à nouveau à la démarche d'éthique sociale.

Deux sessions de formation ont ainsi été organisées au sein de la centrale de référencement EMC à destination des acheteurs. Ont notamment été rappelés la politique et les règles Groupe en la matière, le déploiement de la démarche ainsi que le résultat des campagnes d'audits sociaux.

Cdiscount a réalisé plusieurs sessions de formation à l'attention de tous les acheteurs de produits à marque propre. GPA organise également des sessions régulières de formation et de sensibilisation.

#### Autres actions spécifiques

Pour tenir compte de la situation particulière du Bangladesh, le Groupe continue à auditer l'intégralité des usines de premier rang travaillant pour ses marques propres textile dans ce pays. Il a mis en place des audits systématiques non annoncés de préférencement et renforcé ses contrôles sur les conditions de sécurité des usines. Même si le groupe Casino ne travaillait pas avec les ateliers du Rana Plaza, il a adhéré en juillet 2013 à l'"Accord on Fire and Building Safety", afin de soutenir la démarche collective et collaborative mise en place et de participer ainsi à l'amélioration des conditions de sécurité dans les usines. L'ensemble des usines produisant pour le Groupe au Bangladesh rentre dans le cadre de l'Accord et fait l'objet d'audits et de plans d'actions correctives.

Complétant ce programme d'audits, les filiales à l'international mettent en place des procédures de contrôle à destination des fournisseurs locaux : GPA participe à l'initiative locale brésilienne "Associação Brasileira do Varejo Têxtil" (ABVTEX) association regroupant tous les distributeurs de textile brésiliens qui certifie les fournisseurs et sous-traitants de textile nationaux quant au respect de 18 critères d'exigence dont l'interdiction du travail d'enfant et du travail forcé. 100 % des achats textile nationaux de GPA sont ainsi couverts par ces audits.

Éxito a élaboré pour ses fournisseurs locaux un Code de conduite fournisseurs prenant en compte les dimensions éthiques, de transparence et de bonne conduite des affaires. Celui-ci a été signé par plus de 440 fournisseurs en 2016. Libertad a déployé en 2015 auprès de près de 900 fournisseurs basés en Argentine sa Charte Éthique rappelant les principes à respecter en matière de droit de l'homme, droit du travail et de non-corrruption.

Afin de mieux appréhender la prise en compte des droits de l'homme dans ses activités, le groupe Casino a souhaité adhérer à l'association EDH (Entreprises pour les droits de l'homme) dans le but d'identifier

les risques spécifiques liés à ses métiers et d'échanger avec d'autres groupes internationaux. Il a soutenu l'élaboration d'un module de formation sur le thème des droits de l'homme dans l'entreprise et à la mise en place du "Guide d'évaluation des risques liés aux droits de l'homme", ainsi que d'un module en *e-learning* de sensibilisation et formation aux enjeux et bonnes pratiques en matière d'éthique des affaires et droit de l'Homme.

#### 8.2.3.2. Accompagner le développement des fournisseurs

##### Entretenir des relations de proximité avec les PME

Le groupe Casino entretient, depuis son origine, une relation de proximité avec ses fournisseurs : PME/PMI, agriculteurs, et coopératives (voir aussi chapitre Commerçant Responsable).

En France, le groupe Casino, a développé plusieurs initiatives à destination des fournisseurs. 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), le groupe Casino a nommé un référent PME afin de faciliter les relations avec la centrale de référencement, ainsi qu'un médiateur pour les différends commerciaux. Le Groupe participe aux travaux de la FEEF et de l'ANIA (Association Nationale des Industries Alimentaires), du Club d'Entreprise Agro-développement et soutient le think tank "Open Agrifood", spécialisé dans les innovations de la filière agroalimentaire. Celui-ci a organisé un forum sur le thème de l'alimentation responsable en novembre 2016. Des rencontres trimestrielles sont enfin organisées dans le cadre du forum PME afin de prendre en compte les attentes et les problématiques des PME sur leurs marchés. L'un des forums organisés en 2016 a porté sur les enjeux de la consommation responsable.

Conscient que les PME renforcent son ancrage local et la dynamique de l'emploi dans les régions, tout en renforçant la différenciation des enseignes (assortiments, image), le groupe Casino et la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France (FEEF) ont signé en 2016 une charte afin d'organiser un cadre privilégié de collaboration commerciale. Elle a pour objectifs de sécuriser la relation commerciale entre les partenaires, notamment par des accords pluriannuels, de faciliter la relation administrative et financière (contact privilégié pour le traitement des factures et litiges, prise en compte des besoins de trésorerie des PME tout au long de l'année, aide aux traitements des flux financiers/logistique/information produits), de soutenir le développement économique (accès des PME aux différentes entités/enseignes du Groupe, mise à disposition d'informations commerciales de type revue de marché, positionnement de l'offre, etc.). Enfin, le Groupe soutient le label "entrepreneurs engagés", développé par la FEEF, afin de promouvoir les PME auprès des consommateurs en les réassurant sur l'origine et la fabrication des produits, et en contribuant à donner du sens à leurs actes d'achat.

##### Sensibiliser les fournisseurs aux enjeux RSE

Le Groupe mène différentes actions afin de sensibiliser les fournisseurs à la RSE et aux priorités RSE du Groupe.

Afin d'encourager une consommation plus respectueuse de l'environnement, le Groupe a été l'un des pionniers de l'affichage environnemental des produits (indice Carbone et indice environnemental). Fort de cette expertise, il a développé un outil permettant à ses fournisseurs à marque propre d'évaluer l'impact environnemental des produits et d'identifier les pistes d'optimisation (cf. chapitre 8.2.2.3 "Promouvoir les produits responsables") qui est mis à disposition des industriels. Plus de 150 industriels utilisent cet outil.

Par ailleurs, afin de promouvoir ses engagements en faveur de la diversité, conformément à sa politique de lutte contre les discriminations, Casino incite ses prestataires de services à engager une démarche en ce sens, par exemple en leur présentant *via* une brochure les actions entreprises par le Groupe et pouvant être déployées par le fournisseur. Casino propose de l'accompagner dans la démarche en mettant notamment à disposition des outils internes.

En complément, les entités du Groupe mènent diverses actions de sensibilisation aux enjeux RSE auprès des fournisseurs. Cdiscount a ainsi présenté, lors de sa convention achats, les grands axes de sa politique RSE à ses fournisseurs. L'entité a également lancé, en septembre 2016, un projet pilote avec un prestataire externe spécialisé dans l'évaluation RSE des fournisseurs. Cette démarche a été déployée sur plusieurs catégories de fournisseurs (achats frais généraux...) afin d'identifier leur niveau de maturité, les forces et faiblesses de leur politique RSE et de proposer des plans d'action pour y remédier.

Enfin, le Groupe entretient avec les fournisseurs à marque nationale un dialogue régulier afin de partager les enjeux RSE et de définir des axes de travail en commun. Plusieurs rencontres et partenariats portant sur la RSE ont été mis en place depuis 2011 notamment avec le Groupe Danone, Coca Cola, Nivea ou encore Unilever.

#### 8.2.3.3. Soutenir les producteurs locaux et les filières de production agricole

##### Promouvoir les producteurs locaux et soutenir les filières agricoles

Les producteurs locaux sont accompagnés dans la professionnalisation de leurs circuits de production et logistique, de leurs normes de fabrication, ou encore de leur gestion administrative afin de leur permettre de se développer économiquement au-delà de leur relation commerciale avec le Groupe. L'un des objectifs du Groupe est de donner une meilleure visibilité de l'offre de produits locaux auprès des clients des enseignes (cf. chapitre 8.3.3 "Promouvoir les produits locaux").

Le Groupe est un acteur proche du monde agricole et privilégie des partenariats durables. Il a initié plusieurs démarches pour accompagner les producteurs, les coopératives ou les éleveurs.

##### Un dialogue régulier

En France, le Groupe entretient un dialogue régulier avec les filières. Il a signé la "charte laitière des valeurs" proposée par la Fédération nationale des producteurs de lait afin de garantir la transparence sur le prix du lait et l'accord "Cœur de gamme" avec la Fédération Nationale Bovine (FNB) pour les races à viande qui vise à mieux valoriser les animaux de race à viande, dans une dénomination "cœur de gamme". Le groupe Casino s'engage à tenir compte du coût de production de l'éleveur et à valoriser en magasin cette offre. En 2016, plusieurs rencontres avec les acteurs de la filière ont eu lieu dont l'une avec une quinzaine de producteurs des Deux-Sèvres, les responsables des départements achats, le médiateur et les directeurs de magasin afin de valoriser davantage les produits fermiers.

##### Des partenariats de long terme

Le Groupe a développé plusieurs partenariats avec des coopératives et les filières agricoles. Avec la coopérative Altitude, Casino a lancé une filière dédiée, la Génisse primeur Altitude, qui concerne 50 éleveurs du Massif Central ; avec la coopérative Unicorn une filière agneau et Arcadie Sud-Ouest, une filière porc Label Rouge. Ces partenariats permettent de mettre en place des contrats tripartites à long terme, portant sur des volumes d'achats et des prix stables fondés sur les coûts réels de production, et d'avoir des produits de qualité avec une traçabilité totale.

Le Groupe soutient depuis 2013 les producteurs de lait des Monts du Forez, qui se sont trouvés en difficulté suite à l'arrêt de l'activité de leur transformateur, en commercialisant le "Lait des éleveurs du Monts du Forez". Franprix, commercialise également le lait Cant'Avey'Lot sous la marque "Lait de la vallée du Lot" répondant au cahier des charges de la charte "Bleu Blanc Cœur". Le groupe Casino a aussi repris en mai 2015 un site de conditionnement de volailles qui a permis de créer une filière volaille intégrée 100 % française.

À l'international, Éxito en Colombie s'est engagé à soutenir les producteurs locaux en créant des partenariats avec des ONGs et structures reconnues telles que la Clinton Foundation, YUNUS Negocissociales, Salva Terra Fundación, United Nations World Food Programme. Les petits producteurs bénéficient d'un programme d'accompagnement (assistance technique, amélioration de la productivité, gestion des livraisons...) et d'une garantie d'achat de leur produit au meilleur prix, contribuant au développement économique et social local. Les produits agricoles proviennent de 21 régions de Colombie, et de 756 producteurs Colombiens, représentant 86 % des produits achetés. Par ailleurs, Éxito poursuit le déploiement de son programme de certification aux Bonnes Pratiques Agricoles de ses fournisseurs de fruits et légumes avec à date 21 fournisseurs certifiés. Enfin, il continue le déploiement de son programme de formation à destination de ses fournisseurs en partenariat avec l'Université EAFIT : plus de 500 fournisseurs ont pu ainsi bénéficier d'une formation en gestion d'entreprise.

Au Brésil, GPA continue de développer 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 pris en compte lors de la sélection des producteurs de cette gamme de produits régulièrement mise en avant en magasins. Le programme "Quality from the source" continue d'être déployé par GPA. Il implique des fournisseurs de fruits, légumes et œufs afin de contrôler en amont l'utilisation des pesticides, les conditions de transport et de stockage des produits.

##### De meilleures pratiques agricoles

Le groupe Casino développe des marques propres proposant de meilleures pratiques agricoles avec la marque "Terre et Saveurs", la démarche "Agri Plus" ou encore "Tous Cultiv'acteurs" de Monoprix.

En 1999, Casino a lancé sa propre marque de produits frais traditionnels, "Terre et Saveurs", appuyée par un référentiel qui encourage les bonnes pratiques agricoles (analyse des sols, traitements adaptés et limités aux stricts besoins des plantes...). En 2016, la démarche AgriPlus issue de collaborations avec les partenaires de Casino déjà engagés dans l'agro-écologie, vise à développer et à valoriser des initiatives agricoles innovantes, vertueuses pour l'environnement, pour les producteurs et pour les consommateurs. Cette démarche globale intègre l'ensemble des pratiques agricoles et aquacoles (cultures, élevages et aquaculture).

Elle s'articule autour de quatre axes :

- des pratiques culturelles et d'élevages innovants, repensées, pour produire différemment et de manière responsable ;
- une démarche agro-écologique basée sur un travail collaboratif au sein de la filière, permettant de concilier performance économique et préservation de l'environnement ;
- une démarche qui garantit des produits de qualité, qui répondent aux attentes des consommateurs en termes gustatifs et de sécurité alimentaire ;
- une démarche transparente, s'appuyant sur des garanties contrôlées par des organismes indépendants.

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.2. Politiques et actions déployées

Les produits bénéficiant de la démarche sont identifiés par le logo AgriPlus facilement identifiable par le consommateur. Celui-ci met en avant au moins un engagement particulier, contrôlé par un organisme indépendant. En 2016, l'offre regroupe des références en légumes surgelés sans résidus de pesticides, une gamme de poulets du Gers et de porcs élevés sans traitement antibiotique. La démarche AgriPlus a vocation à se développer et à s'étendre à d'autres produits et d'autres filières.

Le Groupe a signé un accord pour la mise en place d'une filière permettant le maintien des espèces locales et de la biodiversité des pâturages (filière génisse dans le Massif Central), et un partenariat avec les vergers Éco-responsables (représentant 95 % des volumes en pommes des magasins Casino) garantissant une démarche respectueuse de bonnes pratiques agricoles. En matière halieutique également, Casino accompagne depuis 40 ans les ostréiculteurs des côtes françaises et a pris dès 2007 des mesures de protections des ressources marines de grands fonds.

Monoprix a lancé le projet "MONOPRIX TOUS CULTIV'ACTEURS" qui vise à promouvoir un modèle agricole plus durable, notamment plus respectueux des pollinisateurs. Un accord de trois ans est mis en place avec ses fournisseurs partenaires autour d'un cahier des charges co-construit avec le label BEE FRIENDLY® et des experts du monde agricole. En 2008, Monoprix a lancé les Partenariats Agricoles Monoprix qui rassemblent aujourd'hui 30 fournisseurs de fruits et légumes autour d'un cahier des charges portant sur la qualité des produits et les bonnes pratiques agricoles. Ces 30 fournisseurs partenaires se sont engagés dans cette nouvelle démarche. L'ambition de MONOPRIX TOUS CULTIV'ACTEURS est d'accompagner les agriculteurs dans une démarche de progrès vers la labellisation de leurs produits par BEE FRIENDLY®. Ce référentiel très exigeant comporte notamment une liste noire de pesticides interdits ainsi qu'un ensemble de bonnes pratiques agricoles pour favoriser la biodiversité sur les exploitations, concevoir des systèmes de production plus résilients et moins demandeurs en produits phytosanitaires et mettre en place des partenariats avec les apiculteurs locaux.

Ces démarches permettent d'accompagner les filières de production locales vers des modes de production et d'élevage plus responsables.

#### 8.2.3.4. Veiller au bien-être animal

Soucieux de proposer des produits plus respectueux du bien-être des animaux, le groupe Casino, en collaboration avec ses fournisseurs, met en place des actions en faveur du bien-être animal au sein des filières de production.

Le bien-être animal a été intégré à la nouvelle version de la Charte Éthique fournisseurs, applicable à l'ensemble du groupe Casino. En la signant, le Fournisseur s'engage lorsque des produits ou matières premières sont issus de l'élevage d'animaux à ce que le bien-être des animaux en question soit préservé tout au long de la chaîne d'approvisionnement (élevage, toutes les étapes de transport, abattage, etc.).

Les actions du Groupe portent sur les conditions d'élevage, de transport et d'abattage et sont mises en œuvre par les enseignes.

#### Filière viande

Dès 2002, Casino a intégré pour sa gamme de produits frais "Terre et Saveurs" un référentiel prenant en compte le bien-être animal. En 2013, ce référentiel a été étendu aux procédés d'abattage des animaux afin de garantir les cinq libertés fondamentales des animaux écrites au niveau de l'Organisation Mondiale de la Santé animale. Cette démarche a permis de construire un référentiel d'audit et de sensibiliser les fournisseurs

sur les conditions d'abattage. Depuis 2015, des audits des abattoirs sont réalisés à partir du référentiel défini par le groupe Casino, par des vétérinaires externes. Les critères de contrôle portent notamment sur la présence en permanence d'un responsable protection animal (RPA) sur le site ; la formation au bien-être animal de tout le personnel en contact avec les animaux ; l'aptitude des animaux au transport ; l'utilisation d'un matériel conforme et adapté pour la manipulation des animaux. Ces audits concernent les abattoirs fournissant les viandes des enseignes Casino et Monoprix.

Casino, en collaboration avec ses fournisseurs historiques, a lancé une gamme de poulets élevés sans traitement antibiotique dès 2014 (Terre et Saveurs et Casino Bio) et, en 2016, une gamme de produits issus de porcs élevés sans traitement antibiotique depuis la naissance (Casino). Cette démarche a deux objectifs :

- lutter contre l'anti-biorésistance : elle s'inscrit dans le cadre du plan Éco Antibio 2017 lancé par le ministère de l'Agriculture pour diminuer de 25 % l'usage des antibiotiques en élevage en cinq ans ;
- respecter le bien-être animal : élever des poulets sans recours aux antibiotiques requiert de renforcer les normes visant à garantir la santé des animaux (bonnes pratiques d'élevage, bon état des bâtiments, surveillance accrue de l'état de santé des poulets, qualité de l'alimentation aux différentes périodes de la vie du poulet).

#### Production de lait

Depuis 2014, Monoprix sélectionne des fermes françaises qui respectent la charte nationale des bonnes pratiques d'élevage ([www.charte-elevage.fr/](http://www.charte-elevage.fr/)) et a mis en place un cahier des charges spécifique en faveur du bien-être animal.

En 2014, à l'occasion du Forum Européen sur le Bien-être Animal organisé par CIWF, Monoprix s'est vu remettre une Mention d'Honneur aux Vaches d'Or pour son engagement en faveur du bien-être des vaches laitières. Plusieurs critères doivent être respectés pour remporter ce Trophée dont l'accès au pâturage pour toutes les vaches laitières et la mise en place d'un plan de suivi et de progrès de quatre indicateurs clés de bien-être animal (boiteries, mammites, état d'engraissement et taux de réforme). Casino soutient "Lait des éleveurs du Monts du Forez" qui offre de meilleures conditions d'élevage et Franprix, le lait Cant'Avey'Lot sous la marque "Lait de la vallée du Lot" répondant au cahier des charges de la charte "Bleu Blanc Cœur".

#### Filière œuf

Les enseignes du Groupe en France proposent des gammes d'œufs issus de poules élevées en plein air ou de l'agriculture biologique, en marque propre et/ou en marque nationale. En 2013, Monoprix a été la première enseigne de grande distribution française à prendre l'engagement de supprimer de ses rayons les œufs issus de poules élevées en cage de la marque Monoprix, au profit d'une offre d'œufs de plein air ou issus de l'Agriculture Biologique. Cette démarche a été récompensée par le *Compassion in World Farming* (CIWF) qui a remis à Monoprix la "Mention d'Honneur aux Œufs d'Or" lors des "Trophées du Bien-être animal 2013". En 2016, Monoprix a décidé de retirer de ses rayons l'intégralité de ses références d'œufs issus d'élevages de poules en cage toutes marques confondues. Monoprix a été récompensé en 2016 d'un Œuf d'Or pour son engagement. Les autres enseignes du Groupe en France ont annoncé début 2017 l'arrêt de la commercialisation des œufs de poules élevées en cages à marque national et à marque propre dès 2020.

Au Brésil, GPA souhaite participer activement à la transformation du marché brésilien. GPA s'est engagé à ne commercialiser que des œufs de poules élevées hors cages d'ici 2025 pour sa marque propre dans le respect des conditions sanitaires et des réglementations définies par le ministère de l'Agriculture. GPA est le premier groupe de distribution à s'être engagé au Brésil.

## 8.2.4. Le groupe Casino, un acteur impliqué en faveur de l'environnement

### 8.2.4.1. Politique générale en matière d'environnementale

Le groupe Casino a défini dès 2003 ses engagements pour lutter contre le changement climatique, réduire la pollution, protéger les ressources naturelles et la biodiversité. Ces derniers ont été réaffirmés en 2009 lors de son adhésion au Pacte mondial des Nations Unies et dans la démarche de progrès RSE qui définit les priorités environnementales du Groupe.

Le Groupe s'est engagé à réduire d'ici 2020 de :

- 20 % les émissions de gaz à effet de serre (scope 1 et 2) par mètre carré de surface de vente ;
- 20 % les consommations énergétiques par mètre carré de surface de vente par rapport à 2012.

En France, il est signataire de :

- la convention mise en place en 2011 entre l'État et la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) prévoyant de fermer 75 % des meubles frigorifiques, destinés aux produits frais de portes, d'ici à 2020 ;
- La charte Paris Action Climat et de la charte en faveur d'une logistique urbaine durable mises en place par la Mairie de Paris ;

Pour piloter cette démarche, le Groupe a renforcé en 2012 son organisation en créant au sein de la Direction RSE une Direction Environnement en charge de la coordination des priorités environnementales, du partage des bonnes pratiques et du *monitoring* des plans d'actions.

Chaque entité du Groupe a la responsabilité de mettre en place localement l'organisation et les plans d'actions nécessaires pour atteindre les objectifs définis, en prenant en compte les spécificités locales.

Les priorités d'action des magasins en matière d'environnement sont :

- la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) ;
- l'amélioration de l'efficacité énergétique ;
- la réduction et la valorisation des déchets.

### 8.2.4.2. Démarche de sensibilisation

#### À destination des collaborateurs du Groupe

Les collaborateurs sont sensibilisés aux enjeux environnementaux par des guides de bonnes pratiques, des séminaires et conférences, et les supports de communication interne (intranets, journaux internes) qui permettent d'expliquer les enjeux du réchauffement climatique, de la gestion des déchets, des économies d'énergie, de la biodiversité et du gaspillage alimentaire.

Plusieurs outils sont à disposition des collaborateurs dont le guide des Écogestes en magasin pour limiter les consommations d'énergie, trier les déchets et réduire le gaspillage alimentaire ; la brochure 12 solutions du groupe Casino diffusée aux collaborateurs afin de promouvoir les bonnes pratiques et réalisée pour la COP 21 ; le guide du froid durable réalisé en collaboration avec l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) afin de sensibiliser les équipes techniques à la réduction des gaz à effet de serre générés par le froid commercial et d'identifier les solutions à mettre en œuvre pour un froid commercial bas carbone.

Au Brésil, un séminaire pour les managers sur les enjeux du carbone a été mis en place par GPA.

#### À destination de ses parties prenantes externes

En France, Casino a collaboré avec l'association "Humanité et Biodiversité" pour réaliser le guide "Améliorer la biodiversité dans son exploitation - des outils à destination des agriculteurs", publié et diffusé en 2016 permettant de sensibiliser aux enjeux liés à la biodiversité et donnant des axes d'actions concrets et pratiques afin de mesurer et réduire l'impact sur la biodiversité.

À l'international, Éxito a soutenu et participé à une campagne d'envergure appelée "Limpiemos Colombia" ("Nettoyons la Colombie") en partenariat avec le ministère de l'Environnement et du Commerce, et le WWF dont le but est de sensibiliser la population au recyclage des déchets. Plus de 23 000 volontaires ont été mobilisés sur l'opération, et 113 tonnes de déchets récupérés. Au Brésil, l'enseigne ASSAI incite ses clients à rapporter leurs emballages pour qu'ils soient recyclés, et offre aux clients la possibilité de bénéficier de réductions sur leur facture d'électricité.

Plusieurs actions de sensibilisation des collaborateurs et des clients ont été à nouveau déployées en 2016 afin de lutter contre le gaspillage alimentaire (cf. chapitre 8.2.2.4).

### 8.2.4.3. Construction durable

Les foncières partenaires du Groupe ont lancé depuis plusieurs années des programmes de certification de leurs centres commerciaux. En France, 30 % des centres commerciaux sont certifiés au niveau le plus élevé (*Outstanding*) du référentiel "BREEAM in-Use" (*Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology*). Cette certification témoigne de l'excellence environnementale mise en œuvre dans les centres commerciaux.

Grupo Éxito a été primé à deux reprises pour son engagement en faveur d'une construction durable avec l'obtention de la certification LEED Silver pour le magasin Éxito Mosquera de Cundinamarca et LEED Gold attribué au centre commercial Viva Wajira de Riohacha. Trois magasins Pão de Açúcar ont également été certifiés LEED.

# Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

## 8.2. Politiques et actions déployées

### 8.2.4.4. Une stratégie bas carbone pour lutter contre le réchauffement climatique

Depuis 2012, le groupe Casino s'est engagé à réduire de 20 % les émissions de gaz à effet de serre (scopes 1 et 2) par mètre carré de surface de vente d'ici 2020.

#### Mesurer les émissions de gaz à effet de serre

Les modalités de la comptabilité carbone utilisées par le Groupe ont été standardisées depuis 2012 afin de comparer les inventaires des

différentes filiales et d'identifier les meilleures pratiques. Les principaux postes d'émissions du périmètre opérationnel du Groupe sont :

- les émissions fugitives des installations frigorifiques qui représentent plus de 50 % des émissions des Scopes 1 et 2 ;
- les émissions liées à la production de l'énergie consommée par les établissements ;
- les émissions dues à la combustion des carburants nécessaires aux transports de marchandises.

Chaque année les filiales réalisent leur inventaire GES (scopes 1 et 2) afin de vérifier que les plans de réduction sont conformes aux trajectoires de réduction prévues par le Groupe.

Valeur absolue des émissions GES (en tonnes eq CO <sub>2</sub> )	Groupe 2015	Groupe 2016	Variation 2016/2015	France	Brésil	Colombie	Autres <sup>(1)</sup>
scope 1 : émissions directes des combustions et des fluides réfrigérants	1 290 000	1 123 000	- 13 %	482 000	370 000	200 000	71 000
scope 2 : émissions indirectes générées par l'énergie consommée	340 000	334 000	- 2 %	118 000	102 000	77 000	37 000
<b>TOTAL GES SCOPES 1 ET 2</b>	<b>1 630 00</b>	<b>1 457 000</b>	<b>- 11 %</b>	<b>600 000</b>	<b>472 000</b>	<b>277 000</b>	<b>108 000</b>

Précisions sur le périmètre des données disponibles : le taux de couverture global en surface de vente est de 94 % pour les émissions fugitives et de 98 % pour l'énergie.  
Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil.

(1) Argentine et Uruguay.

#### Réduire les émissions fugitives des fluides réfrigérants

La première priorité du Groupe est la réduction des émissions fugitives des fluides réfrigérants à fort pouvoir de réchauffement climatique générées par le froid commercial. En collaboration avec l'ADEME, le Groupe a réalisé en 2015 un guide de recommandations à l'attention des équipes techniques pour la mise en œuvre d'un froid commercial bas carbone.

Les principales actions mises en place permettent de :

- renforcer le confinement des circuits des installations existantes. L'objectif est de réduire les fuites par une meilleure prévention et la mise en place d'installations plus étanches ;
- d'augmenter la part des fluides à faible pouvoir de réchauffement climatique (hydrocarbures, CO<sub>2</sub>, NH<sub>3</sub>) dans les installations neuves. Le Groupe promeut des solutions sans fluides HFC. En France, six supermarchés Casino et 15 magasins Monoprix utilisent du CO<sub>2</sub> comme réfrigérant pour produire le froid négatif (installations subcritiques). Ces enseignes ont aussi mis en service des installations permettant de générer le froid négatif et positif avec du CO<sub>2</sub> (installations transcritiques). Au Brésil, GPA commence à exploiter des installations subcritiques.

En 2016, des web-séminaires ont été organisés avec les équipes techniques pour définir les modalités de mise œuvre des transferts de technologies bas carbone pour le froid commercial et un forum a été organisé par GPA au Brésil avec des experts du froid bas carbone, les acteurs de la grande distribution et les pouvoirs publics brésiliens, avec le soutien du *Consumer Good Forum*.

#### Réduire les émissions générées par le transport marchandises

La deuxième priorité du Groupe est la réduction des émissions générées par le transport marchandises.

Les leviers d'actions utilisés sont :

- la réduction des kilomètres parcourus ;
- l'augmentation des charges transportées par livraison ;
- le développement des modes de transports alternatifs à la route moins émetteurs de gaz à effet de serre (ferré, fluvial) ;
- l'amélioration de la flotte de véhicules (GNV, hybride, Euro VI) ;
- la formation à l'éco-conduite.

En France, à Paris, Franprix a augmenté de 42 % en un an la part de marchandises acheminées en mode fluvial par la Seine et poursuit la modernisation de sa flotte de camions en Euro VI. Monoprix oriente progressivement sa flotte de camions fonctionnant au GNV vers l'utilisation de bio GNV pour réduire l'empreinte carbone des livraisons intra-muros. Casino réalise 98 % de ses livraisons en centre-ville avec des camions conformes aux normes de pollution atmosphériques les plus récentes (Euro V, VI) et équipés de systèmes de refroidissement silencieux. En 2016, Casino a annoncé le déploiement d'une flotte de véhicules fonctionnant au GNV (Gaz Naturel de Véhicule), moins émetteur de CO<sub>2</sub> et réduisant de 85 % les particules fines, pour la livraison des magasins avec pour objectif la mise en service d'environ 400 véhicules en 2020. Pour augmenter la capacité de chargement des camions, Casino livre chaque fois que c'est possible les magasins avec des supports de manutention empilables permettant de charger les camions sur deux niveaux sans avoir recours à des camions double ponts.

À l'international, GPA poursuit son programme de *backhauling* et sa politique de modernisation des véhicules de transports vers des camions moins polluants en CO<sub>2</sub> et en particules fines ainsi que l'expérimentation de remorques double ponts pour augmenter les charges transportées par livraison et réduire les distances parcourues pour livrer les magasins.

En Colombie, Éxito a diminué les distances parcourues en augmentant les capacités de chargement des camions livrant ses magasins, et a centralisé la coordination des flux import pour optimiser le taux de remplissage des conteneurs.

### Réduire les émissions indirectes de GES par l'amélioration de l'efficacité énergétique

La troisième priorité d'action du Groupe est l'amélioration de l'efficacité énergétique des magasins qui permet de réduire l'impact indirect de la consommation électrique sur l'augmentation des gaz à effet de serre (cf. chapitre 8.2.4.6).

#### 8.2.4.5. S'adapter au changement climatique

Le principal risque lié aux dérèglements climatiques identifiés ayant potentiellement un impact matériel sur les activités du Groupe est l'augmentation des événements climatiques extrêmes : crue centenaire en France (Paris), cyclones à l'île de la Réunion, sécheresse au Brésil et en Argentine. L'augmentation de la fréquence de ces événements peut avoir des conséquences directes sur l'activité du Groupe mais aussi indirectes : augmentation du prix des matières premières, perte de la saisonnalité des ventes des produits, hausse du prix de l'énergie. À titre d'exemple, la sécheresse constatée au Brésil ces dernières années, notamment dans l'État de Sao Paulo, a conduit à une hausse significative du prix de l'électricité, produite majoritairement à partir de barrages hydrauliques.

La maîtrise de ces risques passe par : le respect des réglementations locales qui précisent les équipements à mettre en œuvre pour la gestion et le débordement des eaux pluviales (bassins de rétention sur toitures végétalisées par exemple) ; la constitution de stocks stratégiques de marchandises de première nécessité réalisés en collaboration avec les fournisseurs ; le renfort de l'autonomie énergétique des magasins avec des panneaux photovoltaïques et des groupes électrogènes permettant d'assurer la permanence du service et la réduction de la consommation énergétique. Les approvisionnements et les stocks de produits à forte météo-sensibilité, sont corrigés par des logiciels intégrant pour chaque zone les données de température, de vent, de pluie et de neige.

#### 8.2.4.6. Maîtriser les consommations en ressources naturelles

##### Réduire les consommations d'énergie

Le Groupe s'est engagé à réduire de 20 % la consommation électrique par mètre carré de surface de vente d'ici 2020 (année de référence 2012). Il est aussi signataire de la convention mise en place en 2011 entre l'État et la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) prévoyant de fermer 75 % des meubles frigorifiques destinés aux produits frais de portes d'ici à 2020.

Le ratio de consommation électrique au m<sup>2</sup> du Groupe en 2016 a baissé de 5 % par rapport à 2015.

L'amélioration continue de l'efficacité énergétique participe indirectement à la lutte contre les dérèglements climatiques en réduisant les Gaz à Effet de Serre qui accompagnent la production d'électricité, mais aussi à la protection des espaces naturels (forêts, océans, fleuves et rivières, lacs, montagnes, nappes phréatiques, banquises...) riches en matières premières non renouvelables nécessaires à ces productions.

Les deux principaux postes de consommation d'énergie du Groupe sont l'éclairage des magasins et le froid commercial.

La réduction des consommations d'énergie fait l'objet d'un processus d'amélioration continue basé sur le monitoring des consommations, le diagnostic énergétique des sites, et un programme de rénovation énergétique (Contrats de Performance Énergétique). Chaque année les filiales du Groupe définissent les plans d'action. Le management de l'énergie des hypermarchés Géant, des supermarchés Casino et des magasins Monoprix est certifié conforme aux recommandations de la norme ISO 50001 qui définit les bonnes pratiques à respecter dans ce domaine. En France, 96 % des hypermarchés Géant, 73 % des supermarchés Casino et 26 % des magasins Monoprix sont sous un contrat de performance énergétique (CPE) garantissant une réduction de leur consommation de référence d'au moins 20 %.

Les moyens mis en œuvre pour atteindre cet objectif consiste à :

- équiper de portes les meubles frigorifiques destinés aux produits frais ;
- déployer le monitoring de la consommation par télé-relève et la mise en place de dispositifs basse consommation.

À l'international, au Brésil, les 140 hypermarchés du Groupe et 182 supermarchés ont fait l'objet d'une rénovation énergétique en 2015 et 2016 (éclairage LED, climatisation et froid commercial), ayant pour objectif une réduction de l'intensité énergétique de près de 25 %.

En Colombie Éxito a continué de déployer son programme de rénovation énergétique en développant l'éclairage naturel, en équipant les magasins de 140 000 tubes LED, et en généralisant la télé relève des consommations. Ce programme a fait l'objet d'une campagne de communication interne "Campaña ahorremos planeta" expliquant la nécessité d'adapter l'éclairage, la climatisation et le froid commercial en fonction des horaires et des besoins des magasins.

Valeur absolue des consommations en énergie (en MWh)	Groupe 2015	Groupe 2016	Variation 2016/2015	France	Brésil	Colombie	Autres <sup>(1)</sup>
Électricité (MWh)	3 442 917	3 292 576	- 4 %	1 523 837	1 176 361	439 849	152 529
Gaz naturel (MWh PCI)	200 372	200 313	- 0,03 %	135 508	21 538	29 895	13 371

Précisions sur le périmètre des données disponibles : le taux de couverture global en surface de vente est de 98 % pour l'énergie.

Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil représentant en consommation d'électricité 204 680 MWh (électricité) et en consommation de gaz naturel 1 865 MWh PCI en 2016.

(1) Argentine et Uruguay.

Éxito et GPA ont mis en place en 2016 une rémunération variable à destination de son encadrement en lien avec l'atteinte d'objectifs RSE dont la baisse de la consommation électrique de ses magasins. L'objectif de réduction de GPA pour 2016 fixé à - 2 % a été atteint.

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.2. Politiques et actions déployées

#### Développer les énergies renouvelables

Le développement des énergies renouvelables a débuté en 2007 et continue d'être déployé notamment en Colombie avec des installations solaires sur les toits et les ombrières des parkings des hypermarchés. Deux centrales sont en service dont la plus importante de Colombie à Barranquilla.

Quatre centrales solaires ont été mises en service en 2016 dont deux en France et deux au Brésil.

Au Brésil, le magasin Assaí Várzea Grande, dans l'état du Mato Grosso, accueille depuis 2016 la plus grande centrale solaire du secteur de la distribution au Brésil.

Installée sur le toit du parking, elle est constituée de 1 140 panneaux photovoltaïques disposés sur une surface d'environ 2 000 m<sup>2</sup> et peut produire, à plein régime, jusqu'à 17 % des besoins en énergie du magasin.

En 2016, 60 centrales sont connectées pour une surface de panneaux photovoltaïques d'environ 458 480 m<sup>2</sup>.

#### Réduire les consommations d'eau

Valeur absolue de la consommation en eau (en m <sup>3</sup> )	Groupe 2015	Groupe 2016	Variation 2016/2015	France <sup>(1)</sup>	Brésil	Colombie	Autres <sup>(2)</sup>
Eau potable de réseau	5 792 883	5 397 209	- 7 %	1 339 007	2 007 946	1 558 765	491 491

Précisions sur le périmètre des données disponibles : le taux de couverture global en surface de vente est de 69 % pour l'eau.

(1) Hors Franprix. Taux de couverture de la donnée : 98 % du chiffre d'affaires du Groupe.

(2) Argentine et Uruguay.

Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil représentant 466 136 m<sup>3</sup> de consommation d'eau potable de réseau en 2016.

Le changement climatique peut induire dans certaines zones des périodes de sécheresse de longue durée qui peuvent perturber les approvisionnements en eau potable ou les productions d'électricité d'origine hydraulique.

Les activités du Groupe qui sont situées dans des zones comportant un risque de stress hydrique considéré de faible à moyen consomment de faibles quantités d'eau potable provenant des réseaux municipaux, principalement pour un usage sanitaire.

Néanmoins, des dispositions sont prises pour limiter la consommation en eau des établissements en encourageant : le remplacement des circuits d'eau perdue des installations de refroidissement par des circuits fermés ; la réutilisation des eaux pluviales, l'installation de réducteurs de pression sur les robinets ; la surveillance régulière des consommations pour détecter les fuites des réseaux ou des équipements sanitaires. La gestion des eaux usées se fait en conformité avec les réglementations du pays qui prescrivent les prétraitements adaptés. À titre d'exemple en France, une partie des entrepôts récupèrent les eaux pluviales et surveillent en temps réel leurs consommations par télé-relève pour détecter les fuites. Au Brésil, les consommations d'eau sont relevées quotidiennement pour détecter toute fuite.

#### 8.2.4.7. Réduire et valoriser les déchets pour développer une économie circulaire et lutter contre la pollution

##### Trier et recycler les déchets d'exploitation des magasins

Les principaux déchets générés par les établissements sont les cartons, les plastiques, les papiers et les produits fermentescibles. L'objectif du Groupe est de réduire les déchets et d'augmenter le taux de valorisation en soutenant le développement et la sécurisation des filières de recyclage locales. En 2016, les établissements du Groupe ont valorisé plus de 216 737 tonnes de déchets (cartons, papiers, plastiques, organiques, verre, bois, ferrailles...). Le recyclage de 155 132 tonnes de cartons a permis d'économiser l'équivalent de 6 205 tonnes de CO<sub>2</sub> et celui des 11 731 tonnes de plastiques environ 26 863 tonnes de CO<sub>2</sub> eq. Le taux de valorisation des déchets a augmenté de 2 points entre 2015 et 2016.

Tonnages déchets valorisés	Groupe 2015	Groupe 2016	Variation 2016/2015	France <sup>(1)</sup>	Brésil	Colombie	Autres <sup>(2)</sup>
Cartons	152 208	155 234	+ 2 %	93 865	39 573	17 660	4 136
Autres	53 219	62 074	+ 17 %	35 034	7 994	15 956	3 090
<b>TOTAL</b>	<b>205 427</b>	<b>217 308</b>	<b>+ 6 %</b>	<b>128 899</b>	<b>47 567</b>	<b>33 616</b>	<b>7 226</b>

Précisions sur le périmètre des données disponibles : le taux de couverture global en surface de vente est de 85 % pour les déchets valorisés.

(1) Hors Vindémia. Taux de couverture de la donnée : 98 % du chiffre d'affaires du Groupe.

(2) Argentine et Uruguay.

Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil représentant 31 142 tonnes de déchets valorisés en 2016.



En France, les magasins et les entrepôts ont trié plus 128 890 tonnes de déchets, en vue d'une valorisation par des prestataires agréés.

Au Brésil, 553 magasins GPA (Multi Varejo) trient leurs cartons et 279 leurs déchets organiques pour les faire composter. Le tri a été élargi dans 30 magasins à d'autres matériaux comme le verre et certains plastiques en vue d'améliorer le taux de valorisation général des magasins. L'enseigne Assai a réalisé et diffusé une vidéo pour sensibiliser et informer ses collaborateurs aux bons gestes de tri.

En Colombie, Éxito a renforcé sa politique de gestion des déchets avec la mise en place de délégués environnement dans les magasins en charge de la sensibilisation et de la formation des collaborateurs et des clients. Ainsi, Éxito a valorisé plus de 33 610 tonnes de déchets d'exploitation.

#### Produits usagés collectés par les magasins pour recyclage par les filières agréées

Pour faciliter l'émergence d'une économie circulaire utilisant les produits usagés comme sources de matières premières, le groupe Casino met à disposition de ses clients dans ses magasins des bornes de collecte des produits usagés en vue de leur valorisation. En 2016, les consommateurs ont déposé en magasin 330 tonnes de piles, 84 tonnes d'ampoules, 2 435 tonnes d'appareils électriques et électroniques (DEEE), 10 tonnes de cartouches d'encre, et 5 352 tonnes de papiers cartons, qui ont été confiées à des filières agréées pour être recyclées.

En France, les magasins Casino ont collecté 186 tonnes de piles usagées, 41 tonnes d'ampoules, 10 tonnes de consommables d'impression (cartouches d'encre), 210 tonnes de DEEE.

Les magasins Monoprix ont collecté 93 tonnes de piles, 28 tonnes de lampes et 6 tonnes de DEEE ; Cdiscount 2 148 tonnes de DEEE.

À l'international, les stations de collecte mises en place à l'entrée des magasins Pão de Açúcar, Extra et Assai ont permis le recyclage de plus 13 170 tonnes de retours clients (cartons, verres, acier, aluminium, plastiques). Les magasins Éxito et Carulla mettent à disposition des clients des bornes de collecte pour les piles déchargées, les appareils électriques et électroniques usagés, ou encore les médicaments périmés. Libertad propose dans ses magasins des espaces de collecte pour le verre, certains emballages ou encore les huiles automobiles usagées en partenariat avec les filières de recyclage locales.

#### Lutter contre la pollution atmosphérique et contre le bruit

En France, l'utilisation des modes de transport alternatif (fluvial, ferré) par Franprix et Monoprix participe à la diminution de la pollution des

centres-villes. Casino privilégie dans ses achats les prestataires de transport disposant des camions les moins polluants (Euro V et VI) et les plus silencieux c'est-à-dire conformes à la norme Piek certifiant un niveau sonore inférieur à 60 décibels, et des véhicules hybrides pour assurer le dernier km des livraisons nocturnes de centre-ville en mode silencieux. En 2016, des expérimentations ont été menées par Casino, Monoprix et Franprix pour l'utilisation de véhicules motorisés au GNL (gaz naturel liquéfié). Le déploiement progressif de cette solution par Easydis et Monoprix permettra de réaliser des livraisons moins polluantes en NOx et en particules fines et plus silencieuses grâce à des motorisations moins bruyantes

#### Lutter contre la pollution des sols

Le principal risque de pollution des sols est lié aux stations-service qui sont exploitées par le Groupe. Elles font l'objet d'une surveillance basée sur des contrôles rigoureux réalisés par des tiers agréés. En France, la prévention de la pollution des sols est assurée par des campagnes de reconnaissance des sous-sols et eaux souterraines, ainsi que par la surveillance des sous-sols. À l'international, Éxito et GPA possèdent des stations-service qui font l'objet de contrôles réguliers pour prévenir le risque de pollution.

#### 8.2.4.8. Protection de la biodiversité

Le principal impact direct de nos activités sur la Biodiversité est lié aux pressions sur les espaces naturels exercées par la construction ou l'extension de magasins et d'entrepôts. En France, la maîtrise d'ouvrage de Casino Développement a formalisé depuis 2014 un guide des bonnes pratiques à mettre en œuvre pour préserver la biodiversité dans un centre commercial et assuré la formation des chefs de projets.

Les principaux impacts indirects sont liés aux modes de production et de consommation des produits commercialisés dans les magasins. Le Groupe a mis en place des actions afin de protéger certaines espèces marines (interdiction de la commercialisation d'espèces de poissons pêchées en eau profonde), ou végétales menacées par la surexploitation et lutter contre la déforestation liée à l'huile de palme ou à l'élevage bovin au Brésil. Par ailleurs de nouvelles gammes de produits privilégiant une nourriture plus végétalisée sont proposées aux consommateurs. Les principales réalisations sont décrites dans le chapitre 8.2.2.3.

La Colombie comptant la 2<sup>e</sup> Biodiversité du monde, grupo Éxito a co-produit le film "Magie Sauvage" afin de sensibiliser les consommateurs à sa protection et sa préservation. Plus de 2,4 millions de Colombiens ont visionné ce documentaire, générant plus de 1,2 million d'euros de recette apportée à la Fondation Éxito pour financer son programme Gen Cero de lutte contre la malnutrition infantile (cf. chapitre 8.2.5.1).

#### 8.2.5. Le groupe Casino, un acteur local solidaire

En tant qu'acteur local fortement impliqué dans les territoires (centre-ville, périphéries urbaines et zones rurales), le groupe Casino contribue au développement économique local, à la solidarité sur les territoires et à la lutte contre la précarité et l'exclusion. Il incite ses enseignes, à travers la démarche de progrès RSE, à renforcer les partenariats de solidarité avec les grandes associations d'intérêt général notamment avec les réseaux des banques alimentaires, à développer des actions locales de solidarité en magasins et à soutenir les actions de ses Fondations. Le Groupe souhaite répondre à la diversité des besoins des associations présentes sur les territoires où il agit.

##### 8.2.5.1. Agir avec les Fondations d'Entreprises

En s'engageant en faveur de l'enfance, la Fondation Casino fait le lien avec les autres fondations du Groupe : l'Instituto GPA au Brésil, la Fondation Éxito en Colombie, la Fondation Monoprix en France.

##### Accompagner les jeunes défavorisés

En France et au Brésil, le groupe Casino au travers de ses Fondations accompagne les jeunes défavorisés en mettant en place des programmes d'éducation.

Créée en 2009, la Fondation Casino s'engage dans la lutte contre l'exclusion par l'éducation par le théâtre, qui permet aux enfants, au travers d'une expérience artistique et collective, l'expression de soi et la découverte de l'autre.

Elle développe deux programmes majeurs autour du théâtre :

- "Artistes à l'école", en partenariat avec l'Éducation nationale et l'Odéon-théâtre de l'Europe, permet à environ 2 000 élèves de bénéficier pendant deux années consécutives d'un parcours d'éducation artistique et culturelle complet : école du spectateur, découverte des métiers de la scène, participation à des ateliers de théâtre et d'écriture, restitutions scéniques.

Les projets sont sélectionnés par un Comité composé de membres du Conseil d'administration de la Fondation, ainsi que d'experts artistiques et pédagogiques. La première promotion de 2 ans s'est terminée en juin 2016 et la troupe d'élèves lauréate a été invitée par la Fondation à présenter sa création à l'Odéon-théâtre lors d'une soirée événement réunissant élèves, professeurs et artistes, ainsi que des collaborateurs du Groupe.

- Le programme "Parrains engagés" soutient des projets associatifs ayant pour objectif l'éducation des enfants par le théâtre. Sont privilégiés les projets proposés et parrainés par des collaborateurs du Groupe. Une dizaine de projets, sélectionnés par un Comité composé de collaborateurs du Groupe, sont soutenus chaque année. En 2016, le programme a essentiellement bénéficié à des enfants éloignés de la culture, en zone rurale.

La Fondation Casino associe les collaborateurs à son engagement pour le théâtre au travers de "Tous en scène", une opération annuelle solidaire nationale déployée dans les magasins Casino, Franprix, Leader Price, les restaurants, les entrepôts et les sites administratifs du Groupe. Grâce à la mobilisation des collaborateurs de plus de 5 500 sites, cette opération a permis de récolter des fonds pour les associations "Apprentis d'Auteuil" et "Tréteaux Blancs", afin de développer de nouveaux projets théâtre au profit d'enfants éloignés de la culture.

L'Instituto GPA développe des programmes d'éducation pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes de milieux sociaux modestes au Brésil. Elle 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 élèves issus de familles modestes de se former aux métiers de la boulangerie et du lait. En 2016, six étudiants, accompagnés de leurs professeurs, ont de nouveau participé à un échange avec la 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, plus de 13 000 jeunes défavorisés âgés de 10 à 18 ans. Le programme proposé est une formation gratuite d'environ deux ans, qui permet à des jeunes issus de milieux défavorisés de suivre une formation musicale théorique et pratique. L'orchestre se produit en magasins mais aussi dans des théâtres, des festivals, au Brésil et à l'étranger. Enfin, l'Instituto poursuit son partenariat avec la Fondation Getulio Vargas pour déployer un programme de bourses au mérite dénommé "Prosperar" : 30 étudiants bénéficient de ce programme.

##### Développer l'engagement citoyen des collaborateurs

À l'issue d'une enquête interne sur l'engagement qui a confirmé l'intérêt des collaborateurs pour s'investir bénévolement auprès d'associations de solidarité, et convaincu que l'engagement citoyen des collaborateurs est une source d'épanouissement et de développement des compétences, la fondation Casino a lancé en 2016 un programme de bénévolat de compétences dénommé "Engagement Citoyen". Ce dispositif de soutien comprend la mise à disposition d'un catalogue de missions de bénévolat sur une plateforme web dédiée, qui s'effectuent au bénéfice de plus de 30 associations partenaires de la fondation Casino. Ce dispositif a d'ores et déjà permis le recrutement d'une centaine de bénévoles dans le cadre de la collecte annuelle des banques alimentaires.

##### Lutter contre l'isolement social

La Fondation Monoprix concentre son action sur l'accès à l'alimentation et aux biens de première nécessité et à la lutte contre l'isolement relationnel dans les villes. Plus de 20 projets associatifs ont été financés en 2016. Un partenariat sur 3 ans a été signé avec Unis Cité pour soutenir le programme "Intergénéreux" en faveur des personnes âgées isolées. Des jeunes en Service Civique interviennent en équipe dans les maisons de retraite ou à domicile pour réaliser des visites de convivialité, proposer des sorties et recueillir les mémoires. 15 magasins et un entrepôt se sont engagés dans des actions solidaires dans le cadre de ce programme. Enfin, une semaine de solidarité a été organisée avec la participation de plus de 720 collaborateurs à une collecte de vêtements et de jouets.

##### Lutter contre la malnutrition infantile

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. Par la mise en place de partenariats avec de grandes instances publiques colombiennes, elle vient en soutien pour garantir une alimentation saine et équilibrée aux enfants et futures mères issus de milieux défavorisés, et sensibiliser à une meilleure nutrition.

En 2016, environ 5 millions d'euros ont été investis dans des programmes qui ont bénéficié à plus de 38 920 enfants. Éxito a joué un rôle moteur dans la création de la loi de protection de la petite enfance en Colombie (*Ley Integral de Atención a la Primera Infancia/ Comprehensive Early Childhood Care Act*).

### 8.2.5.2. Soutenir les banques alimentaires

Le Groupe favorise la mise en place de partenariats de solidarité avec des associations d'intérêt général notamment avec les réseaux des banques alimentaires.

- En France, le Groupe s'engage en faveur des plus démunis en mobilisant ses magasins pour soutenir la Fédération Française des Banques Alimentaires (FFBA). Depuis 2009, le Groupe est engagé auprès de la FFBA et a renouvelé son partenariat en 2016 pour une nouvelle période de trois ans. Dans le cadre de cet accord, le Groupe, s'engage notamment à augmenter le nombre d'établissements s'impliquant lors de la Collecte Nationale des Banques Alimentaires qui se déroule en novembre. Vindémia agit, pour le ramassage de produits dans ses magasins et l'organisation de collecte auprès des clients en partenariat avec la Banque Alimentaire des Mascareignes. En 2016, plus de 10 500 tonnes de produits ont été collectées auprès des enseignes (Casino, groupe Monoprix, Franprix, Leader Price, Vindémia) et 1 421 tonnes collectées auprès des clients.

- À l'international, GPA qui met en place la même démarche en partenariat avec des associations telle que "Amigos do Bem", a organisé pour la quatrième année consécutive une grande journée de collecte de denrées alimentaires : "Dia de Solidaridade". Cette journée, qui s'est déroulée dans plus de 1 800 magasins, a impliqué 11 000 volontaires et a permis la collecte de 859 tonnes de dons alimentaires. De nombreuses opérations solidaires sont organisées tout au long de l'année telle que la collecte d'œufs en chocolat à Pâques ou encore un "Arbre de la Solidarité" à Noël pour les enfants démunis.

En Argentine, depuis 2013, Libertad soutient le réseau argentin des Banques Alimentaires (Red Bancos de Alimentos) en organisant des collectes en magasins (34 tonnes collectées en 2016) et en participant à la campagne "Camina contra el hambre" pour promouvoir le sport tout en collectant des dons alimentaires. Des accords avec des fournisseurs ont également été mis en place pour la collecte de produits invendus.

En Colombie, grupo Éxito poursuit le partenariat engagé depuis plusieurs années avec les Banques Alimentaires locales et a collecté plus de 1 910 tonnes de marchandises en 2016. Grupo Éxito soutient également un programme de récupération des excédents agricoles dans les zones rurales.

Au total, plus de 18 800 tonnes de produits, soit l'équivalent de plus de 37,8 millions de repas (5 millions de plus qu'en 2015), sont apportées aux réseaux des banques alimentaires ou autres structures d'intérêt général équivalentes par le Groupe (collecte et ramasse) en 2016.

	2015	2016			Variation 2016/2015
	Groupe	Groupe	France	International	
Dons des magasins et entrepôts (ramasse) – en tonnes	13 299	16 104	10 557	5 547	+ 21 %
Collecte auprès des clients – en tonnes	2 770	2 789	1 421	1 368	+ 1 %

Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité des données avec 2016.  
Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil.

### 8.2.5.3. Soutenir la diversité des besoins des associations de solidarité

En partenariat avec les associations nationales et locales, et afin de soutenir les personnes en situation d'exclusion, les magasins et entrepôts du Groupe mettent en place des opérations de dons de marchandises non alimentaires et de collecte. Le Groupe mobilise aussi ses fournisseurs afin d'organiser des opérations de produits partagés au bénéfice des associations locales et nationales partenaires.

- En France, illustrant sa volonté de répondre à la diversité des besoins, le Groupe a continué à soutenir, en 2016, 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, Sport dans la Ville ou encore Handi'Chien.

Le groupe Casino a initié dès 2011 un partenariat avec l'entreprise sociale et solidaire MicroDON et déployé en 2014 l'Arrondi en caisse dans les magasins Franprix, et dans les magasins Naturalia en 2016. Ce dispositif permet aux clients d'arrondir le total de leur ticket de caisse à l'euro supérieur et les montants collectés par ces microdons sont ensuite reversés à une association caritative. Des opérations "carte microDon", au bénéfice d'associations locales, ont été menées également dans plus de 100 magasins Monoprix entre septembre et décembre 2016. Pour Noël, l'enseigne a mis en vente des "doudous

solidaires" au profit de l'association Mécénat Chirurgie Cardiaque. Cdiscount a mené une opération "Grand ménage" en faisant don de meubles et d'articles d'électroménagers à Emmaüs et poursuit son partenariat avec les "Ateliers du bocage", entreprise d'insertion du réseau Emmaüs. L'enseigne a également organisé une distribution de cadeaux aux enfants hospitalisés, "Flying Santa", au CHU de Bordeaux : un catalogue digital a spécialement été développé pour l'occasion et les colis ont été livrés en drone.

Les enseignes viennent en soutien d'associations grâce à des opérations de produits-partagés menées avec les fournisseurs qui permettent de financer des actions solidaires ou qui consistent à donner une certaine quantité de produits en fonction des ventes réalisées pendant l'opération largement relayée en magasin. En 2016, le groupe Casino et Danone ont mis en place un partenariat avec l'association "Sport dans la Ville" au bénéfice de jeunes issus de quartiers populaires. Organisée en septembre 2016 dans l'ensemble des enseignes du Groupe en France, l'opération "Du sport à l'emploi" a permis de soutenir financièrement le programme de sport dans la Ville pour préparer 1 000 jeunes femmes à l'emploi. Le partenariat est renouvelé pour l'année 2017. Une opération menée avec Pepsico d'une part et Nivea d'autre part, dans les magasins Casino, Monoprix, et Franprix ont permis de soutenir respectivement l'épicerie solidaire Andes et l'Agence du don en nature.

## Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

### 8.3. Résultats extra-financiers du groupe Casino

Les magasins et entrepôts se mobilisent également pour mettre en place des opérations de soutien à des associations locales, notamment avec le programme "Acteur Local Engagé" déployé depuis 2010. Chaque année, plusieurs centaines de projets voient le jour grâce à l'engagement des magasins Casino. Une fanpage sur Facebook dédiée aux initiatives locales des collaborateurs des enseignes Casino permet de suivre l'actualité des magasins. Ces actions, initiées et portées par les équipes des magasins, concrétisent la volonté d'agir au quotidien au sein des communes et du tissu associatif local.

Vindémia a signé en 2016 une convention avec l'État pour soutenir la lutte contre les violences faites aux femmes : celle-ci a été accompagnée de nombreuses actions de sensibilisation en magasins et à destination des collaborateurs. La convention sera déployée dès 2017.

- À l'international, reflétant la diversité des enseignes et des besoins et l'engagement solidaire du Groupe, de nombreux programmes de solidarité ont été déployés par l'ensemble des enseignes. Outre ses actions de don alimentaire, GPA a mis en place le dispositif de l'Arrondi en caisse depuis mars 2016 dans 90 magasins de proximité.

Au Brésil, l'enseigne Extra promeut les échanges entre les magasins et les communautés locales au travers d'actions en faveur de la formation et l'emploi pour les jeunes ou encore par le regroupement d'activités culturelles dans le magasin. Le programme "Viva Bairro" mis en place par Extra permet d'engager les communautés locales sur des questions sociales ou environnementales, en lien avec leur magasin implanté dans la région.

De la même manière, le programme de solidarité de Libertad, "Donemos sonrisas" ("Donnons des sourires") permet de soutenir, par la collecte des pièces de monnaie des clients dans les magasins, les actions locales d'aide à l'enfance. Plus d'une dizaine de fondations et associations reçoivent des fonds chaque année. En Colombie, le programme "Goticas", déployé depuis plusieurs années, permet aux clients des enseignes d'Éxito de faire un don, lors de son passage en caisse, pour lutter contre la malnutrition des enfants.

Les enseignes du groupe Disco en Uruguay accompagnent des fondations qui agissent principalement en faveur des enfants et dans le secteur de l'insertion sociale, et apportent leur soutien à différentes structures de la société civile.

## 8.3. RÉSULTATS EXTRA-FINANCIERS DU GROUPE CASINO

### Tableau d'indicateurs extra-financiers

Le tableau ci-dessous regroupent l'ensemble des indicateurs extra-financiers publiés par Casino, présentés par axe stratégique de la politique Groupe.

Engagements	Indicateurs	2015	2016	Var.
<b>Employeur engagé</b>				
<b>Promouvoir la diversité</b>	% des femmes dans l'effectif	54 %	53 %	- 1 point
	% des femmes cadres	35 %	37 %	+ 2 points
	Nombre de personnes déclarées handicapées au 31/12 (CDI, CDD)	6 790	7 134	+ 5 %
	Part des effectifs déclarés handicapés sur l'effectif total	2,9 %	3,1 %	+ 0,2 point
<b>Faciliter l'insertion professionnelle des jeunes</b>				
	Part des effectifs < 30 ans	40 %	39 %	- 1 point
	Nombre d'alternants/apprentis dans le Groupe au 31/12	6 993	7 071	+ 1,1 %
<b>Favoriser l'évolution des collaborateurs</b>				
	Nombre total d'heures de formation	3 418 383	4 050 876	+ 18,5 %
	Nombre d'heures de formation/personne	15	18	+ 20 %
<b>Agir pour la santé et le bien-être au travail</b>				
	Nombre de maladies professionnelles (France)	252	260	+ 3,2 %
	Taux de fréquence des accidents du travail	18	16,3	- 1,7 point
	Taux de gravité des accidents du travail <sup>(1)</sup>	1,1	1,2	+ 0,1 pt
	Taux d'absentéisme pour accidents du travail et maladies <sup>(1)</sup>	4,2	4,4	+ 0,2 pt

Engagements	Indicateurs	2015	2016	Var.
<b>Commerçant responsable et partenaire de confiance</b>				
Agir pour la santé des consommateurs et encourager une consommation respectueuse de l'environnement et de la biodiversité	Nombre de produits certifiés "responsables"	17 450	19 684	+ 13 %
	Nombre de produits issus de l'agriculture biologique (produits Marques Propres et Marques Nationales - hors textile)	14 390	16 107	+ 12 %
Lutter contre le gaspillage alimentaire	Dons des magasins et entrepôts (ramasse) - (tonnes)	13 299	16 104	+ 21 %
Renforcer la démarche d'éthique sociale	Nombre d'audits sociaux ICS menés par le Groupe	266	349	+ 31 %
<b>Acteur impliqué en faveur de l'environnement</b>				
Réduire les émissions de gaz à effet de serre	Bilan GES scope 1 - (tCO <sub>2</sub> )	1 386 849	1 153 405	- 17 %
	Bilan GES scope 2 - (tCO <sub>2</sub> )	342 394	332 846	- 3 %
Maîtriser les consommations en ressources naturelles	Électricité totale consommée - (MWh)	3 442 917	3 292 576	- 4 %
	Électricité/m <sup>2</sup> - (kWh/m <sup>2</sup> )	606	577	- 5 %
	Consommation d'eau - (m <sup>3</sup> ) <sup>(2)</sup>	5 792 883	5 397 209	- 7 %
Limiter et valoriser les déchets	Masse de déchets d'exploitation valorisés (tonnes) <sup>(3)</sup>	205 427	217 308	+ 6 %
	Taux de valorisation des déchets (dons alimentaires exclus) <sup>(4)</sup>	45 %	47 %	+ 2 points
<b>Acteur local solidaire</b>				
Développer l'action des fondations et les partenariats de solidarité de proximité	Montant versé au titre de la solidarité (dons et fondations) - (En milliers d'euros)	65 463	76 420	+ 17 %
	Dons de marchandises alimentaires en équivalent repas - (En milliers de repas)	26 598	32 209	+ 21 %
	Nombre de personnes bénéficiaires des actions des fondations (Fondation Casino, Fundación Éxito, Instituto GPA)	85 442	96 057	+ 12,4 %

Note : les données 2015 ont été retraitées pour garantir la comparabilité avec les données 2016.

Les données Groupe s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil.

(1) Hors GPA. Taux de couverture de la donnée : 70 % du chiffre d'affaires du Groupe.

(2) Hors Franprix. Taux de couverture de la donnée : 97 % du chiffre d'affaires du Groupe.

(3) Hors Vindémia. Taux de couverture de la donnée : 98 % du chiffre d'affaires du Groupe.

(4) Hors Vindémia, Franprix et Libertad. Taux de couverture de la donnée : 92 % du chiffre d'affaires du Groupe.

# 8.4. MÉTHODOLOGIE DE REPORTING DES INDICATEURS DE RSE

## Périmètre de reporting

Les données sociales, sociétales et environnementales concernent, sauf exceptions explicitement mentionnées, l'ensemble des activités sous contrôle opérationnel du groupe Casino ou de ses filiales majoritaires en France et à l'international. 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 %).

Élaborées en cohérence avec le reporting financier, les données sont reportées en référence aux périmètres suivants :

- le périmètre dit "Groupe" intègre les données consolidées ; ces données s'entendent hors activités dites "abandonnées" en 2016 en application de la norme IFRS 5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil ;
- le périmètre dit "France" est constitué des activités sous enseignes Casino, Monoprix (dont Naturalia), Cdiscount, Franprix, Leader Price, et des fonctions supports (logistiques, achats, ressources humaines, etc.) situées en France ainsi que de l'ensemble des activités du Groupe Vindémia (Île de la Réunion, Mayotte, Maurice et Madagascar) ;
- le périmètre dit "Amérique latine" est composé des entités GPA (dont ses entités Multivarejo, et Assai), Libertad SA, Grupo Éxito, Disco Devoto et leurs fonctions supports. Conformément à la norme IFRS 5, les activités de GPA dites "abandonnées" en 2016 ne sont pas incluses dans ce périmètre et sont présentées distinctement dans le présent document.

## Période de reporting et règle de comptabilisation

Les données collectées hors environnementales couvrent l'activité de la ou des entités concernée(s) sur la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre de l'année de référence N et intègrent les sites ouverts ou fermés pendant l'année, à l'exception, pour le périmètre "Casino", des taux de fréquence et de gravité des accidents du travail, et des heures d'absence qui couvrent une période allant du 1<sup>er</sup> décembre 2015 au 30 novembre 2016.

Les données environnementales couvrent les sites administratifs, logistiques ainsi les magasins ayant eu une activité sur 12 mois pleins, du 1<sup>er</sup> octobre 2015 au 30 septembre 2016.

## Modalités de collecte des données

Les procédures de collecte, de calcul et de consolidation des indicateurs de responsabilité sociale des entreprises (RSE) sont formalisées dans un protocole de reporting diffusé à l'ensemble des personnes impliquées dans le processus de reporting en France et dans les filiales à l'international. Des améliorations sont apportées chaque année pour garantir :

- le respect des exigences du décret d'application relatif à l'article 225 sur les obligations de transparence des entreprises en matière sociale et environnementale ;
- l'harmonisation des méthodologies de calcul dans l'ensemble des filiales en France et à l'international ;
- la fiabilité des données reportées.

Ce protocole précise :

- l'organisation du processus de collecte, de validation et de consolidation des indicateurs RSE ;

- les responsabilités aux différents niveaux du processus ;
- le périmètre de reporting et les principes de prise en compte des variations de périmètre (cessions, acquisitions) ;
- les définitions utiles à la bonne compréhension des données demandées ;
- les méthodologies de calcul des indicateurs, en cohérence avec les référentiels internationaux ou nationaux applicables.

## Modalités de consolidation et de contrôle des données

Le protocole instaure des points de contrôles pour limiter le risque d'erreur dans la transmission des informations et fiabiliser la production des indicateurs. Ainsi, à chaque indicateur est associé un contributeur qui recueille, vérifie et consolide les données sur son périmètre de reporting.

Les indicateurs font alors l'objet d'une première validation par le service en charge de la production de l'indicateur au sein de chacune des filiales du Groupe.

L'ensemble des données est ensuite collecté et consolidé en central par la Direction de la RSE du Groupe, qui effectue également une série de contrôles pour vérifier la cohérence des données, le respect des méthodes de calcul et les périmètres de reporting.

## Audit externe

Les procédures, outils de reporting ainsi qu'une sélection d'indicateurs principaux ont fait l'objet d'une vérification externe par notre Commissaire aux comptes E&Y.

Les conclusions de cette vérification sont disponibles dans le chapitre 8.5 du Document de Référence.

## Éléments de contexte

Le groupe Casino opère essentiellement dans des pays dits émergents et en France.

Chaque filiale déploie des politiques et initiatives locales en conformité avec la politique RSE du Groupe.

Les pays d'implantation du Groupe présentent d'importantes différences économiques, sociales, culturelles et réglementaires. En conséquence, des écarts significatifs peuvent être constatés entre les différentes zones géographiques d'implantation.

## Spécificités méthodologiques et précisions de périmètre

### Données sociales

Effectif : les indicateurs se référant aux effectifs sont comptabilisés au 31 décembre, en excluant les contrats se terminant à cette date.

Travailleurs handicapés : le statut de travailleur handicapé est défini par les lois en vigueur dans chaque pays d'implantation du Groupe. En France, il s'agit des dispositions relatives à l'article L 323-3 du Code du travail.

- Le taux de fréquence des accidents du travail s'exprime en nombre d'accidents par million d'heures travaillées. Il s'agit du "Nombre d'accidents du travail" rapporté au "Nombre d'heures travaillées effectives". Les heures travaillées effectives sont constituées des heures de travail prévues contractuellement, des heures supplémentaires et complémentaires, auxquelles sont déduites les heures d'absence (maladie professionnelle, maladie ordinaire et accident du travail).

- Le taux de gravité des accidents du travail s'exprime en nombre de jours d'absence par millier d'heures travaillées. Il s'agit du "Nombre de jours perdus pour accidents du travail" rapporté au "Nombre d'heures travaillées effectives".

- Le taux d'absentéisme pour accidents du travail et maladies (dont maladies professionnelles) correspond aux heures d'absence (hors accident de trajet) rapportées au total des heures travaillées.

Les heures travaillées sont constituées des heures contractuelles, des heures supplémentaires et complémentaires.

Les accidents de trajet sont exclus de ces données.

Périmètre 2016 : du fait de la refonte des outils de reporting de GPA, les "taux de gravité et d'absentéisme" Groupe n'intègrent pas cette entité. Ces indicateurs couvrent donc 56 % des effectifs.

- Formation :

- Sont prises en compte :

Les heures de formation initiale et de formation continue ainsi que les actions de formation déployées à distance (*e-learning*).

- Ne sont pas prises en compte :

Les heures de formation effectuées à l'école dans le cadre de contrats de professionnalisation (apprentissage, alternance) ; les heures de formation dispensées aux effectifs externes à l'entreprise ; les démarches d'accompagnement réalisées sur site par des superviseurs ; les formations pour lesquelles les justificatifs ne sont pas reçus à la date de clôture du reporting, ce qui peut entraîner une minoration de la donnée reportée.

#### Données Produits et fournisseurs

- Agriculture biologique : les produits issus de l'agriculture biologique sont conformes à la réglementation locale en vigueur dans chaque pays. Les produits "textile" sont exclus de cette catégorie bien que pour partie constitués de coton biologique.

En France, les produits alimentaires "Bio" sont conformes au règlement européen 834/2007. Les produits à marques propres certifiés Agriculture Biologique recouvrent les références alimentaires et cosmétiques ayant reçu la certification AB, ou la certification Cosmebio d'organismes indépendants. Seuls les produits à marques nationales des catégories "Produits de Grande Consommation" et "Frais industriel" ont pu être reportés en 2016. En conséquence, le nombre de produits en magasin est supérieur à celui publié.

- Commerce équitable : les produits à marque propre certifiés issus du commerce équitable sont des références alimentaires et produits frais exclusivement labellisés Fairtrade/Max Havelaar.

- Les produits dits "certifiés responsables" comprennent les produits à marques propres ou à marques nationales issus de l'agriculture biologique (hors textile à base de coton bio), du commerce équitable, labellisés MSC, FSC, NF Environnement, PEFC, écolabel européen, EOCERT.

- Audit Social ICS : l'audit social est une procédure d'évaluation régulière des pratiques sociales d'une entreprise. Il vise à vérifier le niveau de conformité des sites de production par rapport à un référentiel. Le référentiel appliqué par le groupe Casino est celui de l'ICS (Information détaillée disponible sur <http://www.ics-asso.org>). Les audits sont réalisés en semi-annoncé ou en non annoncé et leur validité est de deux ans à compter de la date de l'audit initial.

#### Données environnementales

L'ensemble des données environnementales 2015 et 2016 s'entendent hors activités Mayotte, Maurice et Madagascar (<0,05 % du chiffre d'affaires Groupe 2016).

- Émissions GES : les émissions sont calculées conformément au guide méthodologique publié par le ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement. Le périmètre organisationnel comprend uniquement les activités sous contrôle opérationnel.

Le scope 1 correspond aux émissions directes de GES et intègre les postes suivants :

- les émissions directes des sources fixes de combustion (gaz naturel, fioul) ;
- les émissions directes des sources mobiles à moteur thermique (carburant des véhicules détenus ou en location longue durée) ;
- les émissions directes fugitives notamment celles liées aux fuites de fluides frigorigènes.

Le scope 2 correspond aux émissions indirectes de GES associées à l'énergie et plus particulièrement, à l'électricité.

Les facteurs d'émissions utilisés sont ceux de la Base Carbone ou, à défaut, proviennent de sources nationales reconnues (source : ADEME version 7.1, GHG protocole 2012, IEA 2012).

- Utilisation durable des ressources : les consommations d'eau, d'électricité et de gaz naturel peuvent être évaluées à partir des relevés de compteurs, ou à défaut, des montants facturés.

- Périmètre 2015 de la consommation d'eau : totalité du périmètre.
- Périmètre 2016 de la consommation d'eau : Hors Franprix (97 % du chiffre d'affaires du Groupe couvert par la donnée).

- Déchets d'exploitation : la masse de déchets d'exploitation valorisés intègre les déchets triés par les établissements du Groupe et remis à des prestataires agréés en vue d'une valorisation. Il s'agit, selon les filiales, des déchets suivants : cartons, plastiques, papiers bureautiques et commerciaux, déchets organiques, consommables d'éclairage, consommables d'impression, huiles alimentaires usagées, graisses de curage, os et suifs, ferrailles et métaux. Les déchets d'emballages ou support de manutention en bois ne sont pas pris en compte dans les valeurs reportées.

- Données 2015 : totalité du périmètre.

- Données 2016 : hors activité Vindémia Île de la Réunion (98 % du chiffre d'affaires du Groupe couvert par la donnée)

Le taux de valorisation 2016 couvre 92 % du chiffre d'affaires du Groupe.

- Les déchets dangereux font l'objet d'une gestion spécifique et locale en fonction des réglementations en vigueur. Ils sont collectés et stockés séparément des autres déchets avant d'être remis à des prestataires spécialisés et agréés en vue de leur traitement. À ce titre, seuls ceux qui font l'objet d'une valorisation par une filière agréée sont pris en compte dans la quantité de déchets valorisés.

## 8.5 RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT SUR LES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES

### Exercice clos le 31 décembre 2016

Aux Actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC<sup>(1)</sup> sous le numéro 3-1050 et membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de la société Casino, Guichard-Perrachon, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2016, présentées dans le chapitre 8 du document de référence, ci-après les "Informations RSE", en application des dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce.

### Responsabilité de la société

Il appartient au conseil d'administration d'établir un rapport de gestion comprenant les Informations RSE prévues à l'article R. 225-105-1 du Code de commerce, préparées conformément au référentiel utilisé par la société (ci-après le "Référentiel") dont un résumé figure dans le chapitre 8 du document de référence.

### Indépendance et contrôle qualité

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

### Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R. 225105 du Code de commerce (Attestation de présence des Informations RSE) ;
- d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, de manière sincère, conformément au Référentiel (Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE).

Nos travaux ont mobilisé les compétences de sept personnes et se sont déroulés entre octobre 2016 et mars 2017 sur une durée totale d'intervention d'environ quatorze semaines.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément aux normes professionnelles applicables en France et à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et, concernant l'avis motivé de sincérité, à la norme internationale ISAE 3000<sup>(2)</sup>.

### 1. Attestation de présence des Informations RSE

#### Nature et étendue des travaux

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

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

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

Nous avons vérifié que les Informations RSE couvraient le périmètre consolidé, à savoir la société ainsi que ses filiales au sens de l'article L. 233-1 du Code de commerce et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-3 du même code avec les limites précisées dans la note méthodologique présentée au chapitre 8 du document de référence.

### Conclusion

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

(1) Portée d'accréditation disponible sur [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)

(2) ISAE 3000 - Assurance engagements other than audits or reviews of historical information



## 2. Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE

### Nature et étendue des travaux

Nous avons mené six entretiens avec les personnes responsables de la préparation des Informations RSE auprès de différentes directions <sup>(1)</sup>, en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques, afin :

- d'apprécier le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations RSE et prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des Informations RSE.

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des Informations RSE au regard des caractéristiques de la société, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités, de ses orientations en matière de développement durable et des bonnes pratiques sectorielles.

Pour les informations RSE que nous avons considérées les plus importantes <sup>(2)</sup> :

- au niveau de l'entité consolidante, nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions, etc.), nous avons mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le rapport de gestion ;

- au niveau d'un échantillon représentatif d'entités que nous avons sélectionnées <sup>(3)</sup> en fonction de leur activité, de leur contribution aux indicateurs consolidés, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et pour identifier d'éventuelles omissions et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente en moyenne 53 % des effectifs et entre 31 % et 38 % des informations quantitatives environnementales présentées.

Pour les autres informations RSE consolidées, nous avons apprécié leur cohérence par rapport à notre connaissance de la société.

Enfin, nous avons apprécié la pertinence des explications relatives, le cas échéant, à l'absence totale ou partielle de certaines informations.

Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans les Informations RSE ne peut être totalement éliminé.

### Conclusion

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées de manière sincère, conformément au Référentiel.

Paris-La Défense, le 10 mars 2017

L'Organisme Tiers Indépendant

ERNST & YOUNG et Associés

Eric Mugnier  
Associé développement durable

Bruno Perrin  
Associé

(1) Direction de la Responsabilité Sociale d'Entreprise, Direction Qualité, Direction des Ressources humaines et Direction Environnement.

(2) **Informations sociales :**

- Indicateurs (informations quantitatives) : effectif total inscrit, nombre total de recrutements et départs, taux d'absentéisme, taux de fréquence et de gravité des accidents du travail, nombre total d'heures de formation ;  
- Informations qualitatives : les conditions de santé-sécurité au travail, la promotion et le respect des stipulations des conventions fondamentales de l'OIT (liberté d'association, élimination des discriminations, du travail forcé et des enfants).

**Informations environnementales et sociétales :**

- Indicateurs (informations quantitatives) : les consommations d'énergies thermique et électrique, les émissions de GES (scope 1 et 2), la part des déchets non dangereux valorisés, le nombre de produits responsables ;  
- Informations qualitatives : la politique générale en matière environnementale, les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire, le changement climatique (les postes significatifs d'émissions de gaz à effet de serre générés du fait de l'activité de la société, notamment l'usage des biens et services qu'elle produit) ; l'impact territorial, économique et social (emploi, développement régional, impact sur les populations riveraines ou locales), l'importance de la sous-traitance et la prise en compte dans la politique d'achat et dans les relations avec les fournisseurs et sous-traitants des enjeux sociaux et environnementaux, les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs.

(3) Les entités Multivarejo, Via Varejo et Assai de la filiale brésilienne GPA.