



Rapport de progrès RSE 2017/2018

Pacte mondial
des Nations Unies

GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

SOMMAIRE

Le Groupe	P.2
Message du Président	P.3
Les chiffres clés	P.4
Responsabilité : des avancées concrètes	P.6
<i>“Plus question d’acheter sans savoir dans quelles conditions les aliments sont produits”</i>	P.8
Collaborer avec les producteurs	P.10
Choisir les meilleurs produits	P.12
Développer le bio et les labels responsables	P.14
Respecter le bien-être animal	P.16
<i>“Pour moi, consommer c’est aussi un geste militant”</i>	P.18
Etre un employeur responsable	P.20
Transmettre les savoir-faire	P.22
Cultiver la bienveillance	P.24
Réduire notre empreinte	P.26
Aider les autres	P.28
Gouvernance, RSE : un modèle solide et durable	P.30
Le conseil d’administration	P.32
La démarche RSE, un levier de croissance	P.36
Suivi des performances RSE	P.38
Principes et périmètre de reporting des informations extra-financières	P.44
Indicateurs RSE	P.46
Nos feuilles de route	P.48

Né en France il y a 120 ans, le groupe Casino est aujourd'hui un des leaders du commerce alimentaire avec plus de 12 200 magasins dans le monde, implantés en France, en Amérique latine et dans l'océan Indien. Sa culture de la proximité, son écoute des clients, sa passion du commerce ont permis de développer des enseignes fortes, dynamiques et complémentaires, capables d'innover et de se transformer en permanence. Aujourd'hui, ses 227 000 collaborateurs se mobilisent au quotidien pour comprendre, anticiper et accompagner les nouvelles attentes des consommateurs. Ils font évoluer leurs métiers et imaginent des solutions novatrices pour apporter des réponses concrètes. Ils s'engagent ainsi pour une consommation durable, condition nécessaire pour continuer demain à « nourrir un monde de diversité ».

Message du Président

Jean-Charles Naouri
Président-directeur général
du groupe Casino



En 2018, le groupe Casino fête ses 120 ans : 120 années d'innovation pour anticiper et répondre aux attentes de nos clients et de la société.

Innover, c'est continuer de développer des solutions durables qui permettent d'améliorer notre impact social, sociétal et environnemental. C'est aussi répondre aux exigences de responsabilité croissantes et légitimes des consommateurs vis-à-vis des entreprises. Au sein du groupe Casino, nous considérons ces exigences comme des leviers de croissance pour améliorer notre compétitivité, renforcer la motivation de nos collaborateurs et favoriser des relations constructives et de long terme avec nos parties prenantes.

En tant qu'acteur majeur de la distribution alimentaire, notre champ d'action est vaste ; nous avons déjà beaucoup accompli mais nous devons continuer à progresser.

Tous les jours, nous imaginons des solutions et nous agissons pour mieux produire, pour inciter les consommateurs à mieux consommer, pour préserver les ressources naturelles et limiter l'impact de notre activité, pour permettre à nos collaborateurs de s'épanouir dans leur travail mais aussi pour soutenir de nombreuses actions de solidarité.

Véritable moteur de performance, notre démarche de responsabilité sociale et environnementale s'enrichit chaque année avec de nouveaux objectifs ambitieux, de nouvelles actions concrètes et innovantes pour faire du groupe Casino un acteur toujours plus engagé et responsable.

A travers l'ensemble de ces actions, nous réaffirmons notre attachement aux dix principes du Pacte mondial des Nations Unies.

Les chiffres clés 2017



12 271

dans le monde



226 606

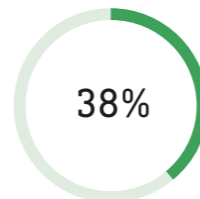
dans le monde¹

9 221

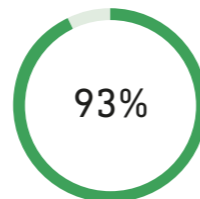
en France

3 050

en Amérique latine



femmes dans l'encadrement



collaborateurs en CDI

- 2%

de consommation électrique des magasins (Mwh)

+ 26%

de produits bio en magasins

39%

de collaborateurs de moins de 30 ans

+ 4,6%

de travailleurs handicapés



Résultats

37,8

milliards d'euros

chiffre d'affaires consolidé HT

+3,2%

croissance organique² des ventes du Groupe

1,242

milliard d'euros

résultat opérationnel courant

372

millions d'euros résultat net normalisé part du Groupe



Distribution

n°1

au Brésil³

n°1

en Colombie



E-commerce

Cdiscount

Exito.com

n°2

en France

n°2

en Colombie

¹ Effectif inscrit au 31/12/2017 - CDI/CDD - Temps complet/partiel - Activités intégrées uniquement.

² Hors essence et calendaire.

³ Distribution traditionnelle - Hors cash & carry

L'ANNÉE 2017

Responsabilité : des avancées concrètes

Partout où il est implanté, le Groupe renforce ses actions pour promouvoir une consommation responsable, lutter contre les discriminations, réduire son empreinte environnementale et aider les plus vulnérables, se plaçant ainsi au service du bien commun.



Installation de la plus grande centrale solaire en zone urbaine du Brésil sur les toits du magasin **Assaí** de Goiânia.



Opération «Tous en Scène» de la **Fondation Casino** : les équipes des enseignes collectent plus de 140 000 euros au bénéfice d'associations partenaires.

Organisation des premiers Trophées du Management bienveillant : 130 initiatives présentées et 16 lauréats désignés par le Comité exécutif du Groupe.



Les magasins **Carulla** distribuent en exclusivité les viandes issues du premier élevage durable de Colombie, certifiées Rainforest Alliance.



Démarrage d'une collaboration ambitieuse avec trois ONG expertes du bien-être animal.

Le Groupe s'engage aux côtés de LFDA, CIWF France et OABA dans le but de développer un étiquetage pour mieux informer les consommateurs sur le niveau de bien-être animal des produits distribués.



Première édition de la Semaine de la diversité de GPA, consacrée à la lutte contre toutes les formes de discrimination.



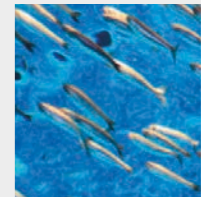
Franprix nommé « Orange Day Champion » par ONU Femmes pour ses engagements contre les violences faites aux femmes.

Toutes les enseignes du Groupe ont pris une part active à la campagne Orange Day 2017 pour collecter des fonds, à travers des opérations de produits partage et sur les réseaux sociaux.

La Fondation Éxito livre plus de 600 000 repas de Noël à des familles colombiennes, dont une partie grâce aux dons des clients collectés en caisse.



Monoprix remporte le Grand Prix Essec du commerce responsable 2018 pour ses initiatives novatrices, comme Shop&Give ou Tous Cultiv'acteurs.



Casino encadre strictement les approvisionnements de bar sauvage des rayons marées de ses magasins pour préserver l'espèce.

AVR

MAI

JUIN

JUIL

AOÛT

SEPT

NOV

DÉC

FÉV

FÉV

2017

2018

« Plus question
d'acheter
sans savoir
dans quelles
conditions
les aliments sont
produits »

Valentina, Recife

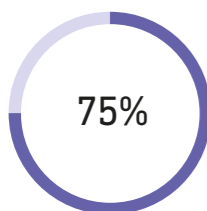


Sur les étals des magasins Pão de Açúcar, les fruits et légumes sont issus de bonnes pratiques agricoles qui réduisent l'utilisation de pesticides.

Collaborer avec les producteurs

L'alimentation, métier historique du groupe Casino, est plus que jamais au cœur des préoccupations des consommateurs. Pour s'assurer de l'origine et de la qualité des produits qu'il commercialise, le Groupe soutient les filières de production locales et s'inscrit dans le cercle vertueux de la consommation responsable.

1 750
producteurs locaux sont partenaires de Grupo Éxito



des fruits et légumes commercialisés par Grupo Éxito proviennent de producteurs locaux

Soucieux d'offrir à ses clients des produits frais de qualité, le groupe Casino s'efforce de raccourcir les circuits d'approvisionnement en travaillant avec des producteurs locaux. En France, il développe des partenariats avec des agriculteurs, des vignerons, des éleveurs ou encore des ports de pêche. Avec les filières d'élevage françaises, le Groupe a mis en place des contrats pluriannuels, qui inscrivent la collaboration dans la durée. Il soutient notamment les éleveurs du Mont du Forez, des Pyrénées Atlantiques et du Val-de-Loire avec la nouvelle gamme de laits « Ensemble avec les éleveurs ».

Le groupe Casino a également repris des sites agroalimentaires en difficulté qu'il pérennise. C'est le cas de Luché Tradition Volailles, qui produit la volaille française élevée sans antibiotique de Casino, et de la fromagerie ELS, producteur de la fourme de Montbrison AOP. Au Brésil, GPA développe son programme Caras do Brasil qui permet à des coopératives artisanales de distribuer leurs produits dans les magasins Pão de Açúcar.

PARTENARIATS DURABLES

En Colombie, Grupo Éxito déploie pour ses achats alimentaires un modèle adopté dès l'origine pour son offre textile : ses collections de vêtements sont depuis toujours fabriquées par un réseau de 84 ateliers employant 8 000 personnes. Grupo Éxito travaille ainsi avec plus de 20 organisations mobilisées pour le commerce équitable, qui aident agriculteurs et pêcheurs à intégrer les contraintes de qualité et de logistique propres à la grande distribution, et veillent qu'ils soient rémunérés au juste prix.

La démarche continue de progresser, notamment grâce au partenariat mis en place avec l'entreprise sociale Comproagro, qui fédère plus de 10 000 agriculteurs colombiens et dont la production est accessible via une plateforme web. Grupo Éxito a ainsi acheté 235 000 tonnes de fruits et légumes par l'intermédiaire de Compagro en 2017.



1000PRO

Casino Proximités crée la market place des producteurs locaux

Pour offrir à leurs clients des produits locaux de qualité, les enseignes de Casino Proximités ont développé le site 1000PRO, une « place de marché » destinée aux petits producteurs locaux qui leur permet de proposer leurs produits à tous les points de vente situés dans leur périmètre géographique. Simple et intuitive, la plateforme s'adapte aux producteurs qui peuvent gérer librement leur offre et spécifier leurs contraintes logistiques. Le site, lancé à l'automne 2017, recense aujourd'hui plusieurs centaines de producteurs, approuvés par le service qualité de Casino Proximités, qui accèdent ainsi à un potentiel considérable de nouveaux clients. A terme, l'objectif est de rassembler 1 000 producteurs et de déployer la plateforme auprès des 5 500 magasins de proximité Casino.

EN RAYON



Le groupe Casino distribue les produits **C'est qui le patron ?!**, l'initiative qui définit avec les consommateurs eux-mêmes le cahier des charges des produits et garantit notamment la rémunération des producteurs. Tous les laits à marque propre Monoprix sont désormais produits selon les critères de la marque du consommateur, dont le logo s'affiche sur les emballages.

Choisir les meilleurs produits

Face aux préoccupations des consommateurs, la marque propre Casino soutient depuis 2015 de nouveaux modes de production pour commercialiser des gammes de fruits et de légumes sans résidus de pesticides, sous le label Agriplus. Focus sur les carottes fraîches et surgelées cultivées en France.

— Pour mériter l'appellation « sans résidus de pesticides », les carottes font ensuite l'objet de contrôles phytosanitaires par le laboratoire indépendant Phytocontrol. Les analyses de dernière génération testent la présence de près de 500 molécules.



— Une session de dégustation à l'aveugle au Laboratoire d'analyses sensorielles situé à Vitry-sur-Seine. Plusieurs fois par semaine, les collaborateurs volontaires goûtent et notent des produits à marques propres Casino, Leader Price, Franprix et Monoprix.



— Cultivées dans les Landes et en Bretagne, les carottes sont produites avec des méthodes agricoles alternatives : sélection de semences résistantes aux maladies, choix de surfaces agricoles ventées, utilisation d'huiles essentielles, désherbage mécanique...

— Sur les étals de Casino Supermarchés, les carottes fraîches sans résidus de pesticides affichent le label Agriplus, qui garantit des pratiques agricoles innovantes, vertueuses pour l'environnement, les producteurs et les consommateurs.



— La marque Casino fait connaître ses produits dans une campagne publicitaire et revendique avec humour ses engagements en matière de nutrition, d'environnement et de bien-être animal.

Développer le bio et les labels responsables

Rassurants et écologiques, les produits bio occupent une place toujours plus importante dans les rayons des magasins du Groupe, qui franchit une étape supplémentaire en créant de nouvelles enseignes dédiées à la consommation responsable.

26 700
produits éco-labellisés
sont commercialisés
par les enseignes du
Groupe

2 400
produits alimentaires
à marques propres
sont issus de
l'agriculture
biologique

Parce qu'ils apportent une réponse claire aux exigences des clients en matière de sécurité alimentaire, les produits labellisés et responsables prennent une part grandissante dans les habitudes de consommation. Les enseignes du Groupe accompagnent cette mutation : le nombre de produits bio et écologiques commercialisés en magasins a augmenté d'un quart en 2017, avec notamment l'accent mis sur l'approvisionnement local. Ils bénéficient d'une politique promotionnelle volontariste, à l'instar des "Jeudis bio" initiés par Pão de Açúcar.

Décidé à mettre le bio à la portée de tous, le Groupe développe tout particulièrement ses gammes de produits à marques propres issus de l'agriculture biologique, et ceci dans tous ses formats de magasins. Engagées de longue date dans la démarche bio, les marques Casino, Monoprix et Franprix ont ouvert la voie. Leader Price accélère à son tour le déploiement de sa gamme bio. Enfin, les rayons vrac 100% bio se généralisent dans les magasins Monoprix et Franprix, et se déploient

dans toutes les enseignes Casino et dans les magasins Leader Price passés au nouveau concept Next.

ENSEIGNES DÉDIÉES

Alors que le succès des magasins 100% bio Naturalia ne se dément pas, le Groupe poursuit dans cette voie et crée de nouvelles enseignes dédiées à la consommation responsable. À Paris, quatre Franprix Noé ont ouvert leurs portes, proposant une offre « bio mais pas que » : des produits labellisés et équitables, sains et bons, des fruits et légumes, herbes et plantes issus d'une filière locale, une offre inédite de vrac : yaourts, farine, vin, alcools, produits ménagers, savons ou shampoings.

Après avoir testé le concept en Uruguay et en Argentine, Grupo Éxito a lancé en Colombie son premier magasin Carulla FreshMarket, dédié à la consommation responsable, avec une offre renforcée de produits locaux et issus de l'agriculture biologique.



Carulla crée son FreshMarket

Un concept de magasin responsable qui met en valeur les produits de qualité et rassure sur leur origine.

Grupo Éxito ouvre le premier magasin Carulla FreshMarket à Bogotá. Dans un décor naturel très soigné, l'enseigne propose 3 000 références de produits frais, dont une majorité de produits locaux, bio, vegan, sans gluten, plus de 120 références en vrac et des plants pour cultiver son potager. Côté rayons

traditionnels, les métiers de bouche sont à l'honneur avec une boulangerie artisanale, une fromagerie et une boucherie qui commercialise en exclusivité la première viande issue d'un élevage durable en Colombie, certifiée par l'ONG internationale Rainforest Alliance. Les équipes préparent également sur place les premières pizzas cuites au feu de bois dans un supermarché.

EN RAYON



La taille du rayon de produits bio est l'un des marqueurs forts du nouveau concept de magasin de Leader Price, baptisé Next, avec plus de 800 références. Quant à la gamme de produits bio Leader Price, elle a doublé en un an et atteint 170 produits.

Respecter le bien-être animal

Le Groupe a fait très tôt du respect du bien-être animal un axe fort de son engagement de commerçant responsable. Sa démarche passe un nouveau cap en 2017, grâce notamment à un partenariat avec trois ONG expertes.



Dès 2020, plus aucun œuf de poules élevées en cage ne sera commercialisé par les enseignes françaises du Groupe.

En créant la marque **Terre et Saveurs** il y a près de 20 ans, **Casino a d'emblée choisi d'intégrer le bien-être animal** dans ses référentiels d'élevage, de façon à sensibiliser et accompagner les fournisseurs de ses produits à marques propres. Initialement motivée par la recherche de qualité, cette exigence a pris de l'ampleur au fil des années, relayée par une prise de conscience sociétale. Casino est ainsi, depuis 2013, la seule marque propre à mener dans les abattoirs des audits vétérinaires qui prennent en compte le bien-être animal.

La même année, le Groupe a été le premier distributeur français à supprimer, avec son enseigne Monoprix, les œufs issus de poules élevées en cage de sa marque propre, au profit d'œufs de plein air ou biologiques. En 2016, Monoprix a retiré de ses rayons l'intégralité des œufs issus d'élevages de poules en cage, toutes marques confondues. À leur tour, Franprix, Leader Price et les magasins à enseignes Casino ont pris l'engagement de ne plus vendre aucun œuf de poule élevée en

cage dans leurs magasins d'ici 2020. Au Brésil, en dépit d'un tissu productif bien différent, GPA a décidé de prendre cet engagement pour ses marques propres d'ici 2025.

L'EXPERTISE DES ONG

Pour aller plus loin dans cette démarche de progrès, le Groupe a souhaité bénéficier de l'expertise des associations mobilisées pour le respect du bien-être animal, qui mènent un travail important de sensibilisation. La signature d'une convention de partenariat avec la Fondation Droit Animal, Ethique et Sciences, CIWF France et OABA (Œuvre d'assistance aux bêtes d'abattoirs) va dans ce sens. Elle vise à identifier les enjeux prioritaires, à construire des plans de progrès, puis à terme à mettre en place en France un étiquetage sur le bien-être animal destiné à informer les consommateurs. De quoi donner un vrai coup d'accélérateur à la démarche pour répondre encore mieux aux attentes sociétales.

—



— La création de Naturalia Vegan, première enseigne bio et 100% vegan en France, marque la conviction que le veganisme répond à une attente profonde des consommateurs.



— Les quatre magasins de Naturalia Vegan proposent une vaste sélection de 2 000 produits qui ne sont pas issus des animaux, de leur exploitation ou testés sur eux.



EN RAYON

Les marques propres des enseignes répondent à une demande croissante d'alternatives aux produits carnés, avec la création de gammes spécifiques, comme **Le Végétal** chez Monoprix ou **Veggie!** de Casino.



3 QUESTIONS À

Claudine Quentel-Savoyat

Directrice qualité des produits frais transformés Casino

—

Comment prenez-vous en compte la sensibilité accrue des consommateurs au bien-être animal ?

Nos clients sont de plus en plus conscients et responsables dans leurs choix alimentaires. C'est particulièrement vrai aujourd'hui pour la viande. Nous avons donc introduit de nouvelles exigences spécifiques pour les abattoirs et mis en place des contrôles renforcés.

En quoi consistent les contrôles ?

Des audits menés par des vétérinaires permettent de s'assurer que les opérations se font avec le

minimum de souffrance et dans le respect de l'animal. Nous sommes aujourd'hui encore les seuls dans la distribution à mener ce type d'audit. En parallèle, nous avons développé une filière d'élevage de volailles sans antibiotique qui fournit des poulets à notre usine de Luché dans la Sarthe.

Quelle incidence sur le bien-être animal ?

Élever des animaux sans avoir recours aux antibiotiques implique d'améliorer leurs conditions de vie et d'être encore plus attentif à leur santé. De la même façon, Casino a développé une nouvelle filière de génisses élevées avec leur mère, qui passent une partie de l'année au pâturage, et pour lesquelles la durée du transport entre lieux d'élevage et d'abattage est limitée au maximum.

—

« Pour moi,
consommer
c'est aussi
un geste
militant »

Diego, Carthagène



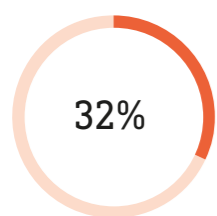
Les nouveaux magasins Carulla FreshMarket sensibilisent leurs clients à la consommation responsable.

Être un employeur responsable

Depuis plus de 25 ans, le Groupe s'engage et agit pour prévenir les discriminations, promouvoir les diversités et favoriser le vivre ensemble. Il est reconnu aujourd'hui pour son rôle moteur en faveur de l'égalité entre femmes et hommes.

+ 4,6%

c'est l'augmentation du nombre de collaborateurs en situation de handicap dans le Groupe entre 2016 et 2017



des membres des comités de direction de Grupo Éxito sont des femmes

354

jours de congés offerts aux aidants par les collaborateurs, abondés de 200 jours par le Groupe

Considérant la diversité à la fois comme une valeur fédératrice et un moteur de performance économique, le groupe Casino s'est engagé dès 1993 dans la lutte contre toutes les formes de discriminations liées aux origines, au handicap, au sexe, à l'âge, à l'orientation sexuelle, à la religion ou encore à l'apparence physique. Il conduit une politique volontariste visant à encourager le recrutement de profils variés, à promouvoir l'égalité des chances à tous les niveaux et à permettre le vivre-ensemble. Cette démarche repose également sur un travail de sensibilisation des équipes pour combattre les stéréotypes, à la source des discriminations. La sensibilisation passe en particulier par la diffusion de guides pédagogiques consacrés à des thèmes comme l'orientation sexuelle, le sexisme ordinaire ou le handicap en entreprise.

La réalité du Groupe est à la hauteur de ses engagements : le nombre de travailleurs en situation de handicap a augmenté de près de 5%, 39% des

salariés ont moins de 30 ans, la part de femmes dans l'encadrement de toutes les entités est passée de 35% en 2015 à 38% en 2017. De fait, Casino est le premier groupe de distribution à avoir obtenu, dès 2009, le Label Diversité, puis en 2013 le Label Égalité professionnelle.

RENFORCER L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

Signataire des Women's Empowerment Principles portés par ONU Femmes et du Manifeste pour la mixité élaboré par le réseau interne C' avec elles, le Groupe renforce l'égalité professionnelle avec des mesures concrètes : formations sur le sexisme, actions pour l'égalité des salaires, gestion des carrières... Par ailleurs, toutes ses filiales françaises ont pris part en 2017 aux journées d'action Orange Day contre les violences faites aux femmes. Une mobilisation saluée par la Secrétaire d'Etat chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes, qui a remis à Franprix le prix « Orange Day Champion ».



— La culture d'innovation sociale se diffuse chez GPA. À l'occasion de la Semaine de la diversité, événement organisé pour la première fois en 2017, GPA a signé les Women Empowerment Principles (WEPs) portés par ONU Femmes et les 10 Engagements de l'entreprise pour les droits des LGBT.

ENGAGEMENT CITOYEN

Les collaborateurs se mobilisent au service du bien commun

Prolongement naturel du programme de bénévolat de compétences lancé en 2016 par la Fondation Casino, le Prix de l'engagement citoyen a été organisé pour la première fois cette année en partenariat avec l'Institut de l'engagement, distinguant les initiatives solidaires de collaborateurs. Le Groupe porte également la démarche « Aidons les aidants », dispositif qui permet aux collaborateurs d'offrir des jours de repos à ceux qui accompagnent un de leurs proches dans la maladie ou la dépendance. 354 jours de congés ont été offerts par les collaborateurs en 2017, auxquels le Groupe a ajouté 200 jours. Décidé à encourager l'engagement sous toutes ses formes, le Groupe renforce également son soutien à ses collaborateurs réservistes militaires avec de nouvelles mesures favorables au volontariat.



3 QUESTIONS À **Marie Even**

Secrétaire générale de Cdiscount

Pourquoi Cdiscount s'engage sur le sujet de l'égalité professionnelle ?

Nous sommes mobilisés, comme l'ensemble du Groupe, pour lutter contre toutes les formes de discriminations. Cdiscount est un acteur majeur du numérique, écosystème assez masculin et porteur de grandes perspectives d'avenir économique. Il est de notre responsabilité de faire en sorte que les femmes participent et bénéficient pleinement de l'essor de ce secteur. C'est une question d'égalité mais aussi de performance de l'entreprise.

Quelles sont les grandes avancées cette année ?

En 2017, 42% des cadres recrutés en CDI sont des femmes et près de 60% des promotions au statut de cadre ont concerné des femmes. Derrière ces chiffres, il y a une politique volontariste menée par la Direction des Ressources humaines et l'engagement de nos collaborateurs.

Et demain, comment aller plus loin ?

Cdiscount continue à avancer en matière de parentalité, pour les femmes comme pour les hommes, et s'est engagé à avoir un comité de direction paritaire dès 2020.

Transmettre les savoir-faire

Bien faire notre métier, c'est redonner toute leur place aux professionnels qui travaillent les produits. Visite en images des écoles de formations internes, où se transmettent les savoir-faire traditionnels.



— Les rayons-école de Casino Supermarchés assurent la formation continue des équipes. Objectif : renforcer l'expertise des métiers de bouche et cultiver le goût du produit, des jeunes recrues jusqu'aux directeurs.



— En Colombie, les magasins Carulla se sont dotés d'une école interne spécialisée pour former les collaborateurs de ses nouveaux rayons de boulangerie traditionnelle.



— Adossée à un magasin, l'Ecole Formation Métier Vival de Saint-Étienne dispense aux franchisés et collaborateurs de l'enseigne une formation à la fois pratique et théorique.



— Savoir-faire et savoir-être sont au programme des formations de l'Académie Mandarine de Franprix, qui a accueilli plus de 1 600 collaborateurs en 2017.

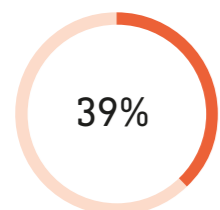


— Monoprix met en place à Paris un laboratoire pour assurer une formation de qualité à ses futurs bouchers, en partenariat avec le Centre européen des professions culinaires.

Cultiver la bienveillance

Veiller au bien-être des clients, c'est veiller au bien-être des équipes. Et réciproquement. C'est pourquoi le Groupe crée les conditions propices pour accueillir, encourager et écouter les collaborateurs.

7 400 alternants sont employés par les différentes entités du Groupe



des collaborateurs du Groupe ont moins de 30 ans

4 500 managers ont été formés au management bienveillant

Partout où il est implanté, le Groupe a fait du bien-être au travail une priorité. Et ce dès les premiers pas dans l'entreprise. Il mène ainsi une politique active pour faciliter l'intégration des jeunes et continue en particulier de développer l'alternance, voie d'excellence professionnalisante. Pendant que GPA au Brésil et Libertad en Argentine mettent en place des programmes d'accompagnement dédiés, plus de 7 400 apprentis et alternants sont désormais employés par les différentes entités du Groupe.

En France, pour valoriser leur talent et leur esprit d'initiative, Casino organise tous les ans un concours dont les prix sont remis lors de la Journée des apprentis. Pour la première fois cette année, un trophée des tuteurs bienveillants a été décerné, en référence à la démarche de sensibilisation au management bienveillant menée depuis 2014.

LIBERTÉ D'ACTION ET OPTIMISME

Le Groupe contribue au bien-être des collaborateurs en encourageant un exercice bienveillant de la responsabilité managériale. Plus de 4 500 managers, dont les équipes dirigeantes, ont déjà été formés à cette démarche inédite destinée à donner du sens et à cultiver la liberté d'action et l'optimisme.

Huit leviers du management bienveillant sont désormais au programme des parcours de formations managériales et du dispositif d'intégration des nouveaux collaborateurs. En parallèle, un réseau d'un millier de "bienveilleurs" s'est constitué en France : ils forment une véritable chaîne humaine, à l'écoute des collaborateurs pouvant être en difficulté pour les orienter vers les personnes capables d'apporter une aide.



Trophées du management bienveillant

Un dispositif qui vise à encourager et diffuser les meilleures pratiques managériales

Organisés pour la première fois en 2017, les trophées du management bienveillant mettent à l'honneur des initiatives imaginées et mises en œuvre par les managers pour assurer le bien-être et la motivation des collaborateurs. Objectif : renforcer l'appropriation des leviers du management bienveillant et faciliter le partage des bonnes pratiques. Sur les 70 projets présélectionnés, le Comité exécutif du Groupe a désigné 16 lauréats. Parmi les idées récompensées, les réunions "warm up" mises en place dans une équipe du siège encouragent le partage et l'initiative : elles permettent de se retrouver chaque lundi dans une ambiance conviviale, et de faire le point sur les dossiers, la répartition des tâches et les délais. Un autre projet lauréat, dans un magasin Franprix cette fois, favorise l'émulation : chacun à leur tour, les membres de l'équipe réalisent une animation commerciale d'une demi-journée. Désigné par les collaborateurs, le projet le plus réussi est récompensé.

Réduire notre empreinte

Afin de répondre au défi climatique, le Groupe est engagé dans une démarche environnementale qui vise à réduire sa consommation de ressources naturelles, à lutter contre la pollution et le gaspillage des matières premières, et à protéger les habitats naturels et la biodiversité.

+ 8%
d'électricité
renouvelable produite

- 2%
de consommation
électrique des
magasins en 2017

Les engagements du Groupe en matière d'environnement sont aujourd'hui ancrés dans les pratiques : ses enseignes ont pleinement intégré la stratégie bas carbone, en réduisant les émissions de gaz à effet de serre liées à leurs activités. Pour limiter les fuites de fluides réfrigérants, elles s'attellent au renforcement de l'étanchéité des circuits des installations et déploient de nouveaux équipements qui fonctionnent aux fluides naturels. Côté transports, la modernisation des flottes de véhicules se poursuit, pour évoluer vers des carburants moins polluants comme le GNV ou le biométhane, et les modes de transport alternatifs sont privilégiés, comme le fluvial pour Franprix.

EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

La maîtrise de la consommation électrique des magasins est une des priorités du Groupe. Elle passe notamment par la mise en place de portes sur les meubles froids, l'installation de systèmes d'éclairage et de climatisation à basse consommation, et

le déploiement de centrales solaires. La nouvelle centrale photovoltaïque installée sur 8 000 m² de toitures du magasin Assai de Goiânia, plus grande installation photovoltaïque urbaine au Brésil, permet de couvrir la consommation d'énergie des systèmes de climatisation et d'éclairage.

Réduire son empreinte, c'est aussi valoriser les déchets générés par les magasins et collecter les produits recyclés des clients, en soutenant les filières de recyclage locales, et lutter contre le gaspillage alimentaire. Les enseignes travaillent avec des acteurs de l'économie solidaire, comme Phénix pour Franprix ou Eqosphère pour Leader Price, qui collectent quotidiennement les produits à Date Limite de Consommation courte pour les redistribuer à des associations locales. En parallèle, elles améliorent leurs process pour limiter la casse et sensibilisent régulièrement collaborateurs et clients aux enjeux du gaspillage.

—



— Depuis 2007, grâce à l'expertise de sa filiale GreenYellow, le groupe Casino a installé 65 centrales solaires sur les toits des magasins et les ombrières des parkings et exploite 15 centrales en autoconsommation.



— En signant le "manifeste du Cerrado", le Groupe s'engage à préserver les zones de végétation indigène de cette région brésilienne menacée.

Lutte contre la déforestation

Les enseignes latino-américaines du Groupe multiplient les initiatives pour ralentir la déforestation et préserver la biodiversité. 2017 a été marquée par des avancées concrètes.

1. ACHAT DE VIANDES BOVINES — Pour lutter contre la déforestation de l'Amazonie due à l'élevage, GPA déploie une politique d'achat responsable de viande bovine élaborée en partenariat avec l'ONG The Forest Trust. Un audit complet des fournisseurs a été réalisé.

2. ÉLEVAGE CERTIFIÉ DURABLE — Carulla commercialise en exclusivité la viande issue du premier élevage de bétail de Colombie certifié durable. Le label Rainforest Alliance Certified vise à promouvoir les bonnes pratiques agricoles pour préserver la biodiversité et protéger les populations locales.

3. MANIFESTE DU CERRADO — Le groupe Casino signe un manifeste pour protéger la région brésilienne du Cerrado, un des écosystèmes les plus riches au monde avec plus de 160 000 espèces de plantes et animaux.

EN RAYON



Après les œufs, la baguette et le lait, **Monoprix** continue de substituer des produits responsables aux produits conventionnels, sans augmenter les prix. L'enseigne distribuée désormais dans ses magasins une seule référence de banane : une banane bio et équitable labellisée Max Havelaar.

Aider les autres

Proches de leurs clients, les enseignes contribuent au développement des territoires et au bien-être de leurs communautés en venant en aide aux populations les plus fragiles. Leurs actions sont structurées par les quatre fondations du Groupe, prioritairement en faveur de l'enfance.

+ 29%

d'augmentation des dons alimentaires par les magasins et entrepôts du Groupe, soit un total de 41 millions de repas

10 000

collaborateurs volontaires de GPA ont pris part au Dia de Solidariedade en 2017

L'alimentation est au cœur de l'objet social du groupe Casino.

Ses enseignes sont toujours plus nombreuses à organiser la collecte quotidienne des denrées périssables au bénéfice des associations locales. Elles prennent largement part aux grandes opérations nationales menées auprès des clients avec les Banques alimentaires en France, en Colombie, en Argentine ou encore au Brésil, où les clients de paodeacucar.com ont également la possibilité d'offrir en ligne des paniers alimentaires pour l'association Amigos do Bem.

En parallèle, les enseignes imaginent des opérations de solidarité pour soutenir les associations locales, notamment via l'arrondi en caisse, système de micro-dons déployé en France, par exemple chez Naturalia, et au Brésil. En 2017, les collaborateurs des magasins GPA participants ont pu choisir les associations bénéficiaires des 50 000 euros de dons collectés. Et en Colombie, 611 000 repas de Noël ont été offerts à des enfants dans le cadre des actions de la Fondation Éxito.

INSERTION DES JEUNES

Employeur majeur en Colombie, au Brésil et en France, le Groupe s'engage pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes défavorisés. Au Brésil, l'Instituto GPA cofinance le centre NATA (Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos) qui forme aux métiers de la boulangerie et du lait, et soutient le programme de bourses au mérite de la Fondation Getulio Vargas.

En France, le Groupe multiplie les partenariats en faveur de l'insertion des jeunes notamment avec Sport dans la Ville, avec Le Réseau qui accompagne les collégiens dans leur orientation professionnelle, et avec Nos quartiers ont des talents, qui parraine de jeunes créateurs d'entreprise. Il valorise par ailleurs les parcours civiques avec l'Institut de l'engagement. Enfin, le Groupe s'est associé à la Mairie de Paris dans le cadre du programme 1000 parrains pour 1000 emplois, qui a mobilisé 60 collaborateurs volontaires.

—



— L'Instituto GPA agit pour l'éducation des jeunes défavorisés. Outre son soutien à la formation professionnelle, il a permis en 15 ans à 15 500 jeunes de suivre le programme de formation musicale Musica & Orquestra, et de se produire à l'international.



— La Fondation Casino prévient l'exclusion culturelle des enfants en soutenant l'éducation par le théâtre à travers son programme "Artistes à l'école", qui permet à 2 000 élèves de bénéficier pendant deux ans d'un parcours d'éducation artistique de qualité.



— La Fondation Monoprix accompagne des projets qui tissent de nouvelles solidarités urbaines, favorisant l'accès aux biens de première nécessité et luttant contre la solitude. Ici, le programme Intergénéreux d'Unis Cité en faveur des personnes âgées isolées.



— La Fondation Éxito lutte contre la malnutrition infantile à travers le programme Gen Cero, qui fédère les initiatives publiques et privées pour éradiquer la malnutrition infantile à l'horizon 2030. Plus de 50 000 enfants colombiens en ont bénéficié en 2017.

Gouvernance, RSE : un modèle solide et durable



—Elu par l'assemblée générale des actionnaires, le Conseil d'administration du Groupe sera paritaire à compter de 2018.



—Promouvoir la diversité et l'égalité professionnelle, c'est renforcer la motivation et la performance des équipes.

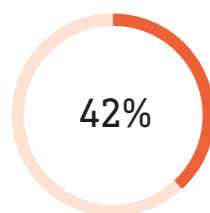


—Les enseignes qualitatives sont un des principaux piliers de la rentabilité du Groupe.

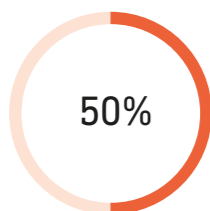
GOUVERNANCE

Le Conseil d'administration

À l'issue de l'assemblée générale du 15 mai 2018¹, le Conseil d'administration sera composé de douze administrateurs élus par l'Assemblée générale et d'un administrateur représentant les salariés.



42%
des membres du Conseil d'administration sont indépendants³



50%
des administrateurs sont des femmes³

Jean-Charles Naouri

Président-directeur général.

Nathalie Andrieux

Directrice générale de la société Geolid.
Administratrice indépendante.

Diane Coliche

Représentante de la société Matignon-Diderot.
Directrice financière de la société Monoprix.

Gilbert Delahaye

Directeur de projets transverses RSE de la société Casino Services.
Administrateur représentant les salariés.

Jacques Dumas

Représentant de la société Euris ;
Conseiller du Président de la société Casino et Directeur général adjoint de la société Euris.

Christiane Féral-Schuhl

Avocate Associée.
Administratrice indépendante.

Laure Hauseux

Administratrice indépendante de sociétés.
Administratrice indépendante.

Lady Sylvia Jay

Administratrice indépendante de sociétés.
Administratrice indépendante.

Didier Lévêque

Représentant de la société Finatis.
Secrétaire général de la société Euris et Président-directeur général de la société Finatis.

Catherine Lucet

Directrice générale du Pôle Éducation et Référence du groupe Editis.
*Administratrice indépendante*².

David de Rothschild

Gérant de la société Rothschild et Cie Banque et Associé-gérant de la société Rothschild et Cie.

Frédéric Saint-Geours

Président du Conseil de surveillance de la SNCF.

Michel Savart

Représentant de la société Foncière Euris.
Conseiller du Président au sein du groupe Rallye-Casino et Président-directeur général de la société Foncière Euris.

Henri Giscard d'Estaing

Président de la société Club Med.
Censeur.

Gilles Pinoncély

Administrateur de sociétés.
Censeur.

Gérald de Roquemaurel

Gérant de BGR Partners.
Censeur.

Kareen Ceintre

Secrétaire du Conseil d'administration.

¹ Sous réserve de l'approbation des renouvellements et nominations proposés.

² Nommée administratrice référente à l'issue de l'Assemblée générale.

³ Hors prise en compte de l'administrateur salariés conformément au Code Afep-Medef ou à la loi selon le cas

Fonctionnement du Conseil d'administration

Les règles et modalités de fonctionnement du Conseil d'administration sont définies par la loi, les statuts de la Société et le règlement intérieur du Conseil. Elles sont détaillées dans le document de référence du Groupe 2017 déposé auprès de l'AMF.

La durée des fonctions des administrateurs est de trois ans. Conformément aux statuts de la Société et au Code Afep-Medef, le Conseil est renouvelé en partie chaque année. Ainsi, les mandats de Mesdames Nathalie Andrieux, Sylvia Jay et Catherine Lucet et de la société Finatis viennent à échéance à l'issue de l'Assemblée générale annuelle convoquée le 15 mai 2018.

Le Conseil d'administration veille à appliquer les principes du Code Afep-Medef concernant sa composition. Avec l'aide de ses Comités spécialisés, il évalue périodiquement sa structure et sa composition de même que celles de ses Comités. Les nouvelles candidatures comme les propositions de renouvellement soumises à l'Assemblée des actionnaires prennent en compte les conclusions ressortant de l'évaluation du fonctionnement du Conseil et font l'objet de recommandations du Comité des nominations et des rémunérations. La représentation des salariés au sein du Conseil est également organisée conformément aux dispositions légales et aux statuts de la Société. Le Conseil poursuit les objectifs de maintenir la diversité et la complémentarité des compétences techniques et des expériences, la représentation équilibrée des femmes et des hommes et une proportion d'administrateurs indépendants supérieure au seuil du tiers préconisé par le Code

Afep-Medef pour les sociétés ayant un actionnaire de contrôle, ce qui est le cas de la Société.

Les renouvellements et nominations sont proposés afin de maintenir ou d'atteindre ces équilibres et disposer d'un ensemble de compétences en adéquation avec les activités du Groupe et sa stratégie de développement.

Le Conseil d'administration a jugé que sa taille était appropriée. Suivant la recommandation du Comité des nominations et des rémunérations, le Conseil propose ainsi à l'Assemblée générale, convoquée le 15 mai 2018, de renouveler les mandats de Mesdames Nathalie Andrieux, Sylvia Jay et Catherine Lucet et de la société Finatis, représentée par Monsieur Didier Lévêque.

Il est également proposé à l'Assemblée générale, la nomination d'une nouvelle administratrice, Madame Laure Hauseux, dont l'expérience et les expertises sont adaptées aux activités de la Société, et qui succèdera à Monsieur Gérald de Roquemaurel dont la nomination en qualité de censeur est proposée à l'Assemblée.

Le Comité des nominations et des rémunérations a également procédé dans le cadre des missions qui lui sont confiées, à l'examen annuel de la situation d'indépendance de chaque administrateur dans la

composition du Conseil qui résultera de l'Assemblée générale du 15 mai 2018 (si toutes les propositions sont approuvées par l'Assemblée générale).

Ainsi, le Conseil resterait composé de treize administrateurs comprenant douze administrateurs élus par l'Assemblée générale et un administrateur représentant les salariés. Il comprendrait cinq administrateurs indépendants (42%) et six femmes (50%).

Cinq membres répondent complètement aux critères d'indépendance du Code Afep-Medef : Mesdames Nathalie Andrieux, Christiane Féral-Schuhl, Sylvia Jay, et Catherine Lucet. Il en est de même de Madame Laure Hauseux.

Le Conseil comprendrait également deux autres personnalités extérieures qualifiées, non indépendantes, Monsieur David de Rothschild et Monsieur Frédéric Saint-Geours, qui perd sa qualité d'administrateur indépendant à l'issue de l'Assemblée en application du critère d'ancienneté de 12 ans du Code Afep-Medef.

Les administrateurs représentants de l'actionnaire de contrôle resteraient au nombre de cinq : Messieurs Jean-Charles Naouri, Président-directeur général, Jacques Dumas, Didier Lévêque, Michel Savart et Madame Diane Coliche.

Monsieur Gilbert Delahaye, administrateur représentant les salariés, désigné en mai 2017 par l'organisation syndicale la plus représentative, et ayant rejoint le Conseil, n'est pas pris en compte pour le calcul du taux d'indépendance en application du Code Afep-Medef et de la parité hommes-femmes conformément à la loi.

ADMINISTRATEUR RÉFÉRENT

Le Conseil d'administration, suivant la proposition du Président et conformément aux recommandations, a désigné, dès 2012, un administrateur référent indépendant en vue de veiller à la bonne gouvernance

dans l'exercice respectif des fonctions unifiées de Président du Conseil d'administration et de Directeur général. Cette fonction, exercée par Monsieur Frédéric Saint-Geours depuis le 7 juillet 2015, serait confiée à Madame Catherine Lucet à l'issue de l'Assemblée générale du 15 mai 2018.

Lors du point annuel sur le fonctionnement du Conseil au cours de l'exercice 2017, il est à nouveau ressorti des appréciations et observations que l'organisation et le fonctionnement du Conseil sont satisfaisants à l'égard tant de l'éthique que des principes de gouvernement d'entreprise.

Chiffres clés 2017

10 réunions

95% taux de présence

1 réunion déplacée sur une implantation commerciale du Groupe

Les comités

Fin 2017, le Conseil d'administration a souhaité élargir les attributions de son Comité de gouvernance dans le domaine de la responsabilité sociétale d'entreprise, ce Comité étant désormais dénommé Comité gouvernance et RSE.

Le Conseil d'administration s'appuie sur les travaux de trois comités spécialisés : le Comité d'audit, le Comité des nominations et des rémunérations et le Comité gouvernance et RSE. Le Président-directeur général n'est membre d'aucun Comité.

Sous réserve des renouvellements et de la nomination proposés à l'Assemblée générale du 15 mai 2018, la composition des Comités sera amenée à évoluer à l'issue de l'Assemblée.

COMITÉ D'AUDIT

A l'issue de l'Assemblée, le Comité d'audit serait ainsi composé : Monsieur Frédéric Saint-Geours (Président) et Mesdames Laure Hauseux et Catherine Lucet, administratrices indépendantes. Antérieurement, il était composé de trois

membres indépendants : Madame Catherine Lucet (Présidente), Messieurs Frédéric Saint-Geours et Gérald de Roquemaurel.

Tous les membres du Comité d'audit exercent ou ont exercé des fonctions de dirigeant d'entreprise et disposent, à ce titre, de la compétence financière ou comptable visée par l'article L 823-19 du Code de commerce. Le Comité d'audit apporte son assistance au Conseil d'administration dans sa mission relative à l'examen et l'arrêté des comptes annuels et semestriels ainsi qu'à l'occasion de toute opération, de tout fait ou événement pouvant avoir un impact significatif sur la situation de la société Casino, Guichard-Perrachon ou de ses filiales en termes d'engagement et/ou de risque. À ce titre et conformément à l'article L 823-19 du Code

de commerce, il assure le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations comptables et financières. Ainsi, il est notamment chargé d'assurer le suivi de l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, du contrôle légal des comptes annuels et consolidés par les Commissaires aux comptes et de l'indépendance de ces derniers. Depuis 2015, dans une démarche de bonne gouvernance, l'examen préalable à leur conclusion des conventions significatives avec les parties liées lui a été confié afin de renforcer l'identification et la gestion des conflits d'intérêts potentiels.

Le Comité d'audit est doté d'une charte d'organisation et de fonctionnement venue confirmer ses pouvoirs et attributions au regard notamment de l'analyse des risques, de la détection et de la prévention des anomalies de gestion et de la procédure d'examen des conventions avec les parties liées.

Au cours de l'année 2017, le Comité d'audit s'est réuni à six reprises avec un taux de participation de 100%.

COMITÉ DES NOMINATIONS ET DES RÉMUNÉRATIONS

A l'issue de l'Assemblée, le Comité des nominations et des rémunérations serait composé de quatre membres : Mesdames Nathalie Andrieux (Présidente) et Sylvia Jay, administratrices indépendantes, Monsieur Gilbert Delahaye, administrateur représentant les salariés, et Monsieur David de Rothschild. Comme précédemment, il comprendrait une majorité d'indépendants au sens du Code Afep-Medef. Antérieurement, il était ainsi composé : Monsieur Gérald de Roquemaurel (Président) et Madame Nathalie Andrieux, administrateurs indépendants, Monsieur Jacques Dumas et Monsieur Gilbert Delahaye, administrateur représentant les salariés.

Le Comité des nominations et des rémunérations est notamment chargé d'assister le Conseil d'administration concernant l'examen des candidatures aux fonctions de Direction générale et la sélection des futurs administrateurs, la situation d'indépendance des administrateurs, la détermination et le contrôle de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux, l'attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions de la Société ou l'attribution gratuite d'actions ainsi que la mise en place de plans d'actionnariat salarié. Le Comité des nominations et des rémunérations a également établi une charte, approuvée par le Conseil d'administration, venue confirmer ses pouvoirs et attributions.

Au cours de l'année 2017, le Comité des nominations et des rémunérations s'est réuni à cinq reprises avec un taux de participation de 100%.

COMITÉ GOUVERNANCE ET RSE

A l'issue de l'Assemblée, le Comité gouvernance et RSE serait composé de quatre membres dont trois membres indépendants : Mesdames Catherine Lucet (Présidente et administratrice référente), Nathalie Andrieux et Christiane Féral-Schuhl, administratrices indépendantes, et Monsieur Frédéric Saint-Geours. Antérieurement, il était ainsi composé : Monsieur Frédéric Saint-Geours (Président et administrateur référent) et Madame Sylvia Jay, administrateurs indépendants, et Monsieur David de Rothschild.

Les missions du Comité ont été définies en cohérence avec celles des deux autres Comités. Dans le domaine de la gouvernance, il assiste le Conseil dans la mise en place et l'application des règles et des meilleures pratiques de gouvernance. Il est également chargé du suivi des sujets relatifs à la déontologie applicable aux administrateurs, de l'évaluation du fonctionnement du Conseil et de la gestion des

conflits d'intérêts. Il examine régulièrement la structure, la taille et la composition du Conseil.

Dans le domaine de la RSE, ses missions ont été élargies à compter du 15 décembre 2017. Il est ainsi notamment chargé d'examiner, en lien avec la stratégie du Groupe, les engagements et les politiques du Groupe en matière d'éthique et de responsabilité sociale, environnementale et sociétale d'entreprise, la mise en œuvre de ces politiques et leurs résultats. Dans ce cadre, il s'assure, en lien avec le Comité d'audit, de l'existence de dispositifs d'identification et de gestion des principaux risques liés à ces sujets et de la conformité avec les dispositifs légaux et réglementaires. Il analyse la participation du Groupe dans les indices extra-financiers. Il examine l'information communiquée annuellement dans le rapport de gestion au titre de l'information extra-financière.

Les règles d'organisation et de fonctionnement du Comité sont regroupées dans une charte spécifique qui a été approuvée par le Conseil d'administration.

Au cours de l'année 2017, le Comité de gouvernance s'est réuni à trois reprises. Le taux de participation a été de 100 %.

RESPONSABILITÉ

La démarche RSE, un levier de croissance



Depuis plus de 25 ans, le groupe Casino place le service du bien commun au cœur de ses priorités. Conscient que son activité doit bénéficier à l'ensemble de ses parties prenantes et impacter positivement son environnement, le Groupe entend également répondre aux attentes croissantes des consommateurs et des citoyens vis-à-vis des entreprises.

Loin d'être une contrainte, la démarche de responsabilité sociale et environnementale du Groupe représente de fait un formidable levier de croissance pour renforcer la motivation et l'engagement des collaborateurs, accroître la compétitivité, attirer les talents et favoriser les relations de confiance et de long terme avec ses parties prenantes.

DES ACTIONS CONCRÈTES ET RECONNUES

Dès 2011, la démarche RSE a été structurée autour de cinq domaines de responsabilité, déclinés chacun en plans d'actions et évalués tous les ans en interne comme en externe. Soutenus au plus haut niveau, ces plans d'actions sont mis en œuvre concrètement par les enseignes et intègrent toutes les activités de l'entreprise, des achats à l'exploitation en passant par la logistique ou les marques propres.

L'engagement fondateur du Groupe en faveur de toutes les diversités, rappelé par sa signature « Nourrir un monde de diversité », est reconnu de longue date. Dès 2009, Casino était le premier groupe de distribution à obtenir le Label Diversité, puis en 2013 le Label Égalité.

UN ENGAGEMENT À TOUS LES NIVEAUX DE L'ENTREPRISE

Diffusée à travers un vaste dispositif de formation (voir encadré), la démarche RSE est soutenue au plus haut niveau du Groupe et se déploie à tous les échelons. Pour 2018, la décision a été prise de conditionner 5% de la rémunération variable des cadres du Groupe, en France comme au Brésil et en Colombie, à la réalisation de performances RSE prédéfinies et quantifiables. Une mesure qui concerne également les membres du Comité exécutif du Groupe.

Formation RSE : socle commun et enjeux métiers

Le Groupe s'appuie sur ses centres de formation internes pour sensibiliser les collaborateurs à la lutte contre les discriminations, au management bienveillant ou encore au dialogue responsable avec les élus locaux. À ce socle commun viennent s'ajouter des modules spécifiques qui intègrent les enjeux RSE des métiers. À titre d'exemples, la formation des chefs de rayons Marée prend ainsi en compte les enjeux de la pêche durable et celle des directeurs de restaurant traite de l'impact nutritionnel des produits ou du gaspillage alimentaire.

Une reconnaissance par des indices de référence

La présence du Groupe dans les indices extra-financiers, 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. En 2017, le Groupe est présent dans les indices ci-dessous.



LES 15 AXES PRIORITAIRES DE LA DÉMARCHE DE PROGRÈS "ESPRIT RSE"

EMPLOYEUR ENGAGÉ

- Promouvoir la diversité
- Faciliter l'insertion professionnelle des jeunes
- Favoriser l'évolution des collaborateurs
- Agir pour la santé et le bien-être au travail

GROUPE MOBILISÉ POUR L'ENVIRONNEMENT

- Réduire les émissions de gaz à effet de serre
- Améliorer l'efficacité énergétique
- Limiter et valoriser les déchets

COMMERÇANT RESPONSABLE

- Agir pour la santé des consommateurs
- Encourager une consommation respectueuse de l'environnement et de la biodiversité
- Lutter contre le gaspillage alimentaire

ACTEUR LOCAL SOLIDAIRE

- Développer l'action des fondations
- Développer les partenariats de solidarité

PARTENAIRE DE CONFIANCE

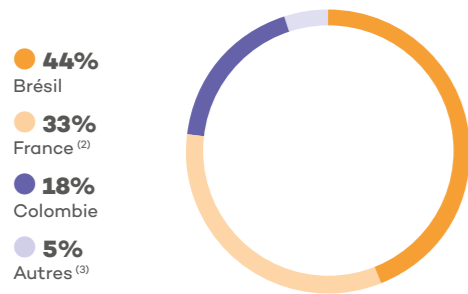
- Renforcer la démarche d'éthique sociale
- Soutenir les filières de production locale
- Favoriser les démarches RSE des fournisseurs

RESPONSABILITÉ

Suivi des performances RSE

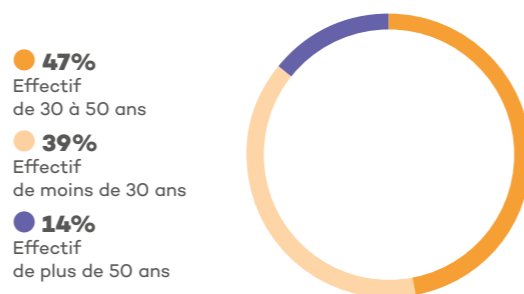
Employeur engagé

Répartition de l'effectif Groupe par pays ⁽¹⁾



77% des effectifs du Groupe sont situés en France et au Brésil.

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



Engagé en faveur de l'intégration professionnelle des jeunes, le Groupe compte plus de 86 970 collaborateurs de moins de 30 ans.

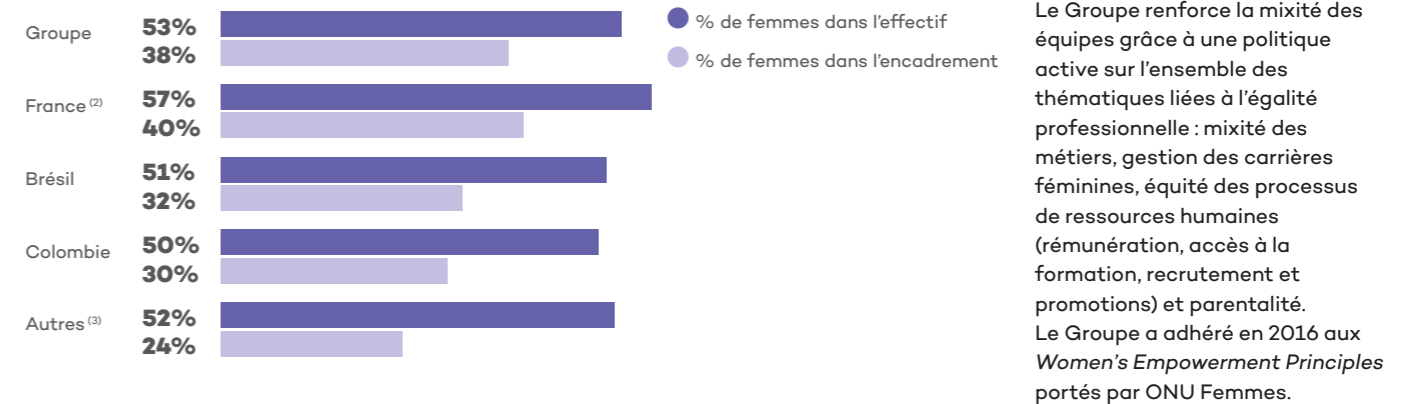
Répartition de l'effectif CDI / CDD ⁽¹⁾



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



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



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



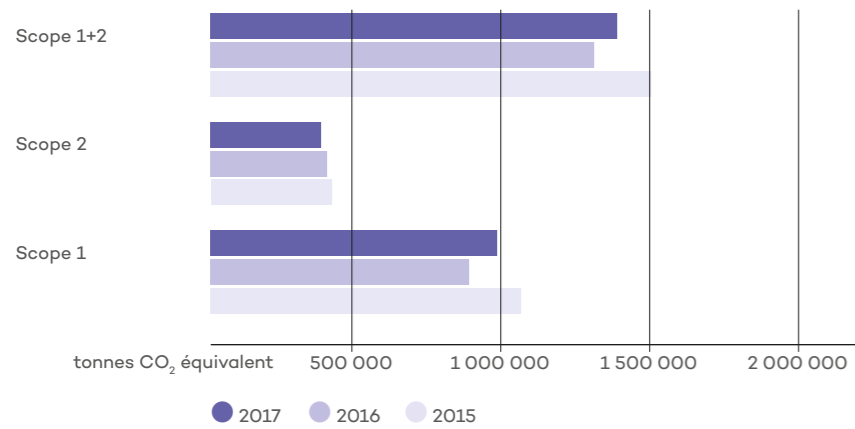
⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2017.

⁽²⁾ France : Casino, Franprix, Leader Price, Monoprix, Cdiscount, Vindémia.

⁽³⁾ Libertad (Argentine), Disco et Devoto (Uruguay).

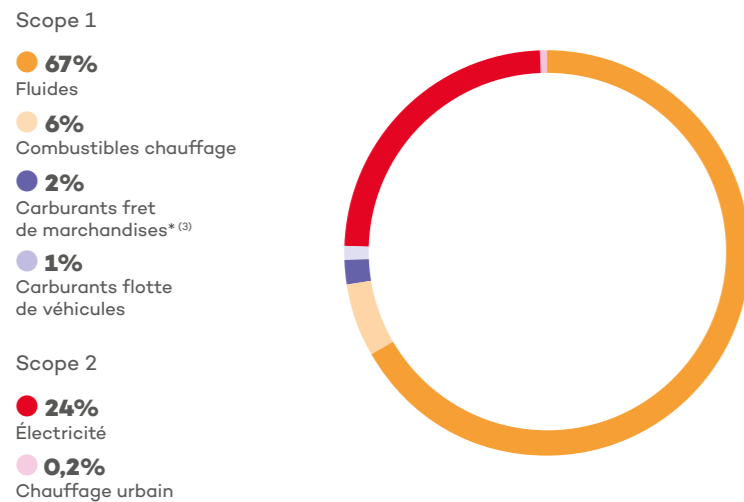
Groupe mobilisé pour l'environnement

Evolution des émissions de gaz à effet de serre en valeur absolue ⁽¹⁾



En 2017, la valeur absolue des émissions (scope 1 + scope 2) a diminué de 7% par rapport à 2015 à périmètre équivalent. Pour atteindre ce résultat, les magasins ont réduit leurs émissions de 8% sur leur scope 1 et de 6% sur leur scope 2.

Emissions de gaz à effet de serre par source ⁽²⁾



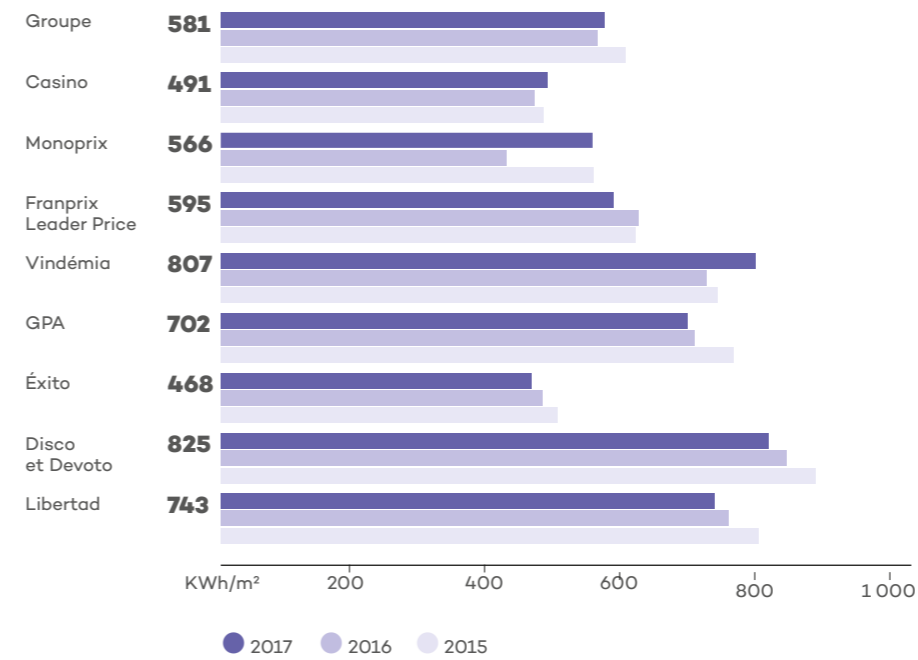
En 2017, le profil d'émission du Groupe est relativement stable. Les émissions associées aux consommations en fluides frigorigènes et en électricité représentent 91% des émissions de gaz à effet de serre scope 1 + scope 2.

⁽¹⁾ Hors émissions directes fugitives de Franprix et Éxito.

⁽²⁾ Hors Éxito et Franprix.

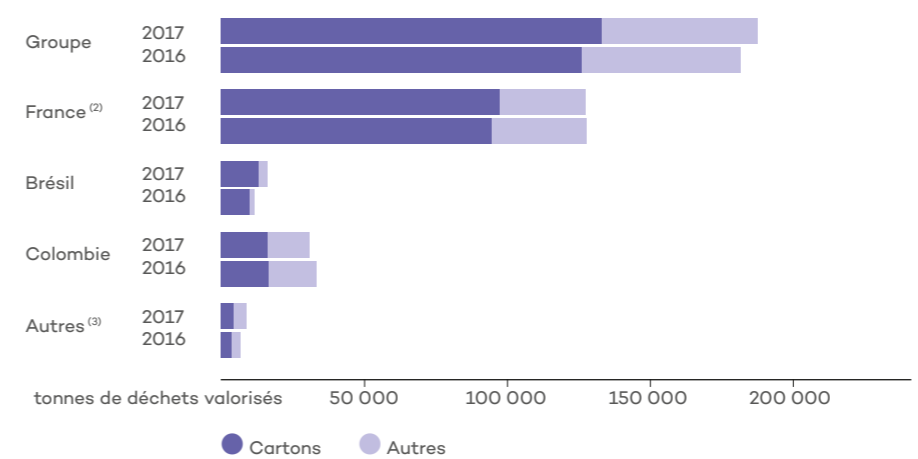
⁽³⁾ Concerne les transports sous contrôle opérationnel pour le segment logistique entrepôts à magasins.

Evolution de l'efficacité énergétique par entité du Groupe en kWh/m²



Les améliorations constatées entre 2016 et 2017 en Amérique latine sont dues à la poursuite du déploiement des contrats de performance énergétique dans tous les pays et à la mise en œuvre d'un management de l'énergie conforme aux recommandations de l'ISO 50001. L'intensité électrique moyenne en Amérique latine a ainsi diminué de 2% entre 2016 et 2017.

Evolution de la masse de déchets valorisés ⁽¹⁾ à périmètre comparable



A périmètre comparable, la masse de déchets triés par les magasins pour être valorisée a légèrement augmenté en 2017. Sur les 3 dernières années, les actions déployées ont permis d'augmenter de 5% la masse de déchets collectés pour valorisation.

⁽¹⁾ Hors Multivarejo et Vindémia.

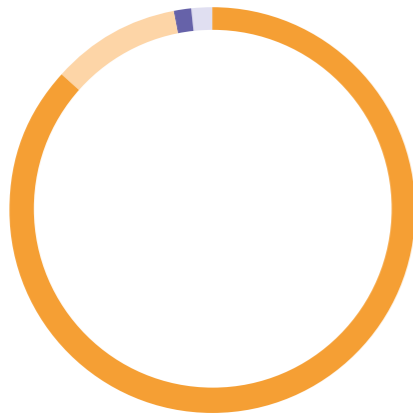
⁽²⁾ France : Casino, Franprix, Leader Price, Monoprix, Cdiscount.

⁽³⁾ Libertad (Argentine), Disco et Devoto (Uruguay).

Commerçant responsable

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

- **23 148**
France⁽²⁾
- **2 725**
Brésil
- **422**
Colombie
- **392**
Autres⁽³⁾



Le groupe Casino commercialise dans ses magasins plus de 26 680 produits certifiés responsables, soit une augmentation de 36% par rapport à 2016. Il propose notamment une large gamme de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique avec plus de 17 420 produits commercialisés dans les magasins du Groupe, soit une hausse de 26% par rapport à 2016.

Acteur local engagé

Dons de marchandises alimentaires en équivalent repas

- France
- Brésil
- Colombie
- Autres⁽⁴⁾

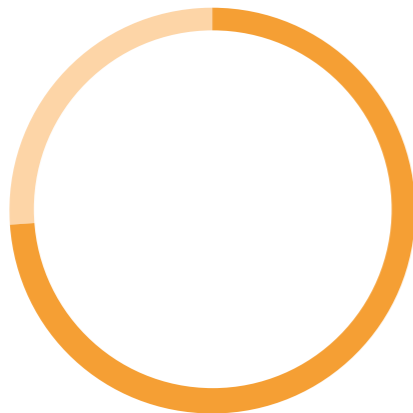


En 2017, 20 800 tonnes de produits, soit l'équivalent de plus de 41 millions de repas (29% de plus qu'en 2016), sont apportées par le Groupe aux réseaux des Banques alimentaires ou autres structures d'intérêt général équivalentes (dons des magasins et entrepôts).

Partenaire de confiance

Répartition des audits sociaux ICS réalisés par le Groupe

- **74%**
Audits initiaux
- **26%**
Audits de suivi



En 2017, 1 245 audits ICS (Initiative Clause Sociale) ont été validés portant sur des usines utilisées par les fournisseurs du Groupe, dont 71% menés directement par le Groupe. Sur les 885 audits menés en 2017, 74% sont des audits initiaux et 26% des audits de suivi. 59% des usines auditées par le Groupe sont situées en Chine, 9% au Bangladesh et 3% en Inde.

⁽¹⁾ Produits issus de l'agriculture biologique, produits DHP biologiques ou écologiques, produits issus du commerce équitable, produits certifiés attestant une démarche de progrès environnemental labellisés notamment MSC, NF Environnement, FSC, PEFC, Paper by Nature, OK Compost home, Ecolabel européen, Ecofert.

⁽²⁾ Offre produits des enseignes Casino, Monoprix/Naturalia, Franprix, Leader Price, Cdiscount et Vindémia.

⁽³⁾ Offre produits des enseignes Libertad (Argentine), Disco et Devoto (Uruguay).

⁽⁴⁾ Libertad (Argentine), Disco et Devoto (Uruguay).

RESPONSABILITÉ

Principes et périmètre de reporting des informations extra-financières

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

Le périmètre dit "Groupe" intègre les données consolidées des entités françaises et internationales ; ces données s'entendent hors activités dites « abandonnées » en application de la norme IFRS5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil.

Des informations relatives à la démarche RSE du groupe Casino sont également présentes sur le site institutionnel du Groupe www.groupe-casino.fr et le Document de Référence 2017 qui apporte une information complémentaire sur les performances et les actions menées ainsi que sur la gouvernance mise en place, les méthodes et principes utilisés. Y figure l'avis du commissaire aux comptes sur les travaux de vérification menés en 2017. Cdiscount, GPA, Éxito, et Libertad communiquent des informations RSE dans leur rapport de gestion ou site internet. Le Groupe ainsi que ses filiales Libertad, GPA, Éxito, adhèrent au Pacte mondial des Nations Unies et élaborent également annuellement un Rapport de progrès RSE.

Table de correspondance avec le Pacte mondial des Nations Unies

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

PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

DROITS DE L'HOMME		pages
1.	Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans leur sphère d'influence	10, 11, 20, 21, 28, 29, 64, 65
2.	Veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme	42, 64, 65
NORMES DU TRAVAIL		
3.	Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association	46, 47, 57
4.	L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire	42, 61, 64, 65
5.	L'abolition effective du travail des enfants	42, 46, 47, 64, 65
6.	L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession	4, 7, 20, 21, 36 à 39, 46, 47, 49 à 54
ENVIRONNEMENT		
7.	Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement	6, 7, 12 à 17, 26, 27, 40, 41, 74 à 79
8.	À entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement	6, 7, 12 à 17, 26, 27, 40, 41, 74 à 79
9.	À favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement	26, 27, 40, 41, 74 à 76
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION		
10.	Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin	55, 68, 69

Indicateurs RSE

Unité	Groupe	France					Brésil	Colombie	Uruguay	Argentine	
		Casino	Cdiscount	Monoprix	FPLP	Vindémia	GPA	Éxito	Disco/Devoto	Libertad	
Employeur engagé											
Effectif au 31/12/17 ⁽¹⁾	Nombre	226 606	36 614	1 730	22 597	9 858	4 650	100 288	39 879	7 767	3 223
Effectif féminin	%	53%	58%	44%	60%	51%	48%	51%	50%	55%	46%
Effectif masculin	%	47%	42%	56%	40%	49%	52%	49%	50%	45%	54%
Effectif de moins de 30 ans	%	39%	23%	30%	35%	27%	27%	44%	45%	45%	22%
Effectif de 30 à 50 ans	%	47%	45%	63%	43%	56%	59%	47%	47%	42%	75%
Effectif de 50 ans et plus	%	14%	32%	7%	22%	17%	14%	9%	8%	13%	3%
Effectif en CDI	%	93%	92%	92%	93%	93%	91%	97%	87%	83%	97%
Effectif en temps complet	%	85%	71%	98%	71%	79%	89%	95%	82%	86%	57%
Pourcentage de femmes dans la population «cadre»	%	38%	35%	41%	51%	35%	36%	32%	30%	28%	17%
Nombre de travailleurs handicapés dans l'entreprise au 31/12/17	Nombre	7 465	3 024	45	866	106	134	3 062	158	43	27
Nombre d'embauches réalisées dans l'année en CDI	Nombre	45 016	5 139	352	6 714	1 244	281	28 177	1 637	1 324	148
Nombre de personnes recrutées de moins de 26 ans (CDI et CDD)	Nombre	55 688	10 531	152	10 721	2 115	748	15 709	13 816	1 763	133
Nombre d'accidents du travail avec arrêt d'au moins 1 jour	Nombre	8 134	1 907	75	1 227	1 145	228	1 246	1 607	529	170
Turnover annuel (CDI)	%	24%	15%	10%	28%	20%	9%	30%	22%	18%	7%
Nombre d'heures de formation par personne	Heures	19	6	17	4	7	5	21	43	4	15
Nombre de salariés en CDI promus dans l'année dans une catégorie supérieure	Nombre	15 716	382	63	711	500	157	7 779	5 086	996	42
Nombre annuel de réunions avec les représentants du personnel	Nombre	22 694	12 576	113	5 481	2 159	637	450	888	30	360
Commerçant responsable & Partenaire de confiance											
Nombre de produits dits «responsables certifiés» ⁽²⁾	Nombre	26 687	4 900	2 580	12 896	1 423	1 349	2 725	422	341	51
Nombre de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique (marques nationales et marques de distributeur)	Nombre	17 422	4 182	-	9 450	846	1 078	1 493	195	127	51
Dons de marchandises alimentaires	tonnes	20 800	7 531	-	3 086	2 488	2 189	1 953	1 864	1 591	98
Groupe mobilisé pour l'environnement											
Bilan gaz à effet de serre scope 1 ⁽³⁾	tCO ₂	988 843	287 188	3 328	99 821	70 857	19 704	440 419	4 922	34 375	28 229
Bilan gaz à effet de serre scope 2	tCO ₂	402 877	39 747	418	17 770	12 810	34 418	178 024	84 460	3 536	31 694
Electricité totale consommée	MWh	3 230 301	847 555	9 018	342 677	273 870	49 099	1 133 913	422 302	69 330	82 537
Electricité / m ² surface de vente	kWh/m ²	581	491	-	566	595	807	702	468	825	743
Consommation d'eau ⁽⁴⁾	m ³	4 738 153	967 967	21 292	250 964	231 187	44 798	2 584 747	180 070	217 895	239 233
Masse de déchets d'exploitation valorisés ⁽⁵⁾	tonnes	188 117	71 608	2 187	27 249	27 751	2 408	16 921	31 279	6 201	2 513
Taux de valorisation ⁽⁶⁾	%	54%	66%	75%	54%	53%	45%	31%	50%	-	-
Acteur local solidaire											
Montant versé au titre de la solidarité (dons et fondations)	Euros	84 696 413	23 537 452	125 737	13 065 904	8 678 207	6 737 561	12 138 207	14 826 065	5 253 851	333 429

Note : Les données Groupe s'entendent hors activités dites « abandonnées » en application de la norme IFRS5 à savoir Viavarejo et Cnova Brésil.

⁽¹⁾ Effectif : hors franchisés et locataires-gérants.

⁽²⁾ Produits à marques propres (MDD) et à marques nationales (MN) issus de l'agriculture biologique, produits DHP biologiques ou écologiques, produits issus du commerce équitable, produits certifiés attestant une démarche de progrès environnemental labellisés notamment MSC, NF Environnement, FSC, PEFC, Paper by Nature, OK Compost home, Ecolabel européen, Ecofert.

⁽³⁾ Les émissions de CO₂ scope 1 couvrent 87% du CA du Groupe (excluant les émissions directes fugitives de Franprix et Éxito).

⁽⁴⁾ La donnée Groupe couvre 96% du CA Groupe (hors Franprix).

⁽⁵⁾ La donnée Groupe couvre 81% du CA Groupe (hors Multivarejo).

⁽⁶⁾ Le taux de valorisation des déchets Groupe couvre 71% du CA Groupe.

Nos feuilles de route

Employeur engagé

Bilan 2017

PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

OBJECTIF 2017	
Déployer des actions pour promouvoir la diversité et lutter contre les discriminations Mesurer l'application de ces actions	
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe en France	<p>Afin de lutter contre les stéréotypes et les préjugés, le Groupe a poursuivi la promotion auprès de ses managers de plusieurs guides dont</p> <ul style="list-style-type: none"> - "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". - "L'Égalité Femmes/Hommes, Lutter contre le sexisme ordinaire". <p>Un nouveau guide sur "Le handicap en entreprise : vaincre les stéréotypes, agir au quotidien en faveur de l'emploi des personnes handicapées" a été réalisé en 2017.</p> <p>Des kits diversité reprenant l'ensemble des guides ont été distribués aux managers du Groupe et à chacun des établissements. Une brochure spécifique sur la discrimination liée aux origines a été distribuée avec les fiches de paie aux collaborateurs Casino et une campagne d'affichage a également été réalisée sur les sites administratifs et les magasins.</p> <p>Un guide Groupe "Communiquer sans clichés" spécifiquement adapté aux équipes marketing et communication a été élaboré en 2017 et sera diffusé en 2018.</p> <p>Un module "recruter sans discriminer" a été déployé en France auprès des personnes susceptibles d'être en situation de recrutement, notamment les équipes de ressources humaines et également l'encadrement magasin (soit plus de 4 700 personnes).</p> <p>En France, le Groupe a reçu, en 2017, quatre trophées LSA au titre de la diversité, remis par un jury composé de professionnels de la distribution et de l'agroalimentaire</p>
Monoprix	<p>Monoprix a signé un accord triennal relatif à la qualité de vie au travail et à la promotion de la diversité, le 30 mai 2017. Elle a déployé une campagne de communication auprès des collaborateurs et signé le "Pacte pour l'égalité de traitement des candidats dans l'accès à l'emploi quelles que soient leurs origines" en mars 2017.</p>
Casino Monoprix	<p>Un baromètre de perception de l'égalité des chances et de la diversité a été réalisé fin d'année 2017 au sein des entités Casino et Monoprix. Mené par un cabinet externe spécialisé (Kantar TNS-Sofres), auprès de 8 400 collaborateurs, il a pour objectifs notamment d'évaluer l'impact de l'engagement du Groupe auprès des collaborateurs, d'identifier les points forts et les faiblesses des dispositifs, de positionner l'entreprise par rapport à la moyenne nationale, et de mesurer les progrès au fil des années.</p>

GPA GPA a organisé, en 2017, la semaine de la diversité marquée par de nombreux évènements (formations, conférences, débats, enquêtes) autour du handicap, de la non-discrimination liée aux origines, des jeunes et des seniors, sur les sites administratifs, dans les magasins et les entrepôts. À cette occasion, un guide sur la diversité a été remis à 27 000 collaborateurs de GPA, 130 managers ont été formés à la discrimination dite “inconsciente” et plus de 1 000 personnes ont participé aux conférences organisées en magasin et en entrepôt.

GPA a déployé son guide pour une communication responsable à destination des équipes communication, marketing et formation rappelant les guidelines à appliquer afin de communiquer sans discriminer.

En 2017, GPA s’est publiquement engagé en signant les engagements du “Fórum de Empresas e Direitos LGBT”.

OBJECTIF 2017

Mettre en place des mesures d’accompagnement des collaborateurs

Casino Depuis 2011, le Groupe anime une démarche visant à accompagner et soutenir les collaborateurs aidants familiaux en offrant l’accès à une plateforme de conseils gratuite et confidentielle ou en organisant des conférences annuelles. Ce programme a permis, depuis sa création, le don de plus de 2 130 jours de repos au titre du plan congé de l’aidant familial qui ont bénéficié à 220 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. En 2017, des ateliers “Aidons les parents” et des conférences comme “être aidant familial et prendre soin de soi” ont été organisés afin de rappeler aux salariés aidants les relais existants et les dispositifs prévus par le Groupe.

FACILITER L’INSERTION PROFESSIONNELLE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

OBJECTIF 2017

S’engager et agir en faveur de l’intégration des personnes handicapées
Mesurer les actions mises en place

Périmètre Principales réalisations 2017

Groupe Le Groupe a signé, en octobre 2015, la Charte du réseau mondial « Entreprises et handicap » de l’OIT (Organisation Internationale du Travail) afin de réaffirmer son engagement en faveur du maintien et de l’emploi des personnes en situation de handicap.
Le Groupe compte 7465 personnes déclarées handicapées (en CDI, CDD), soit une augmentation de 4,6% par rapport à 2016.

Groupe France En 2017, les enseignes en France ont déployé des actions de sensibilisation lors de la semaine européenne pour l’emploi des personnes handicapées dont un challenge Handipacte, jeu pédagogique qui a rassemblé plus de 500 personnes chez Casino, ou des animations et questionnaires en ligne chez Monoprix. Cdiscount a organisé sa journée annuelle pour le handicap avec des animations, des stands thématiques qui ont rassemblé plus de 490 collaborateurs en 2017.
Un nouveau guide sur “Le handicap en entreprise : vaincre les stéréotypes, agir au quotidien en faveur de l’emploi des personnes handicapées” a été réalisé en 2017.

Casino Casino développe depuis plus de 20 ans une politique volontariste en matière de handicap.
Le 7^e accord (2017-2020) prévoit le recrutement de 100 personnes handicapées, le renforcement de l’alternance et l’accueil de 120 stagiaires.

Une campagne d’affichage “Jamais seule face au handicap” a été diffusée au sein de Casino.
Des opérations produits partage sont organisées afin de sensibiliser également nos clients : Casino a ainsi pu reverser plus de 60 000 euros à l’association Handichiens.

Monoprix Monoprix a négocié, en 2017, son 5^e accord qui prévoit une politique active en matière de recrutement, avec un objectif de recruter 180 collaborateurs et 60 stagiaires sur trois ans, le financement de mesures pour le maintien dans l’emploi de personnes confrontées au handicap lors de leur vie professionnelle, des engagements en termes de formation. Des modules de formation sont déployés auprès des équipes, notamment celles en charge du recrutement, tels que “Franchir le cap du handicap” chez Monoprix.

GPA GPA a poursuivi 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.

Au Brésil, le nombre de personnes en situation de handicap a augmenté de 34 % par rapport à 2015. Assaí, enseigne de GPA, qui multiplie les actions de sensibilisation et formation auprès de ses collaborateurs, a clôturé l’année 2017 avec 5,2 % 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.

GPA déploie des programmes de formation auprès des managers afin qu’ils accueillent dans leur équipe des jeunes, porteurs d’une déficience mentale. Ce programme est mené en collaboration avec l’association APAE spécialisée dans l’intégration de personnes atteintes d’un handicap mental. En 2017, 118 jeunes ont participé à ce programme. GPA a organisé de nombreux évènements autour du handicap lors de la semaine de la diversité organisée en magasins, entrepôts et sites administratifs.

Éxito En Colombie, plus de 150 personnes handicapées sont intégrées aux effectifs à fin 2017 dans le cadre du programme “Población vulnerable”, initié en 2006, mené en partenariat avec FIDES (fundación para la integración de personas con discapacidad cognitiva) spécialisée dans l’insertion des personnes ayant un handicap cognitif. Ce programme a bénéficié depuis 2006 à plus de 1 800 personnes handicapées, victimes de violence, en situation à risque ou ayant des conditions de vie difficiles.

FAVORISER LA MIXITÉ FEMMES HOMMES

OBJECTIF 2017

Déployer les actions en faveur de l’égalité professionnelle
Evaluer les actions mises en place

Périmètre Principales réalisations 2017

Groupe France En 2017, 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. Depuis 2017, les plans d’action de chaque pays sont structurés autour des sept “Women Empowerment Principles” de l’ONU Femmes.

Le groupe a signé le “Manifeste pour la mixité” : ce Manifeste a été élaboré par le réseau de femmes du groupe Casino “C’est avec elles” créé en 2011 et a été signé par les membres du Comité exécutif le 16 novembre 2017.

Par cette action, le groupe Casino réaffirme sa volonté d'être un acteur majeur et exemplaire de la progression de l'égalité et de la mixité. Le réseau de femmes cadres «C'avec elles» rassemble en 2017 plus de 750 membres. Il mène de nombreuses actions dont un programme de mentoring mis en place depuis 2015, des ateliers de développement personnel, des conférences avec des experts. Le Groupe a lancé, en 2017, un parcours de formation e-learning "Lead Her Ship" à destination des femmes managers pour renforcer leurs compétences managériales.

Pour 2018, le Groupe a introduit dans la rémunération variable des cadres en France, un objectif RSE quantifiable, constitué de deux critères définis par le Comité stratégique RSE du Groupe : au titre de l'Égalité professionnelle "le pourcentage de femmes cadres" été retenu comptant pour 2,5 % de la rémunération variable des cadres.

L'ensemble des enseignes en France se sont mobilisées au travers d'opérations de "produits partage" et sur les réseaux sociaux afin de collecter des fonds qui viendront soutenir les actions engagées par ONU Femmes. L'action du Groupe a été reconnue en France par le Secrétariat d'État chargé de l'égalité entre les femmes et les hommes qui a remis le prix Orange Day Champion au groupe Franprix à l'occasion du lancement de la campagne avec l'ONU Femmes.

Le groupe Casino 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. Il a obtenu depuis 2013 le Label Égalité professionnelle décerné par l'AFNOR.

GPA
 GPA a organisé à São Paulo un Forum égalité hommes-femmes auquel ont participé 150 managers, en présence des Directeurs généraux et enseignes et d'invités externes. À l'occasion de ce "Forum", GPA a signé les "Women Empowerment Principles" avec l'ONU Femmes Brésil.
 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.
 Les collaboratrices de GPA bénéficient d'un congé maternité de six mois au lieu de quatre mois, prévus par la loi.

Éxito
 Éxito a mis en place en 2017 un "Forum avec des Femmes Inspirantes" qui a été organisé à Medellín et à Bogotá. Lors de ces forums, des femmes dirigeantes reconnues d'entreprises colombiennes témoignent et partagent leur parcours avec les collaborateurs d'Éxito ; près de 300 collaborateurs d'Éxito y ont participé.
 Éxito a renforcé les plans de formation des collaboratrices en Colombie : en 2017, les femmes cadres représentent 43 % des participants cadres aux sessions.
 À l'international, 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, avec l'objectif d'obtenir le label "Equipares". Ce label vise à distinguer les entreprises qui ont mis en oeuvre des conditions et des actions, notamment de transformation de la culture d'entreprise, afin de favoriser l'équité hommes-femmes.

FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES

Objectif 2017	
Développer des partenariats et mettre en place des outils pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes	
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe France	<p>Le Groupe emploie plus de 7 400 alternants dont 2 450 en France. Des programmes favorisant l'accueil et l'insertion des alternants sont en place dans l'ensemble des entités.</p> <p>Le Groupe a déployé plusieurs partenariats en faveur des jeunes notamment avec l'Agence du Service Civique, l'Institut de l'Engagement, le Réseau des entreprises pour l'égalité des chances dans l'éducation, Nos Quartiers ont du Talent et Talents des Cités. En 2017, les jeunes en service civique ont été accueillis au sein du Groupe dans le cadre de l'opération Tremplin et plusieurs managers ont participé aux entretiens de sélection de l'Institut de l'Engagement.</p> <p>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.</p> <p>Le groupe Casino et ses enseignes ont organisé, en 2017, la 4e 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 250 collégiens issus de zones d'éducation prioritaire de découvrir les métiers du Groupe.</p>
Casino Cdiscount Monoprix	<p>Casino, Monoprix et Cdiscount déploient des accords dont l'objectif est de mettre en place des actions intergénérationnelles (formation, tutorat, accompagnement spécifique) 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.</p> <p>Monoprix a développé son partenariat avec le Ceproc (Centre européen des professions culinaires) et formé 120 apprentis en 2017, dont 70 % ont été recrutés.</p>
Casino	<p>Casino a organisé pour la sixième année consécutive une journée de célébration dédiée à l'alternance. Cet événement, inédit pour la grande distribution, a rassemblé plus de 200 tuteurs et 200 alternants, du niveau CAP à bac+5. Un jury composé de membres des Directions des enseignes a récompensé les gagnants du Concours des Meilleurs Alternants 2017.</p> <p>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 2017, 1 210 personnes des quartiers ont été recrutées (CDD et CDI) au sein de Casino, ainsi que 407 stagiaires et 90 alternants.</p>
Monoprix	<p>Monoprix travaille en étroite relation avec l'École de la 2nde Chance, les missions locales, et l'ÉPIDE (Établissement pour l'insertion dans l'emploi).</p>
Vindémia	<p>Vindémia a organisé en 2017 à La Réunion deux "job dating apprentissage" et rencontré à cette occasion plus de 190 candidats.</p>

Franprix	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 et a signé en 2017 un partenariat avec France Terre d'Asile.
Libertad	Libertad, en Argentine, déploie des programmes d'alternance et de professionnalisation avec des écoles et universités partenaires, et participe au plan "Primer Paso" initié par le gouvernement de la province de Cordoba et a accueilli dans ce cadre plus de 60 jeunes pour leur première expérience en entreprise. Libertad a développé en 2017 un programme de professionnalisation en collaboration avec l'université Siglo XXI de la ville de Córdoba
Exito	Le groupe Éxito déploie 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.

FAVORISER L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE DES COLLABORATEURS

Objectif 2017	
Développer l'offre de formation pour les collaborateurs	
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe France	Plus de 43 000 collaborateurs ont bénéficié d'une action de formation (Casino, Monoprix, Franprix, Leader Price, Cdiscount, Vindémia) en 2017. 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. Les enseignes en France développent les formations certifiantes comme les Certificats de Qualification Professionnelle (CQP). Ces certificats ont une reconnaissance professionnelle nationale. En 2017, plus de 740 personnes du Groupe en ont bénéficié.
Casino	Casino a renforcé les parcours de formations certifiant aux métiers de bouche (boucherie, marée, pâtisserie) en 2017.
Exito	Éxito déploie plus d'une centaine de programmes à destination de toutes les catégories de salariés, au siège comme en magasin. Exito compte plusieurs "écoles de formation" spécifiques aux métiers de la grande distribution et aux enseignes de l'entité. En 2016, trois écoles internes ont été créées dont deux spécifiques à l'enseigne Exito sur ses activités de boulangerie et de téléphonie. Plus de 4 700 cadres ont été formés au leadership via le programme d'Éxito "escuela de liderazgo" en 2017 et plus de 13 900 collaborateurs ont été formés au service clients via son programme Servicio superior.
GPA	Les enseignes de GPA disposent d'un centre de formation interne : Assai dispose d'une université interne qui propose des formations sur les spécificités du modèle "cash and carry". Plus de 21 000 personnes y ont été formées en 2017, 4 000 personnes ont été formées grâce au déploiement de 12 nouveaux modules de formation digitale. GPA Assai a poursuivi le déploiement de son "trainee operations program" qui forme les futurs leaders de demain. 122 nouveaux leaders ont ainsi été formés, ainsi que plus de 1 715 chefs de sections via le programme "Grow program" axé sur le développement de leur compétence de leadership et de management.

Objectif 2017	
Déployer des outils de formation et de sensibilisation aux enjeux de RSE	
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe France	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.
Casino	Le centre de formation interne Campus propose un parcours de formation en e-learning dénommé "Passeport Corporate" présentant notamment les enjeux de la RSE et les principales actions déployées par le Groupe et des modules de sensibilisation et de formation sur la diversité («recruter sans discriminer»), la prise en compte du handicap (« Cap sur l'accueil client »), la lutte contre la corruption sont 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.
GPA	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.).

PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Objectif 2017	
Agir pour la santé et le bien-être au travail Déployer des actions de prévention (sensibilisation, formation)	
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe France	Le Groupe est engagé dans une démarche d'amélioration de la sécurité et de la santé physique et psychique de ses collaborateurs. En 2017, un travail collaboratif avec le réseau de correspondants Santé Sécurité Qualité de vie au Travail a permis de valider le nouveau socle commun d'engagements relatifs à la Santé Sécurité, Qualité de Vie au Travail au sein des différentes branches/filiales du Groupe. la démarche est 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. Le groupe Casino a déployé, en 2017, un parcours de formation afin de sensibiliser les collaborateurs aux bons réflexes et bonnes pratiques à adopter pour prévenir le risque en cas d'attaque terroriste, et préparer les établissements à réagir face à une menace afin de veiller à la sécurité des collaborateurs et des personnes que le Groupe accueille. Depuis son lancement, en mars 2017, près de 3 000 collaborateurs ont suivi cette formation.

Casino Cdiscount	Le Groupe a poursuivi le déploiement de sa démarche de prévention par l'écoute des collaborateurs, qui permet de prévenir les risques professionnels à partir du ressenti de leurs conditions de travail. Cette démarche de prévention par l'écoute couvre notamment les hypermarchés, les supermarchés, les entrepôts, les cafétérias Casino et Cdiscount. Elle permet la prise en compte, au plus proche du terrain, des remontées et des besoins des collaborateurs.
Groupe France	<p>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 4 500 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...).</p> <p>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. Les bienveillants ont bénéficié d'une formation spécifique en 2017 afin de les aider dans leur mission. Les huit leviers du Management Bienveillant ont été intégrés aux parcours de formations managériales, et aux formations des nouveaux collaborateurs dans le cadre de leur intégration. Une première édition des trophées du Management Bienveillant a été organisée en 2017. Ces trophées ont pour but de mettre en avant et de récompenser les initiatives managériales bienveillantes. 130 initiatives ont été remontées, 70 présélectionnées par les Comités de direction des entités et 16 ont été distinguées suite au vote du Comité exécutif.</p> <p>Enfin, une formation "Management Bienveillant" a été intégrée au sein du Master II "Commerce et Distribution" de l'Université Jean Monnet à Saint-Étienne.</p> <p>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 coeur 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.</p> <p>Des journées de sensibilisation ont été organisées pour prévenir les risques cardio-vasculaires, un enjeu de santé majeur en France, en présence d'une équipe médicale et de la Direction Santé Sécurité et Conditions de Travail.</p> <p>Enfin, aux côtés de l'Institut national du cancer, le Groupe a signé en 2017 la Charte des 11 engagements "Cancer et Emploi". Cet engagement confirme la volonté du Groupe de s'investir de façon opérationnelle dans l'amélioration de l'accompagnement au maintien et au retour en emploi, des salariés touchés par un cancer.</p> <p>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.</p>
Monoprix	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.
GPA	<p>GPA poursuit la mise en place des plans de prévention des accidents au travail qui identifient en amont les risques majeurs sur le lieu de travail. GPA poursuit ses programmes de prévention "PPRA" (Environmental Risk Prevention Program) et PCMSO (Medical Control and occupational Health Program) afin d'évaluer les risques environnementaux, médicaux, et d'accidentologie potentiels et 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.</p> <p>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. Il encourage ses collaborateurs à la pratique du sport en négociant des conditions privilégiées dans des centres sportifs pour ses collaborateurs. L'entité réalise également annuellement une campagne de vaccination contre la grippe.</p>

	GPA a lancé deux programmes concernant la flexibilité des horaires dans le but d'équilibrer les temps de vie. Ces programmes définissent les règles et dispositifs en vigueur dont peuvent bénéficier les salariés notamment lors de la naissance d'un enfant.
Exito	<p>Exito a poursuivi en 2017 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 117 000 heures ont ainsi été utilisées, bénéficiant à plus de 16 310 collaborateurs.</p> <p>Exito agit pour la santé physique au travers de son programme "Vida Sana" : plus de 13 480 personnes ont bénéficié en 2017 de programmes sur la pratique d'activités physiques et sportives. 24 100 collaborateurs ont également pu bénéficier de consultations médicales (diététique, ophtalmologie, nutrition).</p> <p>Exito 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.</p>

ENCOURAGER LE DIALOGUE SOCIAL

Objectif 2017	
	Favoriser le dialogue social Être à l'écoute des collaborateurs et mesurer leur engagement
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe	Le Groupe reconnaît le droit de négociation collective et respecte la liberté d'association de par, notamment, son engagement à respecter les principes du Pacte mondial des Nations Unies.
Groupe France	Un accord sur le télétravail couvrant la période 2014-2017 a été mis en place au sein des équipes informatiques de Casino. Cet accord fait suite à une année d'expérimentation à l'issue de laquelle 100 % des télétravailleurs et des managers concernés se sont dits "satisfaits" ou "très satisfaits". Cette démarche s'est étendue en 2015 aux collaborateurs de Casino, Franprix et Leader Price travaillant sur le nouveau site administratif du Groupe situé en région parisienne ainsi qu'aux collaborateurs de Monoprix (sites administratifs également).
Casino	<p>En 2017 un accord sur la RSE 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.</p> <p>Au total, en 2017, trois nouveaux accords ont été signés portant sur la RSE, l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et le dialogue social.</p>
Monoprix	Monoprix a réalisé en 2017 une enquête d'engagement permettant aux collaborateurs de donner leur avis sur l'entreprise, le magasin, et les conditions de travail. Les résultats permettent de définir des plans d'action 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	<p>Éxito place le dialogue social comme l'un des trois piliers stratégiques de sa politique RH. Éxito réaffirme le respect des normes nationales et internationales dans les conventions collectives signées avec les organisations syndicales représentatives. Deux mille salariés ont été formés en 2017 au dialogue social.</p> <p>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 Exprésate" plus de 30 000 participations en 2017.</p>
Libertad	<p>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 oeuvre.</p> <p>En 2017, l'entité a élaboré une nouvelle enquête portant sur les thèmes des relations interpersonnelles, du sentiment d'appartenance, de la reconnaissance, et obtenu une note de 68 % en progression de 11 % par rapport à la précédente enquête.</p>
GPA	<p>GPA Malls a mené une enquête d'engagement avec un cabinet expert et a obtenu une note de 77 %, de 24 points supérieurs à l'enquête réalisée en 2016. Les résultats de cette enquête ont permis d'ores et déjà de mettre en place des plans d'actions d'améliorations.</p>

Commerçant responsable

Bilan 2017

AGIR POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS

OBJECTIF 2017	
Identifier les nouveaux enjeux santé	
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe	<p>Le groupe Casino a mis en place en juin 2017 un groupe de travail afin de définir un socle commun d'engagements pour les marques propres du Groupe en France portant notamment sur les substances controversées. Il a permis de confirmer les engagements du Groupe pour ses marques propres en France pour la période 2018-2020.</p> <p>Le Comité Santé, mis en place depuis 2010, se réunit quatre fois par an pour analyser les données, les tendances scientifiques et les attentes des consommateurs dans le domaine de la santé. Il émet des recommandations sur les ingrédients controversés (aspartame, perturbateurs endocriniens, bisphénol, pesticides, etc.) et 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.</p>
OBJECTIF 2017	
Développer une offre de produits intégrant des bénéfices nutritionnels et informer le consommateurs sur l'impact nutritionnel des produits	
Groupe France	<p>Les produits de marque distributeur en France sont développés en prenant en compte l'optimisation des teneurs en sel, en sucre et en matières grasses. 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.).</p> <p>En complément, le groupe Casino propose plusieurs gammes de produits afin de répondre aux besoins nutritionnels spécifiques de certains de ses consommateurs, avec une offre pour les personnes diabétiques ou intolérantes au gluten, et une offre pour les régimes spéciaux (produits allégés en sel, sucre et matière grasse, offre végétarienne, etc.).</p>
Casino	<p>Casino a participé et soutenu financièrement l'expérimentation nationale afin de définir les modalités d'un système d'étiquetage nutritionnel simplifié dont l'objectif était de choisir le système d'étiquetage le plus adapté pour guider les consommateurs dans leurs choix alimentaires et notamment les populations les moins favorisées. À l'issue de cette expérimentation, les pouvoirs publics ont décidé en 2017 de soutenir l'adoption volontaire du système "Nutri-score", basé sur l'analyse des nutriments, afin d'informer le consommateur de la qualité nutritionnelle des produits alimentaires et de faciliter son acte d'achat. Début 2018, le groupe Casino a déployé ce système de notation, dont l'affichage reste facultatif, sur 600 produits à marque propre commercialisés sur "Casino drive" dans un premier temps.</p>

Éxito	<p>Éxito continue à développer sa démarche volontaire d'étiquetage nutritionnel sur ses produits en appliquant le référentiel "Guidelines Daily Amount (GDA)", (équivalent des repères nutritionnels journaliers), indiquant le positionnement de la teneur en énergie et en macronutriments des produits alimentaires par rapport aux apports nutritionnels conseillés (ANC) (plus de 1 000 produits de marque propre concernés).</p> <p>Éxito poursuit les actions d'optimisation de ses produits alimentaires définies dans le cadre du diagnostic nutritionnel des produits réalisé en 2015. Plus de 4 280 produits ont fait l'objet d'une évaluation de leur profil nutritionnel en 2017, avec l'objectif de renforcer l'offre de produits "santé". Éxito poursuit son objectif d'optimisation de ses produits alimentaires à marque propre : 50 produits reformulés en 2017, 100 fournisseurs formés à la reformulation de leurs produits.</p> <p>Éxito a lancé en 2017 une campagne "Bueno para ti" (bon pour vous). Plus de 1 700 produits sont identifiés avec le sceau "Bon pour vous" qui regroupe des produits sans gluten, bio ou des produits présentant des bénéfices nutritionnels.</p>
GPA	<p>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.</p>

ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT

OBJECTIF 2017	
Développer les gammes de produits issus de l'agriculture biologique	

Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe	<p>Le Groupe offre une large gamme de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique avec plus de 17 420 produits commercialisés dans les magasins du Groupe (+ 26 % par rapport à 2016) dont plus de 2 400 produits alimentaires à marque propre.</p> <p>Le Groupe développe en France son enseigne dédiée au bio avec Naturalia et, depuis le second semestre 2017, Franprix Noé, privilégiant le bio et offrant des produits qui s'inscrivent délibérément dans une consommation plus responsable.</p> <p>À l'international, près de 1 860 produits alimentaires issus de l'agriculture biologique sont commercialisés par les enseignes du Groupe. Ces produits sont mis en avant auprès des clients soit dans des corners dédiés, soit dans les rayons concernés et font l'objet de campagnes commerciales. À titre d'exemple, GPA l'enseigne Pão de Açúcar met en avant les produits issus de l'agriculture biologique lors des "jeudis bio" en offrant 20 % de réduction aux clients.</p> <p>En 2015, la centrale d'achat de Casino a signé une charte de partenariat avec des fournisseurs de fruits et légumes bio, pour la mise en place d'une coopération renforcée afin de créer une filière Bio origine France.</p>

OBJECTIF 2017	
Développer les gammes de produits issus des bonnes pratiques agricoles	

Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe	<p>Des gammes de produits issus de bonnes pratiques agricoles et d'élevage sont proposées par les enseignes du Groupe représentant plus de 1 730 produits commercialisés en 2017 dans le Groupe, hors agriculture biologique (+ 85 % par rapport à 2016).</p>

En France, Casino commercialise une centaine de produits frais sous la marque "Terre et Saveurs" qui garantit 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 319 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 (plus de 700 produits frais sont concernés en 2017) et GPA a intégré de nouvelles exigences dans son protocole de GAP incluant la réalisation d'audits des zones de production, l'application et le suivi de plans d'actions correctifs.

OBJECTIF 2017	
Mettre en place des politiques d'achats durables et responsables	

Périmètre	Principales réalisations 2017
-----------	-------------------------------

Groupe

L'empreinte huile de palme des produits alimentaires à marque propre du groupe Casino – Casino, Monoprix, Leader Price – est estimée à 3 610 tonnes (4 900 en 2015). 80 % de l'huile de palme est certifiée RSPO, dont 71 % est ségrégée. Plus de 69 % est traçable jusqu'au premier importateur. Une analyse des engagements "zéro-déforestation" de ces premiers importateurs a été réalisée avec le TFT en 2016 et 2017. Cette analyse porte sur quatre critères primordiaux : la politique de l'entreprise sur l'huile de palme ; la réputation de l'entreprise en lien avec ses activités liées au palme ; la transparence de ses chaînes d'approvisionnement et les actions mises en place pour appliquer sa politique ou améliorer son approvisionnement.

Suite aux résultats de cette analyse, 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 fournisseurs n'apportant pas suffisamment de garantie sont sollicités par le groupe Casino pour s'assurer de la prise en compte des actions nécessaires à une amélioration de leur politique zéro déforestation.

L'empreinte huile de palme de GPA en 2017 pour ses produits à marque propre est estimée à 150 tonnes. Les raffineurs et les moulins (rang 2) ont été identifiés afin de s'assurer de leur respect des engagements du Groupe. Grupo Éxito en Colombie est engagé dans le TFA 2020, une initiative multipartites prenantes lancée en 2012 après Rio+20 et dont l'objectif est de réduire la déforestation tropicale liée à l'huile de palme, au soja, à l'élevage bovin (www.tfa2020.org). Éxito a également signé en 2017 le Palm Oil National Agreement qui a pour but de promouvoir le travail conjoint des différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement en huile de palme pour atteindre l'objectif de zéro déforestation.

GPA

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. 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 2017, 98 % du volume provient des fournisseurs ayant mis en place un programme de contrôle d'origine de la viande. Sept fournisseurs ont refusé d'adhérer à cette politique de traçabilité et ne peuvent plus travailler pour GPA.

Éxito 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. En 2017, Éxito a commercialisé dans son enseigne Carulla des viandes certifiées par Rainforest Alliance permettant de garantir des pratiques durables.

Groupe Le Groupe s'est engagé depuis de nombreuses années dans une démarche d'amélioration de son offre marée. 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. Cette politique est partagée et soutenue par les autres enseignes du Groupe. Éxito a arrêté la commercialisation des espèces menacées, et s'engage dans la protection des espèces de poissons en danger d'extinction. La filiale colombienne s'assure, par exemple, du respect des quotas de pêche locale. En 2017, elle a sélectionné 1 000 familles de pêcheurs qui pratiquent la pêche artisanale garantissant que les poissons sont pêchés dans les zones autorisées et respectent la taille minimale autorisée des poissons pour garantir l'avenir des espèces. L'enseigne Monoprix propose une gamme de thon Albacore en conserve à marque propre labellisée Pavillon France 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.

OBJECTIF 2017
Lutter contre le gaspillage alimentaire

Périmètre Principales réalisations 2017

Groupe France Engagé depuis 2013 dans le cadre du Pacte national de lutte contre le Gaspillage Alimentaire, mis en place par le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, le Groupe 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 identifié plusieurs leviers d'action permettant de lutter contre le gaspillage alimentaire lesquels portent sur l'amélioration continue du fonctionnement des magasins, le don des produits aux associations (de 13 100 tonnes de produits alimentaires ont été données aux associations en 2017 en France, soit une augmentation de 33% par rapport à 2016), la collaboration avec les fournisseurs et le développement de nouveaux concepts (vente en vrac, transformation des produits frais abîmés) et la sensibilisation des collaborateurs et des clients.

Par exemple, en 2017, à l'occasion de la journée nationale contre le gaspillage alimentaire, un leaflet a été réalisé et distribué au sein des enseignes, et sur les sites administratifs. Le Groupe a réalisé également une animation à destination du public et des collaborateurs, communiquée via le site Groupe et les sites des enseignes portant sur les bons gestes et pratiques anti-gaspi.

GPA 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.

OBJECTIF 2017
Réduire la distribution de sacs plastique

Périmètre Principales réalisations 2017

Groupe 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 %. Les enseignes du Groupe en France ne distribuent plus de sacs plastique à usage unique conformément à la réglementation en vigueur. Depuis le 1^{er} janvier 2017, les sacs plastique pour les fruits et légumes sont interdits, le Groupe respecte cette obligation et propose des sacs plastique réutilisables ou des sacs à usage unique en papier ou en bioplastique compostable.

À l'international, les filiales du Groupe multiplient les actions pour développer l'usage de sacs réutilisables et réduire celui des sacs plastiques à usage unique car les clients sont très attachés aux sacs plastique gratuits qu'ils utilisent pour d'autres usages.

Au Brésil, GPA a mis en place un système pour récompenser ses clients qui n'utilisent pas de sacs plastique et propose de nouveaux sacs design réutilisables.

En Colombie, Grupo Éxito promeut l'utilisation de sacs plastique réutilisables notamment au travers de sa campagne "#YoTrajeMiBolsa" ("#JapporteMonSac"), menée en 2017, qui invite les consommateurs à revenir faire leurs courses munis de leur sac réutilisable.

Partenaire de confiance

Bilan 2017

RENFORCER LA DEMARCHE D'ETHIQUE ET DE CONFORMITE SOCIALE

OBJECTIF 2017	
Renforcer la démarche d'éthique sociale auprès des fournisseurs des produits à marque propre situés dans les pays jugés à risques	

Périmètre	Principales réalisations 2017
-----------	-------------------------------

Groupe	<p>Impliqué depuis 2000 au sein de l'Initiative Clause Sociale (ICS) qui regroupe 20 enseignes de distribution, le groupe Casino 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.</p> <p>Le Groupe 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 oeuvre.</p> <p>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. Sur la base d'une analyse de risques, plus de 1200 sites de production ont été audités par des cabinets externes en 2017 pour s'assurer du bon respect des exigences fixées par la Charte Éthique fournisseurs. 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. Elle intègre les fournisseurs import direct, mais également les agents importateurs.</p> <p>Sur l'ensemble du Groupe, en 2017, environ 89 % des acheteurs concernés ont ainsi été formés ou sensibilisés à nouveau à la démarche d'éthique sociale.</p> <p>En 2017, 1 245 audits ICS ont été validés portant sur des usines utilisées par les fournisseurs du Groupe, dont 71 % menés directement par le Groupe.</p> <p>Le groupe Casino a mis en place en 2017 un Comité Devoir de vigilance. Le rôle de ce Comité est :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de s'assurer de la bonne mise en oeuvre de la loi française ; - de définir la méthodologie et de s'assurer de la mise en oeuvre de la cartographie des risques liés aux activités du Groupe et de ses fournisseurs (12 principaux risques ont été pris en compte au regard des activités du Groupe) ; - d'analyser les résultats de la cartographie des risques ; - de s'assurer de l'existence des plans d'action d'atténuation des risques et de prévention des atteinte graves et d'évaluer leur efficacité ; - de s'assurer de la mise en place d'un mécanisme d'alerte permettant le signalement d'éventuelles violations. <p>Le Groupe poursuit sa participation et son soutien aux initiatives dont il est membre, à savoir l'Initiative Clause Sociale (ICS), l'Accord on Fire and Building Satefy, et l'ABVTEX au Brésil ("Associação Brasileira do Varejo Têxtil").</p>
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

OBJECTIF 2017	
Participer aux initiatives locales en matière de conformité sociale	

Périmètre	Principales réalisations 2017
-----------	-------------------------------

GPA	<p>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. 116 usines brésiliennes ont été certifiées par l'ABVTEX en 2017.</p> <p>100 % des achats textile nationaux de GPA sont ainsi couverts par ces audits.</p>
-----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

FAVORISER LES DEMARCHES RSE DES PME ET SOUTENIR LES FILIERES DE PRODUCTION LOCALES

OBJECTIF 2017	
Entretenir des relations de proximité avec les fournisseurs et partager les bonnes pratiques RSE	

Périmètre	Principales réalisations 2017
-----------	-------------------------------

Groupe France	<p>Le groupe Casino mène différentes actions afin de sensibiliser les fournisseurs à la RSE et aux priorités RSE du Groupe.</p> <p>Le Groupe a été l'un des pionniers de l'affichage environnemental des produits (indice Carbone et indice environnemental). 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 qui est mis à disposition des industriels. Plus de 150 industriels utilisent cet outil.</p> <p>Afin d'accompagner les fournisseurs dans leurs démarches RSE, le groupe Casino incite ses fournisseurs en France à : 1/ autoévaluer leurs pratiques RSE en utilisant la plateforme mise en place avec les quatre organisations professionnelles que sont l'ANIA, la FEEF, COOP de France et la FCD dont le Groupe est membre. Ce portail d'autoévaluation RSE des fournisseurs www.valo-rise.com a pour objectifs de rendre plus accessible la démarche d'autoévaluation RSE des fournisseurs, de la TPE aux très grands groupes internationaux. 2/ calculer l'impact environnemental des produits en utilisant la plateforme www.mieuxproduire.fr mise en place par la centrale d'achats du Groupe. Cet outil permet aux industriels de l'agroalimentaire de collecter et de calculer les indices environnementaux de leur produit en respectant les recommandations de l'ADEME.</p>
Casino	<p>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.</p> <p>En 2016, la démarche Agriplus issue de collaborations avec les partenaires de Casino déjà engagés dans l'agroécologie, 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). Au global plus de 50 produits répondent au référentiel Agriplus en 2017.</p> <p>Casino a lancé des filières dédiées en Génisse Primeur avec les coopératives Altitude, Feder Sicarev et Arcadie. 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.</p>

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 marée en direct des ports, avec une coopération de petites entreprises de pêches.

Monoprix En partenariat avec ses fournisseurs, Monoprix a lancé le projet “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 38 fournisseurs partenaires, regroupant plus de 500 producteurs, autour d’un cahier des charges co-construit avec le label BEE FRIENDLY® et des experts du monde agricole. L’ambition est d’accompagner les agriculteurs dans une démarche de progrès vers la labellisation de leurs produits par BEE FRIENDLY®.

GPA 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 oeufs afin de contrôler en amont l’utilisation des pesticides, les conditions de transport et de stockage des produits.

Les fournisseurs de GPA continuent d’être intégrés au programme de certification qualité “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.

Éxito Éxito continue le déploiement de son programme de formation à destination de ses fournisseurs en partenariat avec l’Université EAFIT : 500 employés de PME ont reçu le “Diplomado de Fortalecimiento en la Gestión Empresarial”, venant renforcer leurs connaissances dans le domaine de la gestion d’entreprise.

Les petits producteurs continuent de bénéficier 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.

Éxito a organisé la 5e édition de la convention des fournisseurs de marque propre, en présence de 200 participants, afin de renforcer les relations de proximité.

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.

OBJECTIF 2017

Développer l’offre locale

Périmètre Principales réalisations 2017

En 2017, le Groupe a créé et lancé la plateforme de mise en relation entre les producteurs locaux et les magasins de proximité (Casino Shop, Spar, Vival...) dénommée 1000PRO. L’objectif est de favoriser la distribution des productions agricoles en circuits courts, en permettant aux producteurs de proposer leurs produits aux magasins de leur périmètre et de leur choix.

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 a soutenu et signé dans le cadre des États généraux de l’alimentation, la “charte d’engagement pour une relance de la création de valeur et pour son équitable répartition au sein des filières agroalimentaires françaises” aux côtés de l’ANIA, la FCD, COOP de France et la FEEF.

Casino 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.

Monoprix 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 4 300 références en 2017 (épicerie, liquides, frais, surgelés).

Franprix Franprix propose le lait Cant’Avey’Lot sous la marque “Lait de la vallée du Lot” issu d’une production locale de 30 éleveurs du Cantal, de l’Aveyron et du Lot, et répondant au cahier des charges de la Charte “Bleu Blanc Coeur”.

Éxito Éxito s’est engagé à soutenir les producteurs locaux en créant des partenariats avec des ONG et structures reconnues telles que la Clinton Foundation, Salva Terra Fundación qui ont bénéficié en 2017 à plus de 1900 producteurs. 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 leurs produits au meilleur prix, contribuant au développement économique et social local.

En 2017, 92 % des fruits et légumes commercialisés dans les enseignes du Groupe Exito proviennent de Colombie dont 82 % achetés localement et directement auprès d’environ 670 petits producteurs nationaux.

VEILLER AU BIEN-ETRE ANIMAL

OBJECTIF 2017

Mettre en place, en collaboration avec les fournisseurs, des actions en faveur du bien-être animal au sein des filières de production

Périmètre Principales réalisations 2017

Groupe 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, transport, abattage, etc.).

Afin de développer sa politique de bien-être animal, le groupe Casino s’appuie sur la reconnaissance des cinq libertés fondamentales énoncées par le Farm Animal Welfare Council et admises comme une référence en la matière. La stratégie de bien-être animal est définie par le Comité stratégique RSE.

Le Groupe s’est engagé à améliorer les conditions d’élevage des poules pondeuses. Le Groupe est la première enseigne de distribution à s’être engagée à arrêter la commercialisation des oeufs de poules élevées en cages en MDD et en MN en France dès 2020, et au Brésil pour sa MDD dès 2025, prenant ainsi les engagements les plus ambitieux du secteur. En 2017, le groupe Casino a été récompensé pour son engagement en faveur des poules pondeuses avec un OEuf d’or.

Depuis mai 2017, un partenariat entre le groupe Casino et 3 organisations œuvrant pour la protection animale (LFDA, CIWF France et OABA) développe un projet d’étiquetage afin d’informer le consommateur sur le niveau de bien-être animal des produits.

Groupe France	En France, la conduite de la politique bien-être animal est assurée par un Comité de pilotage bien-être animal, composé d'une équipe pluridisciplinaire impliquant toutes les parties prenantes concernées.
Casino	Casino soutient "Lait des éleveurs du Monts du Forez" qui offre de meilleures conditions d'élevage des vaches laitières.
Monoprix	<p>Monoprix a été la première enseigne de grande distribution française à prendre l'engagement en 2013 de supprimer de ses rayons les oeufs issus de poules élevées en cage de la marque Monoprix, au profit d'une offre d'oeufs de plein air ou issus de l'Agriculture Biologique. En 2016, Monoprix a décidé de retirer de ses rayons l'intégralité de ses références d'oeufs issus d'élevages de poules en cage toutes marques confondues. .</p> <p>Le groupe Casino au travers de sa filiale Monoprix a remporté plusieurs prix décernés par le CIWF pour ses actions en faveur du bien-être animal : Mention d'Honneur aux OEufs d'Or lors des Trophées du Bien-être animal 2013 ; Mention d'Honneur aux Vaches d'Or pour son engagement en faveur du bien-être des vaches en 2014 ; Œuf d'or en 2016 ; Mention d'Honneur aux Lapins d'Or 2017.</p>
GPA	<p>Au Brésil, sa filiale GPA s'est engagée à ne plus commercialiser d'oeufs de poules élevées en cages d'ici 2025 sur ses marques propres dans le respect des conditions sanitaires et des réglementations définies par le ministère de l'Agriculture Brésilien. GPA est la seule enseigne de distribution à s'être engagée au Brésil.</p> <p>En 2017, GPA a lancé une gamme d'oeufs de poules élevées hors cages qui vient compléter ses gammes bio et élevées en plein air.</p>

En complément de dispositifs de communication interne tels que l'envoi d'e-mails ou l'affichage, GPA a organisé des jeux mettant en scène des cas pratiques issus du Code d'éthique, a réalisé et diffusé une vidéo, et déployé des formations auprès des collaborateurs en magasin. Des dispositifs d'évaluation du "risque éthique" des fournisseurs ont été mis en place en 2017 comprenant l'envoi de questionnaires, la réalisation d'investigations en cas de risque et la mise en place de procédures d'audit préalable (due diligence) réalisée par un tiers spécialisé.

Grupo Éxito	<p>Le Code Éthique de l'entité, la politique en termes de réception des cadeaux ainsi que la politique concernant la gestion des conflits d'intérêts et des informations confidentielles sont communiqués à l'ensemble des collaborateurs.</p> <p>Le programme colombien dénommé "Transparencia", fait l'objet d'une campagne annuelle d'affichage sur des thèmes spécifiques du programme d'éthique. En 2017, la campagne "todo se sabe" ("tout se sait"), comprenant emails, affiches, brochures, messages audio a traité des attentes en termes de transparence. Par ailleurs, les nouveaux collaborateurs suivent un parcours de formation en e-learning couvrant les thèmes de la politique de transparence d'Éxito.</p>
-------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

LUTTER CONTRE LA CORRUPTION ET DÉVELOPPER UNE POLITIQUE DE LOBBYING RESPONSABLE

OBJECTIF 2017	
Poursuivre les actions prévues dans le cadre des programmes de lutte contre la corruption	
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe	<p>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. Par ailleurs, le Groupe s'est mis en conformité avec la loi Sapin II du 9 décembre 2016 sur la transparence, la lutte contre la corruption, et la modernisation de la vie économique.</p> <p>Le Groupe a également poursuivi la mise en oeuvre de programmes de formation destinés à former et à sensibiliser les collaborateurs sur la lutte contre la corruption.</p> <p>À l'international, les filiales du Groupe disposent de codes éthiques ou codes de conduite, de dispositifs d'alerte (whistleblowing) et de comités dédiés qui suivent les alertes reçues et leur traitement.</p>
GPA	<p>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.</p> <p>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.</p>

Acteur local solidaire

Bilan 2017

AGIR AVEC LES FONDATIONS D'ENTREPRISES

OBJECTIF 2017	
Poursuivre les actions des fondations du Groupe	

Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe Casino	<p>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.</p> <p>Elle développe deux programmes majeurs autour du théâtre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Artistes à l'école", initié en 2011 en partenariat avec l'Éducation nationale et l'Odéon-théâtre de l'Europe, et qui permet à environ 2 000 élèves de bénéficier pendant deux années consécutives d'un parcours d'éducation artistique et culturelle complet : actuellement 12 projets théâtre sont financés et suivis par la fondation. - le programme "Parrains engagés" soutenant des projets associatifs ayant pour objectif l'éducation des enfants par le théâtre. Une dizaine de projets ont été sélectionnés en 2017 et ont bénéficié à 1 200 enfants.
Monoprix	<p>La Fondation Monoprix concentre son action à la lutte contre l'isolement relationnel dans les villes. En 2017, neuf projets ont été soutenus dans ces deux domaines d'action pour un budget de 140 000 euros, au profit de plusieurs associations : Voisins malins, Secours populaire, Solidarité Nouvelle, Face au Chômage, Femmes SDF, l'Accorderie, Le Carillon et Autre Monde. Elle poursuit par ailleurs son partenariat signé sur trois ans 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. En 2017, 20 magasins se sont engagés dans des actions solidaires dans le cadre de ce programme.</p> <p>À l'occasion de la Journée internationale des droits de l'enfant, la Fondation Monoprix a soutenu trois associations qui oeuvrent en faveur de l'enfance suite à l'appel à projets "Enfance et solitude en ville" créé en partenariat avec Ulule, plateforme de financement participatif.</p>
GPA	<p>La Fondation Instituto GPA agit en faveur de l'éducation et de l'insertion professionnelle des jeunes de milieux sociaux modestes, par le financement de programmes d'éducation, de formation et d'insertion professionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le programme d'éducation par la musique (« Musica & Orquestra Instituto GPA ») a formé plus de 15 500 jeunes défavorisés âgés de 10 à 18 ans dans les états de São Paulo, Brasília et Rio de Janeiro ; - La Fondation 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 340 élèves issus de familles modestes de se former aux métiers de la boulangerie et du lait ; - l'Instituto poursuit son partenariat avec la Fondation Getúlio Vargas pour déployer un programme de bourses au mérite dénommé "Prosperar" : 30 étudiants bénéficient de ce programme.

Éxito	<p>La Fondation Éxito lutte depuis 30 ans contre la malnutrition infantile, via le programme Gen cero qui a pour objectif qu'aucun enfant colombien âgé de 0 à 5 ans ne souffre de malnutrition à horizon 2030.</p> <p>En 2017, la fondation Éxito, le Centre d'Information des Nations Unies pour la Colombie, le réseau colombien du Pacte mondial ont signé un accord de coopération afin de renforcer leurs actions contribuant à atteindre l'objectif numéro 2 "Lutte contre la faim".</p> <p>Éxito a organisé pour la 3^{ème} année consécutive une grande campagne de sensibilisation « Le mois de la nutrition infantile » en partenariat avec le programme mondial alimentaire de l'ONU pour sensibiliser aux enjeux de la malnutrition infantile.</p> <p>En 2017, environ 8 millions d'euros ont été investis dans des programmes qui ont bénéficié à plus de 51 800 enfants. La dernière enquête menée au niveau national a montré une baisse du taux de malnutrition dans le pays de l'ordre de trois points entre 2010 et 2015.</p>
-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

OBJECTIF 2017	
Favoriser la participation des collaborateurs	

Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe Casino	<p>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. L'opération de vente de produits partagés en magasin permet de mobiliser les collaborateurs des enseignes autour d'un challenge photos. Cette 3e édition a permis de récolter des fonds pour les associations partenaires de la Fondation "Apprentis d'Auteuil" et "Tréteaux Blancs" afin de développer huit nouveaux projets théâtre au profit de plus de 500 enfants éloignés de la culture.</p> <p>La Fondation Casino a initié en 2017 le prix de l'Engagement citoyen, en partenariat avec l'Institut de l'Engagement, visant à récompenser un collaborateur engagé bénévolement auprès d'une association. Le premier prix de l'engagement citoyen a été remis au Responsable commercial du drive au Géant Casino de Villefranche-sur-Saône, bénévole auprès de l'association Le Refuge qui vient en aide aux jeunes adultes homosexuels rejetés de leur famille. La Fondation a également lancé un appel à bénévoles pour la collecte des banques alimentaires en novembre 2017 permettant de mobiliser plus de 100 bénévoles pour des missions ponctuelles ou régulières.</p> <p>Le groupe Casino a signé en décembre 2017 une convention de soutien à la politique de la réserve militaire avec le ministère des Armées. Les collaborateurs réservistes opérationnels du Groupe peuvent désormais bénéficier d'un régime conventionnel plus favorable et plus protecteur que le régime existant, permettant de susciter un plus fort volontariat..</p>

DÉVELOPPER LES PARTENARIATS DE SOLIDARITÉ

OBJECTIF 2017	
Soutenir les banques alimentaires	

Périmètre	Principales réalisations 2017
-----------	-------------------------------

Groupe	En 2017, plus de 23 500 tonnes de produits, soit l'équivalent de plus de 47 millions de repas (9 millions de plus qu'en 2016), sont apportées aux réseaux des banques alimentaires ou autres structures d'intérêt général équivalentes, par le Groupe (collecte et ramasse).
--------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Groupe France	<p>Depuis 2009, le Groupe est engagé auprès de la Fédération Française des Banques Alimentaires (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.</p> <p>En 2017, plus de 15 000 tonnes de produits ont été collectées auprès des enseignes françaises (Casino, groupe Monoprix, Franprix, Leader Price, Vindémia) et plus 1 200 tonnes collectées auprès des clients.</p>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

GPA	GPA qui met en place la même démarche en partenariat avec des associations telles que "Amigos do Bem", a organisé pour la cinquième année consécutive une grande journée de collecte de denrées alimentaires : "Dia de Solidariedade". Cette journée, qui s'est déroulée dans plus de 880 magasins, a impliqué 10 000 volontaires et a permis la collecte de 765 tonnes de dons alimentaires.
-----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Éxito	En Colombie, Grupo Éxito poursuit le partenariat engagé depuis plusieurs années avec les banques alimentaires locales et a contribué à hauteur d'environ 1 900 tonnes de marchandises en 2017. Grupo Éxito soutient également un programme de récupération des excédents agricoles dans les zones rurales : plus de 3 200 tonnes d'excédents agricoles ont bénéficié ainsi à environ 580 familles.
-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Libertad	En Argentine, depuis 2013, Libertad soutient le réseau argentin des Banques Alimentaires (Red Bancos de Alimentos) en organisant des collectes en magasins 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.
----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

OBJECTIF 2017	
Soutenir la diversité des besoins des associations de solidarité	

Périmètre	Principales réalisations 2017
-----------	-------------------------------

Groupe	Le Groupe apporte son soutien aux différents organismes qui valorisent les parcours civiques des jeunes, notamment l'Institut de l'Engagement et Uni'Cités en valorisant les compétences acquises par les volontaires du service civique dans ses procédures de recrutement et participant aux activités de ces associations pour accompagner les jeunes après le service civique. En 2017, les jeunes en service civique ont été accueillis au sein du Groupe dans le cadre de l'opération Tremplin et plusieurs managers ont participé aux entretiens de sélection de l'Institut de l'Engagement. Depuis février 2016 et la signature de la Charte de développement local pour l'emploi, le groupe Casino s'est associé à la Mairie de Paris dans le cadre du programme 1 000 mairaines/parrains pour 1 000 emplois. Le programme a mobilisé 60 collaborateurs volontaires du Groupe, guidés par les équipes de la Mairie de Paris et ses partenaires, afin d'aider activement les chercheurs d'emploi parisiens.
--------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Groupe France	En France, le groupe Casino a continué de soutenir, en 2017, au travers de ses enseignes, de nombreuses associations dont le Secours Populaire, la Croix Rouge, les Apprentis d'Auteuil, les Jardins de Cocagne, Emmaüs, Téléthon, Sport dans la Ville ou encore Handi'Chien.
---------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Depuis 2011, le Groupe a mis en place un partenariat avec l'entreprise sociale et solidaire MicroDON : l'Arrondi en caisse a été déployé en 2014 dans les magasins Franprix, et en 2016 dans les magasins Naturalia.

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.

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.
--------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Cdiscount	Cdiscount a mené l'opération « Web Envie » pendant la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets et a organisé une collecte de fond qui a rapporté plus de 31 500 euros à l'association Envie Gironde.
-----------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

GPA	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.
-----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Éxito	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.
-------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Libertad	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.
----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2017

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)

OBJECTIF 2017	
Évaluer les émissions de GES du périmètre opérationnel des principales activités du Groupe (scope 1 et 2)	

Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe	Toutes les unités d'affaires ont réalisé l'inventaire annuel de leurs émissions GES selon des standards communs, conformes aux recommandations du GHG protocol et de la réglementation française.

OBJECTIF 2017	
Réduire l'impact des émissions directes de GES lié au froid commercial : - diminuer les émissions fugitives des installations existantes par l'amélioration du confinement des installations existantes - réduire la charge initiale des installations neuves en fluides à fort GWP (Global Warming Potential) - tester et évaluer les installations sans HFC (hydrofluorocarbures)	

Casino Monoprix	<p>Pour les magasins neufs ou rénovés les magasins de proximité, les supermarchés, les hypermarchés Casino et les Monoprix poursuivent leur plan de réduction en charge initiale de fluides HFC en mettant en service toujours plus d'installations en froid négatif fonctionnant avec des fluides naturels neutres pour le climat. Monoprix et Casino Proximité testent avec succès des installations 100 % fluides naturels pour le froid négatif et positif.</p> <p>Pour les magasins existants le programme de déploiement en détecteurs de fuite a été étendu pour réduire le temps d'intervention des frigoristes en charge du confinement.</p> <p>En France à fin 2017 le groupe exploite 267 magasins en froid subcritique (R134A pour le froid positif et CO2 pour le froid négatif) et 19 magasins en froid transcritique (exclusivement CO2).</p>
Vindémia	Revue des frigoristes en charge de la maintenance pour réduire les émissions fugitives.
GPA	Poursuite de l'apprentissage local en froid subcritique sur les 2 centrales installées en 2016. Déploiement de détecteurs de fuite pour mieux piloter la maintenance du confinement des installations existantes.
Éxito	Éxito a poursuivi ses expérimentations avec ses partenaires locaux pour adapter le froid hybride aux conditions climatiques de la Colombie.

OBJECTIF 2017	
Réduire l'impact des émissions de GES lié au transport de marchandises : - évaluer régulièrement la performance carbone du transport - développer le transport multi modal en fluvial et par rail chaque fois que possible - augmenter la part de transport mutualisée en amont et en aval des magasins - réduire les distances parcourues et améliorer le taux de remplissage des camions	

Groupe	Déploiement du monitoring de l'intensité carbone du transport interne de marchandises dans chaque unité d'affaires.
Casino	<p>Poursuite d'une politique d'achat transport favorable aux prestataires signataires de la charte Objectif CO2 de l'ADEME (96 % des livraisons > à Euro 5).</p> <p>Généralisation des supports de manutention superposables et actualisation continue des fréquences de livraisons.</p> <p>98 % des magasins de centre-ville sont livrés avec des camions conformes aux dernières normes de pollution atmosphériques (Euro V, VI).</p> <p>Les produits frais sont livrés avec des remorques ou des caissons isothermes refroidis par azote liquide c'est à dire sans groupe froid diesel.</p> <p>Le recours à la motorisation au GNV (gaz naturel de véhicule) réduit de 85 % les émissions en particules fines et de 60 % les gaz à effet de serre lorsque ce gaz est d'origine biologique.</p>
Monoprix	<p>Poursuite du développement de la mutualisation du transport amont.</p> <p>Déploiement progressif des porteurs motorisés au GNV pour livrer les magasins et utilisation croissante du bioGNV comme carburant bas carbone sur Paris et Strasbourg.</p>
Franprix	Amplification du fret fluvial pour les magasins parisiens sur la Seine et poursuite de la modernisation de sa flotte de camions en Euro V
GPA	<p>Poursuite de la recherche d'accords pour plus de mutualisation des capacités de transport avec les fournisseurs.</p> <p>Modernisation progressive des véhicules par des camions moins émetteurs en CO2 et en particules fines.</p> <p>L'utilisation de remorques doubles ponts pour augmenter les charges transportées par livraison et réduire les distances parcourues est en cours d'expérimentation.</p>
Éxito	<p>Diminution des distances parcourues par l'augmentation des capacités de chargement des camions et coordination des flux import pour optimiser le taux de remplissage des conteneurs.</p> <p>Mise en service de remorques double ponts pour améliorer le taux de chargement.</p> <p>Optimisation des flux et décentralisation de certains fournisseurs.</p>

AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

OBJECTIF 2017	
Diminuer la consommation d'énergie au m² de 20% (année de référence 2012)	

Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe	Toutes les unités d'affaires poursuivent le déploiement de programmes d'économies d'énergie basés sur les recommandations de l'ISO 50001.

OBJECTIF 2017	
	Mesurer les consommations énergétiques - définir des objectifs de réduction pour chaque métier - privilégier la télérelève dans les sites rénovés énergétiquement
Groupe	Il existe pour chaque unité d'affaires un monitoring des consommations d'énergie par magasin.
OBJECTIF 2017	
	Réaliser un programme de rénovation énergétique des magasins : - mettre en place des chartes internes aux éco-gestes - réaliser des diagnostics énergétiques - déployer des contrats de performance énergétique - installer des portes sur les meubles froids positifs (75% des meubles froids couverts en France en 2020) - déployer un éclairage basse consommation - partager les bonnes pratiques énergétiques
Casino	Reconstitution de la certification ISO 50001 de tous les magasins Géant et Supermarchés Casino. En 2017, 96 % des hypermarchés Géant, 73 % des Supermarchés Casino sont sous contrat de performance énergétique (CPE) leur garantissant une réduction de leur consommation de référence d'au moins 20 %. Depuis 2012 l'intensité énergétique des magasins est passée de 577 kWh/ m ² à 491 kWh/m ² en 2017 (soit -15 %). 100 % des hypermarchés et 80% des supermarchés sont équipés en froid positif huis clos. La chaleur générée par le froid commercial est récupérée dans 40 supermarchés. L'éclairage basse consommation par lampes LED est systématiquement en place en travaux neufs. En 2017 Green Yellow a mis en service sa première centrale solaire au sol de 250 kWc, qui couvrira en auto-consommation 27 % des besoins du centre commercial "G la Galerie Cap Costières"
Monoprix	Certification ISO 50001 de tous les magasins MONOPRIX. 26% d'entre eux font l'objet d'un contrat de performance énergétique. 43% des Monoprix sont équipés de portes pour le froid positif. Déploiement de l'éclairage basse consommation par lampes LED en travaux neufs, 12 magasins équipés en 2017.
Franprix	70 % des magasins équipés en portes pour le froid commercial. 50% du parc est en éclairage basse consommation type LED . Démarrage de la récupération de chaleur générée par le froid commercial.
Leader Price	Rénovation énergétique de 4 magasins.
GPA	100 % des hypermarchés et 50 % des supermarchés sous contrat de performance énergétique (éclairage, froid, climatisation). Déploiement de l'éclairage basse consommation par LED et du froid huis clos. Assaí exploite sept centrales photovoltaïques en autoconsommation.
Éxito	90% des hypermarchés et 10% des supermarchés sous contrat de performance énergétique. Monitoring des consommations par magasin et alerte en cas de surconsommation. 140 000 tubes LED installés pour l'éclairage basse consommation. Isolation des sas en entrepôt. En 2017, Grupo Éxito a concentré ses efforts sur la rénovation des équipements frigorifiques de 21 entrepôts, 12 supermarchés Inter et sept Surtimax. Ce programme est soutenu par une communication interne "Campaña ahorremos planeta" ayant pour objectif d'expliquer la nécessité d'adapter l'éclairage, la climatisation et le froid commercial en fonction de l'activité des magasins.

REDUCTION DES DECHETS, ECONOMIE CIRCULAIRE ET LUTTE CONTRE LA POLLUTION

OBJECTIF 2017	
	Diminuer de 20 % la part des déchets en mélange (année de référence 2012) Optimiser le tri des déchets d'exploitation (carton, plastique et organique) : - augmenter le taux de couverture et la fréquence du monitoring pour mesurer la performance de tri de chaque métier - former et sensibiliser les collaborateurs au geste de tri - développer de nouvelles filères locales de valorisation
Périmètre	Principales réalisations 2017
Casino	Réduction des déchets organiques par la lutte contre le gaspillage alimentaire grâce la diminution du stock et dons aux banques alimentaires (100 % des hypermarchés et supermarchés ont une convention avec les banques alimentaires). Augmentation de la part recyclée par compostage ou méthanisation par le déploiement du geste de tri organique. Mise en place d'un reporting déchets mensuel pour affichage des résultats magasins sur les panneaux de communication des hypermarchés.
Monoprix	Monitoring de la performance de tri des magasins par un tiers de confiance. Déploiement du don alimentaire sur toutes les enseignes et restructuration des filières de collecte en magasin. Partenariat avec Disco Soupe pour la récupération des fruits et légumes invendus. Collecte des biodéchets en place pour les magasins d'Île-de-France.
Leader price	Déploiement d'une convention avec les banques alimentaires pour réduire le gaspillage alimentaire.
Franprix	Tri du carton et reverse logistique prestée ou internalisée pour tous les magasins.
GPA	76% des hypermarchés et supermarchés trient et valorisent leurs cartons. Poursuite de l'extension du tri organique à 279 magasins (+10%). 30 magasins pilotes pratiquent un tri élargi à tous leurs déchets solides (ferrailles, bois, verres, ...). Les produits alimentaires retirés de la vente sont remis à des associations ou orientés vers une filière de compostage. GPA (Multivarejo) a poursuivi dans ses magasins son programme interne d'extension du geste de tri pour le carton et les déchets organiques; Assaí a expérimenté le tri des déchets organiques sur six magasins et amélioré son monitoring de la performance de tri.
Éxito	Monitoring des tonnages valorisés par magasin. Mise en place de procédure encadrant la gestion des déchets des magasins. Mise en place de délégués environnement en charge de la sensibilisation et de la formation des collaborateurs et de la sensibilisation des clients. Gérée par la Fondation Éxito, la vente des matériaux recyclables contribue à hauteur de 38 % de ses ressources financières.

OBJECTIF 2017	
	<p>Développer les actions de collecte et de recyclage des produits usagers des clients (ampoules, piles, batteries, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - nouveaux partenariats avec les fournisseurs, les recycleurs et les organisations locales - assurer la lisibilité et la propreté des points de collecte dans les magasins - augmenter le nombre de magasins qui proposent ces services de collecte aux consommateurs - sensibiliser les clients et les personnels au geste de tri, au recyclage des produits usagés et à la lutte contre le gaspillage alimentaire
Groupe France	Suppression des sacs de caisse en plastique à usage unique.
Casino	<p>Suppression des Dates Limites d'Utilisation Optimum (DLUO) sur les produits MDD pour limiter le gaspillage alimentaire.</p> <p>Rabais sur les produits frais avant leur date de péremption.</p> <p>Casino met à disposition de ses clients dans tous ses magasins des bornes de collecte pour le recyclage des produits usagés.</p>
Monoprix	<p>Sensibilisation des clients à la lutte contre le gaspillage alimentaire : animations cook truck, fiches recettes, brochures.</p> <p>Animation des points de collecte installés dans les magasins avec les éco organismes partenaires.</p>
GPA	<p>70 hypermarchés et 140 supermarchés équipés en stations de collecte d'emballages à usage unique.</p> <p>Partenariat avec Braskem (pétrochimiste brésilien) pour le recyclage des plastiques collectés dans les stations.</p> <p>Mise en place dans les magasins de collecteurs pour le petit électroménager.</p> <p>Partenariat avec Nestlé pour la collecte et le recyclage des capsules.</p>
Exito	<p>Communications pour un usage raisonné et responsable des sacs en plastique pour lutter contre leur dispersion dans la nature.</p> <p>Mise à disposition des clients de bornes de collecte pour les piles déchargées, les appareils électriques et électroniques usagés, ou encore les médicaments périmés.</p>
Libertad	<p>Mise à disposition de collecteurs pour récupérer les piles usagées, les bouchons plastiques, les restes de repas à destination des animaux .</p> <p>Mise à disposition dans la ville de Cordoba de sacs réutilisables fabriqués sur place pour remplacer les sacs à usage unique.</p>

PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ

OBJECTIF 2017	
	<p>Protéger et réhabiliter les espaces naturels :</p> <ul style="list-style-type: none"> - agir pour la protection et la réhabilitation d'espaces naturels fournissant des services écosystémiques (eau, sol, nourriture, fibres, combustibles, pollinisation, etc.)
Périmètre	Principales réalisations 2017
Groupe	Réalisation d'une étude d'évaluation de l'impact de nos ventes alimentaires sur la biodiversité faisant ressortir la nécessité de rééquilibrer l'alimentation des populations en protéines végétales et de privilégier les filières biologiques et agro écologique dans les prochaines années.
Exito Libertad	<p>Libertad soutient l'initiative appelée BanCO2 où les paysans sont aidés financièrement pour protéger des écosystèmes stratégiques du pays.</p> <p>Exito a parrainé 16 familles, y compris une réserve indigène et une population afro-descendante. Dans ce contexte c'est 130 000 hectares d'écosystèmes stratégiques qui sont protégés en Colombie.</p>
Monoprix	<p>Mise en place par Monoprix de l'initiative "Tous Cultiv'acteurs" qui vise à l'adoption progressive par les producteurs partenaires de pratiques agroécologiques, interdisant certains pesticides et protégeant les pollinisateurs. Elle a reçu le grand prix Entreprise et Environnement 2017 décerné par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) et le ministère de la Transition écologique et solidaire.</p> <p>La biodiversité urbaine est progressivement améliorée par l'introduction de murs végétalisés (5 magasins en 2017).</p>
OBJECTIF 2017	
	Réduire l'impact des matières premières du Groupe sur la biodiversité : huile de palme, élevage bovin au Brésil, pêche durable etc. et déployer les politiques définies
Casino	Formation des chefs de rayons aux enjeux de la pêche durable.
Vindémia	Extinction complète des lumières des parkings et des enseignes la nuit en période de forte migration des oiseaux.
Exito	<p>Accord avec le WWF, Climate Focus, la Fondation Natura et la nouvelle Fédération des éleveurs pour la validation de critères de vérification des fermes (plantation d'arbres, de haies, protection des ressources en eau, pour la mise en place d'espaces sylvo-pastoraux, ...).</p> <p>Mise en place de délégués environnementaux en charge de la sensibilisation à la protection de l'environnement auprès des enfants de 4 à 9 ans à travers des parcours guidés en magasins.</p>

Cf. Commerçant responsable pour les politiques et réalisations relatives aux produits et fournisseurs en matière de Biodiversité.

**Retrouvez le Document de référence 2017
ainsi que nos Rapports de progrès RSE
sur www.groupe-casino.fr**



CONTACTS

Direction de la Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

Tél. : +33 (0)1 53 70 51 97

Direction de la Communication externe Groupe

Tél. : +33 (0)1 53 65 24 29

E-mail : directiondelacommunication@groupe-casino.fr

**Direction de la Communication financière
et des relations investisseurs**

Tél. : +33 (0)1 53 65 64 17

E-mail : IR_casino@groupe-casino.fr

Site Internet Groupe

www.groupe-casino.fr

SERVICE RELATIONS ACTIONNAIRES DE CASINO

1, Cours Antoine Guichard
CS 50306 - 42008 SAINT-ETIENNE Cedex 1
Site Internet : www.groupe-casino.fr
E-mail : actionnaires@groupe-casino.fr
Numéro Vert : 0800 16 18 20
(appel gratuit depuis un poste fixe)

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

BNP Paribas Securities Services – GCT
Relations Actionnaires
Grands Moulins de Pantin

9, rue du Débarcadère F-93761 Pantin Cedex

Tél. : +33 (0)1 40 14 31 00

Établissement mandaté pour la gestion du registre nominatif.

CASINO, GUICHARD-PERRACHON

Le capital social de CASINO, GUICHARD-PERRACHON est au 09/03/2018 de : 169 192 562,22 euros

Siège social

1, Cours Antoine Guichard
CS 50306 - 42008 SAINT-ETIENNE Cedex 1
Tél. : +33 (0)4 77 45 31 31
Fax : +33 (0)4 77 45 38 38
554 501 171 RCS Saint-Étienne Cedex 2

Bureaux à Paris

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

RÉALISATION

Direction de la Communication externe Groupe

Conception et réalisation bureau**Z** avec L'éclaireur

Maquette Éric Bury | Shaman

Crédits photo CA Content / Cédric Daya / Yohanne Lamoulère, Compagnie LR / Simon Lourié / Jean-Philippe Moulet / Alain Potignon / photothèque interne