

Pacte mondial
des Nations unies
Communication
sur le progrès

2015



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

Le Groupe



Le groupe Casino, dont la taille a doublé en l'espace de cinq ans, tire aujourd'hui profit de son nouveau profil tout en restant fidèle à ses fondamentaux. Acteur historique de la distribution en France, il est devenu l'un des leaders mondiaux du commerce alimentaire. Sa politique d'innovation permanente, sa capacité à s'adapter aux réalités locales, ses engagements sociétaux volontaristes en font un acteur unique dans l'univers de la distribution et lui permettent, au quotidien, de mettre en œuvre son ambition : "nourrir un monde de diversité".

Message du Président

La réussite du groupe Casino repose sur un modèle de développement économique et social durable : responsable, ouvert, solidaire. Grâce à ses 336 000 collaborateurs dans le monde, il défend une vision du commerce axée sur l'initiative, l'adaptation et la proximité qu'il entretient avec ses clients.

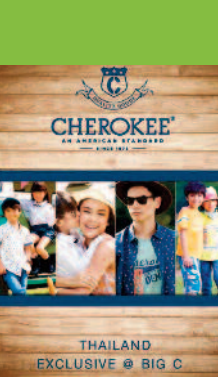
Ses valeurs, partagées par toutes les filiales, conjuguent un profond respect des cultures locales, un esprit de conquête et d'innovation au service des clients, des engagements sociétaux et environnementaux volontaristes et la conviction que la diversité est une richesse.

Sa dimension internationale lui offre de nombreuses opportunités pour échanger les meilleures pratiques et développer sa politique RSE. Dans tous les pays où il est implanté, le Groupe continue de réduire son empreinte environnementale, d'encourager les filières d'approvisionnement local auprès de petits producteurs, de soutenir la protection de l'enfance et l'égalité des chances, de lutter contre toutes les discriminations avec une approche innovante, de renforcer l'engagement des équipes et de promouvoir un management bienveillant.

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

Jean-Charles Naouri,
Président-directeur général
Groupe Casino

Chiffres clés 2014



48,5 milliards d'euros

chiffre d'affaires consolidé HT

2,231 milliards d'euros

résultat opérationnel courant

+4,7% de croissance organique¹
des ventes du Groupe

58% du chiffre d'affaires
du Groupe réalisé à l'international

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

336 000 collaborateurs
dans le monde²

52 % de femmes
dans les effectifs

41 % de collaborateurs
de moins de 30 ans

14 574 magasins
dans le monde

9,5 millions de m²
de surfaces de vente

Distribution

N°1 au Brésil

N°1 en Colombie

N°1 au Vietnam

N°2 en Thaïlande

E-commerce

6^e acteur mondial coté en bourse

1^{er} employeur privé
au Brésil

1^{er} employeur privé
en Colombie

¹ Hors essence et calendaire.

² Effectifs inscrits en CDI et CDD au 31/12/2014.

Faits marquants RSE



France Formation au management bienveillant

Le groupe Casino a lancé en 2014 un programme interne de formation axé sur la sensibilisation au management bienveillant. Cette approche a pour objectif de motiver les collaborateurs tout en donnant du sens à l'action. Plus de 1000 managers de plusieurs enseignes ont participé au programme mis en œuvre avec le Dr Philippe Rodet, un médecin urgentiste expert du stress au travail.

France Le guide des pratiques environnementales

Destiné à sensibiliser managers et collaborateurs, le Guide des Éco-gestes en magasins diffusé dans les enseignes Casino en France est conçu comme un outil d'information et d'auto-évaluation.



Argentine "Caisse verte" dans les magasins Libertad

Dans le cadre du programme de RSE Juntos en Acción, les hypermarchés Libertad ont mis en place la "caisse verte", un concept novateur qui vise à sensibiliser le consommateur et réduire l'utilisation de sacs en plastique.



Brésil Campagne de recrutement pour les personnes en situation de handicap

Assaí a lancé une campagne majeure pour recruter des travailleurs en situation de handicap afin de pourvoir 150 emplois disponibles dans 80 magasins à travers le pays. Cela a contribué à augmenter de 75% en deux ans le nombre de personnes en situation de handicap dans l'enseigne.



France Consommer responsable avec "Choisir c'est agir"

Casino renouvelle sa campagne de consommation responsable "Choisir c'est agir", mise en place avec la fondation GoodPlanet afin de sensibiliser les consommateurs. La campagne a été déployée dans plus de 2 500 magasins.

Colombie - Décembre 2014 Avec Campo Vivo pour le commerce équitable

Éxito s'allie à l'entreprise sociale Campo Vivo, qui permet à de petits agriculteurs de se former aux pratiques agricoles durables, pour assurer la distribution de leurs produits. Une nouvelle preuve de l'engagement d'Éxito en faveur des petits producteurs et du commerce équitable.





Colombie
Mouvement national pour éradiquer la malnutrition

La Fondation Éxito mène un mouvement national, "Gen Cero", qui ambitionne de combiner les efforts des organismes publics et privés afin d'éradiquer la malnutrition infantile d'ici 2025.



Brésil - janvier 2015
Première promotion du programme "Prosperar"

En partenariat avec l'Instituto GPA et la Fondation Getúlio Vargas, une des meilleures écoles d'administration d'entreprise du Brésil, le programme "Prosperar" offre des bourses d'études fondées sur le mérite qui permettent aux étudiants issus de familles modestes de financer leurs études. Les 17 premiers étudiants ont démarré leur cursus en janvier.

France
Vaincre les préjugés sur l'apparence physique

En 2014, le Groupe a initié un programme de prévention sur la discrimination liée à l'apparence, un sujet sensible, au carrefour de nombreuses formes de discrimination.

Le guide "L'apparence physique, déconstruire les stéréotypes, vaincre les préjugés" a été communiqué à 4 000 managers.

LES PRÉJUGÉS, ÇA TROMPE ÉNORMÉMENT!



Juillet 2015
Plus de 10 000 membres pour le réseau social Casino World Community

La plateforme web communautaire Casino World Community, accessible à tous les collaborateurs dans le monde, s'est transformée en véritable réseau social d'entreprise. Plus de 10 000 d'entre eux ont déjà rejoint le site web de la communauté, où ils accèdent à des news, un parcours de découverte interactif et des challenges thématiques.



Vietnam - décembre 2014
Big C Ninh Binh certifié bâtiment écologique

Le Centre commercial Big C Ninh Binh s'est vu attribuer le Lotus d'Argent version 1.1, une norme attribuée par le Conseil du bâtiment écologique du Vietnam (VGBC). La certification a été obtenue grâce à l'efficacité énergétique de la structure du bâtiment, le système de pilotage de la consommation d'énergie, la performance des équipements d'éclairage, le recyclage des matériaux et le traitement des eaux usées.



France - mars 2015
Partenaire du Service civique

Pour les 5 ans du Service civique, le Groupe a signé le Manifeste des entreprises engagées aux côtés d'Unis-Cité, association pour le Service civique des jeunes, qu'il soutient via des partenariats concrets, comme le programme de sensibilisation "Mieux s'informer, mieux acheter, mieux utiliser".



La RSE au cœur du modèle de développement du Groupe

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

INNOVATION SOCIALE : L'ESPRIT PIONNIER

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

15 PRIORITÉS STRUCTURANTES

La démarche Esprit RSE comprend quinze priorités axées sur cinq domaines de responsabilité. Cette démarche a été élaborée en cohérence avec les neuf engagements de la charte éthique du Groupe, qui rappelle son attachement aux principes fondamentaux de la Déclaration universelle des droits de l'homme, aux conventions fondamentales de

l'Organisation internationale du travail (OIT) et aux 10 principes du Pacte mondial des Nations unies, dont le Groupe est signataire.

Employeur engagé

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

Commerçant responsable

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

Partenaire de confiance

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

Groupe mobilisé pour l'environnement

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

Acteur local solidaire

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



En 2014, le groupe Casino a reçu le Grand Prix ESSEC de la distribution Responsable pour la 2^e fois consécutive, ainsi que plusieurs Prix pour les actions menées en faveur de la Diversité en France, notamment le Prix du journal LSA, et ses actions à l'International.

UNE ORGANISATION DE TERRAIN

Le déploiement et l'animation de cette démarche de progrès sont assurés par la direction RSE du Groupe, créée en 2010 afin d'accélérer la mise en œuvre des engagements au sein des filiales. Le Comité stratégique RSE, constitué de 12 membres (dont 9 membres issus du Comité exécutif) valide les axes d'engagement en cohérence avec la norme ISO 26000. Un réseau de correspondants RSE est actif au sein de chaque filiale en France et à l'international. Les référents environnement se réunissent régulièrement au sein des ateliers Excellence verte. Enfin, la mise en place de la politique RSE est animée par différents Comités dont le Comité de pilotage Ressources humaines, le Comité scientifique Nutrition Santé, le Comité Qualité, et les Comités de suivi et de coordination RSE des filiales en France et à l'international. Les principales filiales du Groupe publient des rapports RSE : Grupo Éxito, GPA, Big C Thaïlande, Libertad, ainsi que Monoprix en France ■

Des indices de référence

Le groupe Casino est présent dans les indices d'investissement socialement responsable (ISR) suivants : FTSE4GOOD, Vigeo Eurozone 120, Ethibel et Dow Jones Sustainability Index World, ECPI Indices/EMU Ethical Equity. Éxito est présent dans le Dow Jones Sustainability Index for emerging countries. Ces indices incluent les sociétés les mieux notées selon les critères sociaux, environnementaux et de gouvernance. Le Groupe répond depuis 2013 au Carbon Disclosure Project (CDP).

DIALOGUE

Comprendre les attentes des parties prenantes

Le Groupe s'efforce de nouer un dialogue régulier et constructif avec ses parties prenantes au niveau local et national, dans chacun des pays où il est présent. Il privilégie un dialogue ouvert, qualitatif, avec pour objectif de développer et co-créer des projets ou des partenariats innovants.

Au niveau Groupe, afin de mieux structurer ce dialogue et de comprendre les attentes des parties prenantes, celles-ci sont invitées à intervenir lors des Comités stratégiques RSE sur des thématiques majeures. Les thèmes abordés ces deux dernières années sont l'analyse des enjeux RSE du Groupe, l'impact carbone des activités, l'impact des matières premières sur la déforestation, et la politique d'éthique sociale.

Au Brésil, GPA a mené une étude de matérialité qui a permis de confirmer les attentes des collaborateurs quant à l'engagement social et solidaire de GPA, la qualité de vie au travail et l'équité des salaires. Les parties prenantes externes ont souligné l'importance des enjeux de la consommation responsable, du développement des PME et de l'emploi local.

Le groupe Casino participe aux travaux du Réseau des Entreprises et du Handicap de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) en tant que membre fondateur de ce réseau, de l'Initiative Clause Sociale (ICS), d'Entreprises pour les droits de l'homme et soutient le Global Social Compliance Program (GSCP). Le Groupe entretient un dialogue régulier avec les acteurs de l'investissement socialement responsable, comme les agences de notation et les fonds d'investissement éthiques.

NOUVEL ACCORD RSE

Des engagements renforcés

Casino a signé en avril 2014 avec les quatre organisations syndicales représentatives un Accord sur la RSE qui réaffirme la volonté d'intégrer la RSE dans le modèle économique et social de l'entreprise. Cet accord prévoit la création d'une commission RSE avec les organisations syndicales, et plus de 50 nouvelles initiatives pour les 15 priorités du Groupe.

La diversité des talents, un moteur pour le Groupe

Employeur responsable, ouvert et solidaire, le groupe Casino déploie des dispositifs innovants pour encourager la mixité et la diversité de ses talents et accompagner leur développement.

PIONNIER DANS LA LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Employeur majeur dans tous les pays où il est présent, le groupe Casino respecte l'identité et la culture de ses collaborateurs et considère la diversité comme un facteur de performance économique. C'est pourquoi le Groupe s'emploie depuis 1993 à lutter contre toutes les formes de discrimination. Dans une dynamique d'innovation sociale, le Groupe a défini une politique volontariste visant à favoriser le recrutement de profils variés, à promouvoir l'égalité professionnelle à tous les niveaux de l'entreprise et à favoriser le vivre

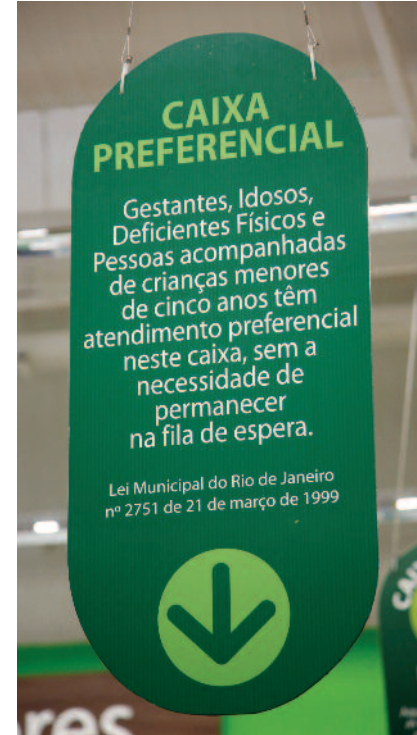
ensemble. En partenariat avec les organisations syndicales, il mène ainsi des politiques ambitieuses en matière de handicap, d'origines, d'insertion des jeunes, d'égalité hommes-femmes et sensibilise ses équipes aux discriminations liées à l'orientation sexuelle¹, aux convictions religieuses ou encore à l'apparence physique (voir encadré). Preuves de son engagement, le Groupe a reçu le "Label Diversité" en 2009 et le "Label Égalité professionnelle" en 2013. Deux certifications de l'Afnor qui n'avaient jamais auparavant été délivrées à un groupe de distribution.



ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES TALENTS

Les talents du Groupe sont accompagnés grâce à des processus d'évaluation, qui permettent de développer les compétences via des parcours de formation adaptés et de favoriser la mobilité. Ainsi la proportion des

¹ Le Groupe est signataire de la Charte d'engagement LGBT, pour une égalité des droits et de traitement entre toutes les collaboratrices et collaborateurs, quelles que soient leur orientation sexuelle et leur identité de genre.



postes pourvus en interne ne cesse de croître grâce à des passerelles entre filiales. La dimension internationale du Groupe et l'expansion de l'activité e-commerce offrent aux collaborateurs de nouvelles perspectives d'évolution. Pour développer un vivier de jeunes managers multiculturels, le Groupe s'appuie sur le *graduate*

Plus de 61 000 collaborateurs des enseignes alimentaires de GPA ont bénéficié d'une formation en 2014.

program Jeunes talents internationaux. Chaque année depuis 2010, une promotion de jeunes collaborateurs, femmes et hommes de toutes les nationalités du Groupe, bénéficient du programme : ils constituent aujourd'hui une véritable communauté transverse de managers, présente dans tous les pays d'implantation du Groupe.

Afin de promouvoir une culture managériale commune, fondée sur les valeurs CLÉS du Groupe – conquête, loyauté, exigence et solidarité –, un référentiel commun des Attitudes et comportements managériaux est déployé dans les filiales. Il compte aujourd'hui pour 20 à 30 % dans la rétribution de la performance des managers. >>> page suivante

CULTURE GROUPE

Welcome to the Casino World Community

Après le succès du Casino World Challenge, jeu en ligne qui a rassemblé plus de 11 000 participants dans 7 pays, le Groupe a lancé en 2014 la Casino World Community, plateforme web communautaire accessible à tous les collaborateurs dans le monde. Près de 7 000 d'entre eux ont déjà rejoint le site web de la communauté, où ils accèdent à des news, un parcours de découverte interactif et des challenges thématiques.

Objectif : mieux connaître le Groupe mais aussi soutenir des projets solidaires sélectionnés par leur pays. La mécanique est simple : en jouant en ligne, les collaborateurs engrangent des points qu'ils peuvent utiliser pour voter en faveur des projets associatifs sélectionnés. Dans chaque pays, le projet recueillant le plus de votes est financé grâce à la mobilisation des membres de la communauté.



RENFORCER LE LEADERSHIP FÉMININ



La représentativité des femmes au sein de l'encadrement, un des axes majeurs de la politique en faveur de l'égalité, progresse régulièrement. Un baromètre "Gender equality" a été mis en place afin de suivre à travers huit indicateurs clefs l'évolution de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, pays par pays. Le Groupe a signé une Charte de la Parentalité en entreprise. La part des femmes

dans les comités de direction au Brésil et en Argentine a ainsi augmenté de trois points. Elle progresse de quatre points en Thaïlande et de 12 points au Vietnam, pays qui atteignent 38 % de femmes dans les comités de direction. GPA a mis en place plusieurs initiatives, notamment le programme *Mulheres na Liderança* au sein de Via Varejo. Ce plan volontariste de recrutement et de formation a permis à 22 femmes recrutées en externe d'accéder à la fonction de Directrice de magasin. En France, le réseau de femmes "C'avec elles" réunit plus de 500 cadres femmes et hommes. Particulièrement actif, il a organisé en 2014 une dizaine d'événements. Enfin, le programme de formation Performance et mixité réunissant des collaboratrices de différents pays, a été mis en place pour soutenir l'évolution des talents féminins ■

Depuis 2014, le Comité exécutif de Monoprix est majoritairement féminin.

BRÉSIL

Collaborateurs engagés

Afin de mesurer le climat social interne, le groupe Casino réalise des enquêtes régulières auprès des collaborateurs.

En 2014, GPA a interrogé 149 000 collaborateurs, recueillant 83 % de réponses. Le taux d'engagement des collaborateurs a augmenté de 4 points par rapport à la dernière enquête de 2012. 73 % des collaborateurs estiment travailler dans un environnement ouvert, qui accepte les différences individuelles, et 74 % d'entre eux n'hésiteraient pas à recommander GPA à un ami qui recherche un emploi.

THAÏLANDE

Big C Academy

La filiale thaïlandaise Big C développe depuis plusieurs années une large offre de formation pour ses collaborateurs. La Big C Academy propose ainsi des parcours de formation métiers destinés aux équipes des hypermarchés, associés depuis 2014 à un programme d'identification et de gestion des talents. Objectif : s'assurer que les collaborateurs disposent de l'accompagnement nécessaire pour développer tout leur potentiel.

INSERTION DES JEUNES

Un contrat entre les générations

Des "contrats de génération" ont été mis en place en France pour favoriser l'insertion professionnelle des jeunes tout en maintenant dans l'emploi des salariés âgés. En assurant la transmission des compétences via un dispositif de parrainage, ce programme complète les actions de tutorat en faveur des 1 900 alternants que compte le Groupe. Autre engagement : le Groupe soutient l'emploi dans les quartiers prioritaires en partenariat

avec le ministère de la Ville et le Réseau des entreprises pour l'égalité des chances dans l'éducation. Il met un site dédié à la disposition des jeunes : www.alternance-stages-casino.fr. Au Brésil, GPA a développé pour les jeunes défavorisés des formations aux métiers d'hôtesse et d'hôte de caisse, d'agents de centres d'appel, de boulangers et de pâtisseries. Plus de 950 jeunes ont bénéficié de ces formations.

APPARENCE PHYSIQUE

Un guide pour vaincre les préjugés

Engagé depuis 20 ans dans la promotion de la diversité, le Groupe lutte contre toutes les discriminations, avec une approche innovante. Objectif : combattre au quotidien les idées reçues et donner aux managers des recommandations pour adopter et promouvoir les bonnes attitudes. En

**LES PRÉJUGÉS,
ÇA TROMPE
ÉNORMÉMENT!**



2014, il engage une démarche afin de prévenir les discriminations liées à l'apparence physique, sujet sensible au carrefour de nombreuses discriminations. Un groupe de travail interne a été constitué, et un questionnaire envoyé à 800 collaborateurs. Les conclusions ont permis d'éditer le guide "L'apparence physique, déconstruire les stéréotypes, vaincre les préjugés", communiqué à 4 000 managers.

HANDICAP

Une mobilisation internationale

Priorité historique du Groupe, l'insertion des personnes en situation de handicap a fait l'objet en 2014 d'une campagne déployée en quatre langues, autour de la mascotte Handino. Partout, les entités du Groupe déploient des programmes d'actions. En France, les enseignes Casino, qui comptent 13 % de collaborateurs en situation de handicap, poursuivent leur politique d'aide aux aidants familiaux qui encourage la solidarité entre salariés : 245 jours de congé ont été offerts à des collaborateurs qui aident un membre de leur famille handicapé ou dépendant. Le film "Monoprix, les sourires" lutte avec sensibilité contre les stéréotypes liés au handicap, alors que l'enseigne vient de renouveler son engagement triennal de recruter 180 collaborateurs et de rénover l'accessibilité de 345 magasins. Big C Thaïlande, distinguée pour sa politique de recrutement par le ministère du Travail, emploie 367 personnes en situation de handicaps, dépassant de 37 % le quota légal. En 2014, un accord a été conclu avec la Fondation Universal afin d'installer dans 27 magasins des kiosques téléphoniques pour assister les personnes malentendantes. Au Brésil, GPA a lancé une grande campagne de recrutement avec 150 postes proposés dans 80 magasins Assai.

Agir efficacement pour la santé, la sécurité et le bien-être au travail

Pour mener des actions au plus près des besoins, les équipes sont placées au cœur de la démarche d'amélioration de la sécurité et de la santé physique et psychique des collaborateurs du Groupe.



UNE DÉMARCHÉ STRUCTURANTE

La prévention des risques professionnels constitue un axe majeur de la politique de santé et de sécurité au travail du Groupe. Dans les enseignes Casino en France, elle est élaborée conjointement avec les partenaires sociaux dans le cadre de l'accord Groupe sur la santé et la sécurité au travail signé en 2010. De nombreuses actions de prévention sont ainsi entreprises dans le domaine des risques routiers, de la pénibilité, des risques psychosociaux et de la santé.

LA PRÉVENTION PAR L'ÉCOUTE

Menée par les managers de proximité, la démarche d'écoute des collaborateurs sur l'organisation et les conditions de travail continue de s'étendre en France. Elle vise à évaluer et prévenir les risques professionnels grâce aux informations issues du ressenti des collaborateurs.

Une fois formés, les managers sont en mesure de mener chaque année des entretiens destinés à faire émerger des axes de progrès.

Les idées émises sont appliquées sur le terrain. Cette démarche couvre aujourd'hui les hypermarchés Géant Casino, les supermarchés Casino, les entrepôts Easydis, Cdiscount et poursuit son déploiement au sein de la branche Restauration.

LES JOURNÉES SANTÉ

En 2014, plusieurs journées de prévention ont été organisées afin de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux de la santé. Destinées à prévenir les troubles musculo-squelettiques [TMS], des sessions de sensibilisation à l'ergonomie du poste de travail administratif se sont déroulées avec des projections de films, échanges avec le médecin de santé au travail et un ergonome. Autres risques, autres thèmes : des ateliers de prévention et d'information consacrés au tabac, à la nutrition, ou encore au diabète ont été organisés sur des sites opérationnels en France... Ces journées, conçues pour répondre efficacement aux questionnements des collaborateurs, remportent toujours un franc succès ■



MANAGEMENT BIENVEILLANT

Motiver en donnant du sens à l'action

Le Groupe a initié en 2014 avec un médecin urgentiste, expert du stress au travail, un programme de sensibilisation et de formation au management bienveillant. Objectif : développer la motivation des collaborateurs, dans un contexte économique exigeant, en privilégiant un exercice bienveillant de la responsabilité managériale. Plus de 800 managers ont participé au programme de formation mis en place avec le Dr Philippe Rodet. Des tables rondes ont été organisées afin d'identifier les bonnes pratiques managériales et de les déployer. Accessible à tous les managers, une plateforme de formation a également été mise en ligne.

Les marques propres : l'ADN du Groupe

Composantes essentielles de l'identité du groupe Casino, les marques propres des enseignes constituent depuis toujours un atout différenciant auprès des clients. Qualité, innovation, plaisir du goût, santé : les exigences du Groupe en la matière sont exemplaires.

LE PLAISIR DU GOÛT AU QUOTIDIEN

Dans chacun des pays où elles sont implantées, les enseignes du Groupe proposent des marques performantes, adaptées à la culture locale, reconnues pour leur qualité et choisies pour leurs prix compétitifs. En France, le groupe Casino se fixe pour ambition de proposer des produits aux qualités gustatives exceptionnelles. Le partenariat de longue date avec Michel Troisgros, chef 3 étoiles au guide Michelin, permet de concevoir les produits phares de la gamme premium Casino Délices. Avec Florent Boivin, meilleur ouvrier de France, le Groupe retravaille les recettes de ses meilleures ventes de produits Casino et organise des tests organoleptiques auprès des consommateurs : ceux qui obtiennent la meilleure note face aux produits concurrents sont élus "N°1 en goût" (voir encadré). Les marques Monoprix Gourmet et Marché Franprix font l'objet d'une démarche de progrès continu, pour améliorer en permanence

les recettes et proposer de nouvelles références aux clients. Et pour Leader Price, c'est Jean-Pierre Coffe qui met depuis cinq ans son talent et son exigence au service du goût, à travers notamment les produits Sélection de nos régions.

ENGAGEMENTS NUTRITIONNELS TENUS

Signataire dès 2008 d'une Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels, le Groupe optimise les qualités nutritionnelles des produits en diminuant la teneur en graisses, en sucres simples et en sel ainsi qu'en substituant certains ingrédients par d'autres ayant un meilleur profil nutritionnel. Une démarche a également été engagée pour supprimer ou limiter certains conservateurs en privilégiant la naturalité des produits. Plus de 2 000 recettes ont ainsi été retravaillées. En France, la grande majorité des références alimentaires à marque Casino bénéficient d'un étiquetage nutritionnel facilement lisible. En Colombie, 1 900 produits

à marque propre de Grupo Éxito en sont également dotés, tandis que Big C au Vietnam propose l'étiquetage nutritionnel sur 100 % de ses produits à marque distributeur.

SOUTIEN AUX FILIÈRES LOCALES

Parce que la confiance des clients passe aussi par la réassurance sur les origines des produits, l'approvisionnement local auprès de petits producteurs est encouragé partout où le Groupe est présent. En France, le Groupe soutient les filières locales en développant des partenariats avec des agriculteurs, des vigneron, des éleveurs, des mareyeurs et des ports de pêche, notamment à travers ses programmes Le Meilleur d'ici, Ici en France, Ça vient d'ici, La Criée et sa marque Terre & Saveurs. Avec le programme Caras do Brasil, Pão de Açúcar permet à des coopératives artisanales de vendre leurs produits au sein de ses magasins. De leur côté, Grupo Éxito, Libertad et Big C Vietnam développent des partenariats avec les producteurs locaux qui permettent de proposer aux clients des denrées de qualité au meilleur prix.

>>> page suivante



FRANCE

Élus n°1 en goût

Le Groupe retravaille les recettes de centaines de produits à marque propre Casino, dans l'objectif de développer des produits du quotidien au goût exceptionnel, à prix inchangé. Testés à l'aveugle par 120 consommateurs en moyenne, contre les produits équivalents de l'ensemble des concurrents, distributeurs ou marques nationales, les produits qui obtiennent la meilleure note bénéficient du label "élu n°1 en goût". Les recettes revisitées de la pizza quatre fromages, du pur jus d'orange ou encore des pains au lait Casino sont ainsi devenus des références, qui témoignent de l'engagement du Groupe à offrir à ses clients le meilleur du goût au quotidien.



Casino

La nouvelle signature "Ça vient d'ici" lancée par Casino en France illustre la volonté de travailler avec les filières locales.

LA QUALITÉ À LA PORTÉE DE TOUS

La volonté de mettre l'excellence à la portée de tous s'illustre aussi dans le domaine de la mode. En France, Monoprix a habitué ses clients à des collaborations prestigieuses. Après l'arrivée dans les rayons de Monop' make-up, la nouvelle marque propre cosmétique, 2014 a vu le lancement en exclusivité chez Monoprix de la ligne de maquillage trendy et accessible siglée Elle. Côté textile, l'enseigne a accueilli les collections exclusives de Roseanna, Heimstone, Orla Kiely et Alix Thomsen, et a invité, à l'occasion de la Coupe du monde, de jeunes talents brésiliens à

présenter plusieurs dizaines de pièces mode et maison. Et pour les fêtes de fin d'année, le designer José Lévy a conçu une sublime collection capsule transversale couvrant la mode, la maison et même l'alimentaire.

Chez Grupo Éxito, les collections textiles d'Arkitekt et Bronzini sont des références, réputées pour la qualité du travail mené avec des entreprises locales de confection (voir p. 60). Elles connaissent désormais un destin international : les sous-vêtements et pyjamas Bronzini sont distribués en France par les hypermarchés Géant, où ils seront rejoints courant 2015 par les collections Arkitekt ■

MDD CASINO

L'expertise du Comité santé

Groupe d'experts indépendants de haut niveau, médecins, expert gastronome, agronome, économiste ou encore sociologue, le Comité santé accompagne Casino pour analyser les tendances scientifiques dans le domaine de la nutrition et de la santé et anticiper les attentes des consommateurs. Au programme des rencontres trimestrielles du Comité, la consommation en sel, l'agro-écologie, les perturbateurs endocriniens, les pesticides, les antibiotiques... Objectif : permettre la mise en place d'actions sur les produits de marques propres et faire de Casino le référent dans le domaine de la santé.



SOURCING

Soif de naturalité

Dans le sillage de Casino Bio, Monoprix Bio et Leader Price Bio, la marque Taea au Brésil propose 336 produits issus de l'agriculture biologique. Le nombre de références à marque propre certifiées bio proposées par GPA est de plus de 20 %. De son côté, Big C Vietnam a lancé sa gamme Huong vi issue de techniques de culture et d'élevage labellisées. En Colombie, Éxito développe un programme de certification des bonnes pratiques agricoles auprès de ses fournisseurs de fruits et légumes. En France, Casino innove avec sa marque Terre & Saveurs, qui lance en 2014 une gamme de volaille élevée sans antibiotique.



MDD INTERNATIONALE Finlandek arrive en France

Après la Thaïlande, le Vietnam et le Brésil, la marque colombienne Finlandek de décoration, linge de maison et arts de la table, lancée par Éxito, poursuit sa conquête des enseignes du Groupe en France, où elle a été choisie par les hypermarchés Géant pour tout l'univers de la maison. Elle déploie dans les rayons plus de 1 000 produits simples et beaux à des prix très accessibles. La gamme Finlandek est également en vente sur Cdiscount.



Maîtriser et réduire l'empreinte environnementale

Le groupe Casino a défini dès 2003 ses engagements en matière environnementale, réaffirmés par l'adhésion au Pacte mondial des Nations unies. Objectif : continuer à réduire son empreinte écologique.

BILAN CARBONE

Afin de maîtriser ses émissions de gaz à effet de serre, le Groupe réalise chaque année un bilan carbone portant sur l'ensemble de ses filiales à travers le monde. Les émissions de GES sont ainsi évaluées à 2,3 millions de tonnes équivalent-CO₂ en 2014 (scopes 1 et 2). Principaux postes d'émissions directes, les recharges de fluides frigorigènes, les consommations d'énergie et le transport de



marchandises sont au cœur des initiatives et des plans d'actions déployés par les enseignes tout au long de l'année.

DES PERFORMANCES ÉNERGÉTIQUES OPTIMISÉES

Partout où il est implanté, le Groupe continue d'améliorer l'efficacité énergétique de ses magasins via des contrats de performance énergétique (CPE) mis en place par sa filiale Green Yellow. Des experts en solutions énergétiques aident les enseignes à mieux maîtriser leurs consommations énergétiques, notamment en optimisant les meubles frigorifiques, les équipements d'éclairage et d'air conditionné et en pilotant avec précision la consommation des installations. En France, où 502 sites Casino ont obtenu en 2013 la certification ISO 50001 de leur système de management énergétique, la consommation d'électricité du Groupe a diminué de près de 7 % et 93 % des hypermarchés Géant sont équipés de portes sur leurs meubles frigorifiques à froid positif. En Colombie, les programmes mis en place avec Green Yellow ont permis à Grupo Éxito d'économiser en



2014 plus de 40 GWh, soit l'équivalent de la consommation électrique annuelle de 22 500 foyers. Au Brésil, une vingtaine d'hypermarchés Extra ont bénéficié de CPE cette année et une centaine de sites devraient intégrer le programme en 2015.

DES MEUBLES FROIDS PLUS ÉCO-EFFICIENTS

Le Groupe s'emploie à réduire les fuites de fluides frigorigènes des meubles frigorifiques existants et développe des équipements permettant de réduire la charge initiale en fluides à fort pouvoir de réchauffement climatique (HFC). En 2014, une étude a été menée avec le soutien de l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) et un cabinet expert, afin de consolider le retour d'expérience des magasins en France et au Brésil et comparer l'éco-efficacité des solutions de maintenance. Elle a permis de concevoir un outil d'aide à la décision pour prendre en compte l'impact environnemental, financier et énergétique des solutions proposées lors des achats d'équipements frigorifiques.

>>> page suivante

FRANCE

Guide des éco-gestes en magasins

Destiné à sensibiliser managers et collaborateurs, le Guide des Éco-gestes en magasins diffusé dans les enseignes Casino en France est conçu comme un outil d'information et d'auto-évaluation. Tri des déchets, consommations énergétiques : il incite à adopter des comportements éco-responsables.



Grupo Éxito a économisé en 2014 plus de 40 GWh, soit l'équivalent de la consommation électrique annuelle de 22 500 foyers.



RÉDUIRE L'IMPACT DES TRANSPORTS

En matière de transports, le Groupe continue d'optimiser les distances parcourues et d'améliorer la qualité de la flotte : 20 camions propres au gaz naturel sont dédiés aux livraisons des magasins Monoprix et 51 camions Citygreen, plus propres et silencieux, réalisent 80% des livraisons urbaines de Casino. Easydis, la filiale logistique de Casino, travaille avec les fournisseurs pour réduire l'impact des livraisons : livraison d'entrepôt par voie ferroviaire, déploiement de la palette carton, livraisons conjointes... Au Vietnam, Big C a développé la livraison par voie fluviale des magasins situés au Centre et au Nord du pays. Enfin, un nouvel indicateur de suivi de l'impact en Kg.Co₂eq par tonne kilomètre, commun à toutes les filiales, a été défini cette année. Il sera déployé en 2015.

OBJECTIF RECYCLAGE

Recycler les cartons et plastiques de livraison, trier les déchets organiques fermentescibles... Partout où elles sont implantées, les filiales du Groupe s'efforcent de réduire les déchets d'exploitation et d'augmenter leur taux de valorisation. Elles développent pour cela des actions de formation aux techniques de tri et de sensibilisation des collaborateurs en magasins et entrepôts, et mettent en place des filières locales de recyclage. GPA continue de déployer son système de gestion intégrée des déchets qui consiste à assurer le compostage des résidus organiques et la valorisation des déchets recyclables. En 2014, ce dispositif est déployé dans 147 magasins. Au total, plus de 230 000 tonnes de déchets (cartons, plastiques, organiques) ont été valorisées en 2014 dans le Groupe, dont 113 000 en France ■



ARGENTINE

Libertad adopte la caisse verte

Dans le cadre du programme RSE de Libertad, Juntos en Acción, 13 des 15 hypermarchés de l'enseigne ont mis en place une "caisse verte". Concept novateur en Argentine, la caisse verte vise à sensibiliser les consommateurs afin de réduire l'utilisation de sacs plastiques. Au passage en caisse verte, aucun sac plastique à usage unique n'est distribué. La démarche est expliquée aux clients par les hôtesses de caisses, qui leur proposent d'adopter les sacs en toile réutilisables vendus sur place.



COLLECTE DES DÉCHETS

Encourager le tri

Les enseignes sensibilisent leurs clients au recyclage et mettent à leur disposition des bornes de collecte en magasins. En 2014, 396 tonnes de piles, 67 tonnes d'ampoules, 2 565 tonnes de petits appareils électriques, 10 tonnes de cartouches d'encre ou encore 5 666 tonnes de papiers cartons ont été récupérées pour être valorisées.



FRANCE

Associer les clients pour une consommation responsable

Pour encourager les clients à être des consommateurs responsables, Monoprix affiche ses engagements en faveur du commerce équitable et de l'agriculture biologique et déploie en magasins sa campagne "C'est bien fait pour vous". Parallèlement, l'enseigne commercialise les fruits et légumes labellisés "Quoi ma gueule ?". Ces produits mal calibrés, difformes ou marqués par les intempéries sont vendus 30 % moins chers. Une initiative du collectif Les Gueules cassées, qui s'inscrit dans le plan de lutte contre le gaspillage alimentaire. De son côté, en partenariat avec Goodplanet, Casino renouvelle la campagne d'information "Choisir, c'est agir" sur la consommation responsable dans plus de 2 500 magasins.



GPA

Sensibiliser les collaborateurs

Séminaire managérial, groupes de travail thématiques sur les gaz réfrigérants et le transport de marchandises... Pour renforcer l'efficacité des actions mises en place, GPA associe les équipes des enseignes à la démarche de réduction de l'impact environnemental des magasins.

Être solidaire des plus fragiles

Dans chacun des pays où elles sont implantées, les enseignes du groupe Casino se mobilisent au profit des plus démunis, tandis que les fondations du Groupe se sont engagées de longue date en faveur de l'enfance.

UN ENGAGEMENT DURABLE AUPRÈS DES BANQUES ALIMENTAIRES



La solidarité avec les plus démunis mobilise les énergies du Groupe, à travers des actions de collecte dans ses magasins et entrepôts à travers le monde.

Partout, la collaboration avec les banques alimentaires est au cœur de la politique sociétale des enseignes du Groupe, à travers le ramassage de produits dans les magasins et des collectes auprès des clients. Une opération coordonnée entre la France et le Brésil a été mise en place pour les fêtes de Noël. Plus de 1 300 magasins des enseignes françaises se sont mobilisés lors de la collecte des banques alimentaires des 27 et

28 novembre 2014, permettant de collecter plus de 1 100 tonnes de produits de première nécessité. La semaine suivante, le 7 décembre 2014, l'Instituto GPA organisait au Brésil le Dia de Solidariedade, mobilisant 820 magasins pour collecter plus de 500 tonnes de denrées avec l'implication de 1 000 collaborateurs bénévoles, opération d'une ampleur exceptionnelle au profit des associations Amigos do Bem, Banco de Alimentos, Mesa Brasil... Un engagement partagé par les autres enseignes. En Colombie, Grupo Éxito a collecté plus de 3 010 tonnes de marchandises pour les banques alimentaires. Sur l'ensemble de l'année, 12 980 tonnes de produits alimentaires ont été données aux divers réseaux de banques alimentaires par le Groupe, soit l'équivalent de 25,9 millions de repas.

MULTIPLIER LES INITIATIVES LOCALES ET NATIONALES

Les enseignes du Groupe initient ou participent à des opérations au profit d'associations d'intérêt général. Ainsi, en France, Franprix soutient le Secours Populaire et la Croix Rouge grâce à "l'Arrondi", dispositif permettant

Plus de 25 millions équivalent repas ont été donnés par les enseignes du Groupe via la ramasse et les collectes en magasins.



ÉGALITÉ DES CHANCES

Première promotion du programme "Prosperar"

À l'initiative de Jean-Charles Naouri et du Pr Carlos Ivan Simonsen Leal, un partenariat a été signé entre la Fundação Getúlio Vargas, une des meilleures écoles d'administration d'entreprise du Brésil et l'Instituto GPA. Le programme "Prosperar" offre des bourses d'excellence permettant à des élèves méritants, issus de familles modestes, de financer leurs études. La première promotion a été recrutée en 2014 : elle compte 17 étudiants dont 11 préparent un master en administration publique et 6 un master en commerce.

aux clients d'arrondir leur ticket de caisse à l'euro supérieur, déployé dans 380 magasins. Monoprix soutient Emmaüs avec l'organisation de la 5^e édition d'une grande collecte de vêtements. Les magasins et entrepôts sont également encouragés à mettre en place des opérations pour soutenir les associations locales, via le programme "acteur local engagé". Ils déploient chaque année plusieurs centaines d'actions dans ce sens. Monoprix, grâce à la carte "microDon" proposée dans 59 magasins, a permis de collecter des fonds pour 45 associations locales.

L'ENFANCE AU CŒUR DES ACTIONS

La protection de l'enfance est le fil rouge d'un grand nombre des actions des filiales. Avec le programme Big Community, Big C Vietnam a

financé 12 projets pour améliorer la qualité de vie d'enfants défavorisés, comme la construction d'une cuisine pour une école maternelle ou la rénovation de salles de classe. Big C Thaïlande a apporté son soutien aux centres d'accueil pour enfants de la Foundation for Slum Child Care, à Bangkok. Les opérations de produits-partage mises en place avec les fournisseurs poursuivent le même objectif. En France, avec Danone, le soutien des enseignes Casino à l'association Dr Souris permet à des milliers d'enfants hospitalisés de disposer d'ordinateurs connectés au web ; avec Pedigree, les sommes collectées sont reversées à l'association Handi'Chien pour l'achat et l'éducation de chiens d'assistance destinés à des enfants. Big C Thaïlande, en lien avec la marque de produits laitiers Dutch Mill, soutient des enfants souffrant de maladies cardiaques ■

GOL DE LETRA

Pour les enfants des favelas

La Coupe du monde de football a donné l'occasion aux supermarchés Casino et hypermarchés Géant d'apporter leur soutien à l'association brésilienne Gol de Letra, qui intervient auprès des enfants des favelas de São Paulo et Rio de Janeiro. Créée en 1998 par les deux anciens internationaux de football, Rai et Leonardo, Gol de Letra bénéficie du soutien de la Fondation Casino.



Les fondations du Groupe se mobilisent pour l'enfance

La Fondation Casino fête ses 5 ans

Engagée pour l'enfance depuis 5 ans, la Fondation Casino a choisi de prévenir l'exclusion des enfants en difficultés à travers la pratique du théâtre.

[DÉCOUVRIR NOS ACTIONS](#)



La fondation Big C Thaïlande soutient l'éducation

La fondation Big C Thaïlande axe ses actions en faveur de l'éducation des jeunes. Elle apporte une aide financière aux plus défavorisés, avec plus de 6 000 bourses en 2014, et cofinance la construction d'écoles [41 écoles soutenues financièrement].

Créée en 2009, la Fondation a célébré au printemps cinq années d'engagement pour prévenir l'exclusion culturelle des enfants. L'éducation par la pratique du théâtre est aujourd'hui le pilier de son action. En partenariat avec l'Éducation nationale, le programme Artistes à l'école permet ainsi à des élèves d'établissements situés dans des quartiers d'éducation prioritaire de participer, sur le temps scolaire, à des projets axés sur le théâtre. À l'occasion de l'anniversaire de la Fondation, 350 élèves bénéficiaires du programme ont ainsi offert des représentations théâtrales de qualité. Pour les deux années à venir, neuf projets ont été

sélectionnés par le Comité artistique de la Fondation. Parallèlement, les "Initiatives locales pour l'enfance" encouragent les collaborateurs du Groupe à parrainer des projets locaux de pratiques théâtrales. Six initiatives ont bénéficié cette année du soutien de la Fondation. Enfin, le "Coup de cœur de la Fondation" va à l'association Les Tréteaux Blancs. Animées et encadrées par des professionnels, ces troupes composées d'adolescents produisent chaque année des spectacles de A à Z, créations originales qu'elles jouent dans les unités pédiatriques des hôpitaux en régions parisienne et toulousaine.



L'insertion professionnelle des jeunes, vocation de l'Instituto GPA

L'Instituto GPA développe des programmes d'éducation pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes de milieux modestes : dans ses huit centres, il offre des cours gratuits à l'anglais, aux métiers d'hôte de caisse et de téléconférencier en centre d'appels. Partenaire du gouvernement de Rio de Janeiro, il apporte son financement au centre de formation professionnelle NATA qui permet à 332 élèves de se former aux métiers de la boulangerie et du lait. Enfin, l'Instituto déploie avec la Fondation Getúlio Vargas le programme "Prosperar" de bourses d'excellence destinées à des élèves méritants issus de familles modestes. L'Instituto GPA est aussi reconnu pour son programme d'apprentissage de la musique Música & Orquestra : 590 enfants apprennent à jouer du violon ou du violoncelle au sein d'un orchestre.

La fondation Monoprix renforce le lien social

L'engagement de la fondation Monoprix pour lutter contre l'exclusion dans les zones urbaines concerne également les jeunes. Elle apporte son soutien aux actions d'insertion des jeunes de l'association Unis-Cité et à celles de Sport dans la Ville.

Objectif zéro malnutrition pour la Fondation Éxito



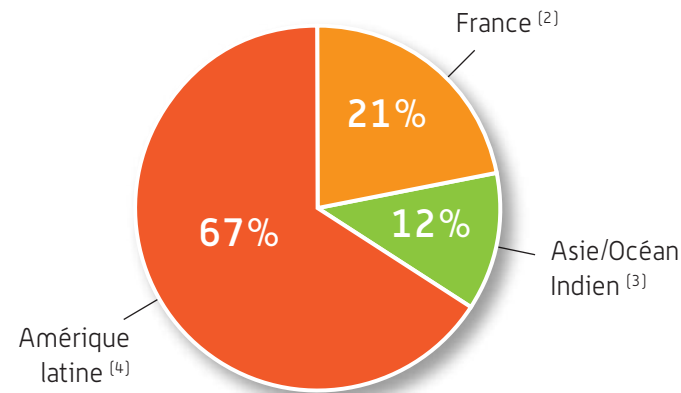
En Colombie, la Fondation Éxito est à l'initiative d'un mouvement national de lutte contre la malnutrition infantile, intitulé "Gen Cero", qui ambitionne d'unir les efforts des acteurs publics et privés pour éradiquer la malnutrition infantile à l'horizon 2025. Ses actions consistent à soutenir des associations locales pour garantir une alimentation saine et équilibrée aux enfants et futures mères issus de milieux défavorisés. Plus de 7 500 familles de 56 villes du pays ont ainsi bénéficié du programme d'aide alimentaire de la Fondation, le projet "Infancia Sana" a permis de nourrir 35 500 enfants âgés de 2 à 5 ans.

Suivi des performances RSE

Employeur engagé

DIVERSITÉ

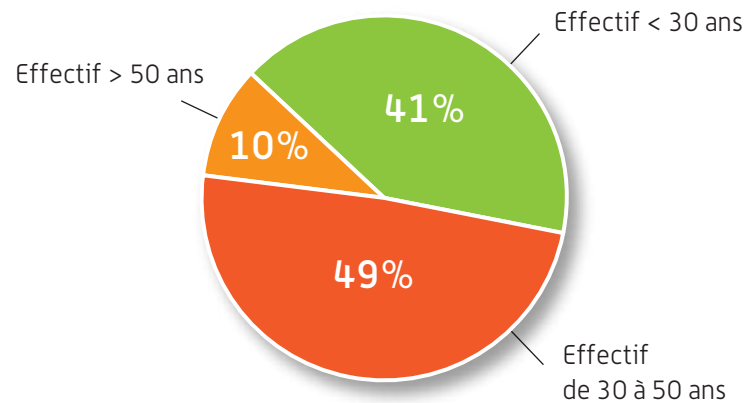
Répartition de l'effectif Groupe par zone géographique ⁽¹⁾



73 % des effectifs du Groupe sont situés en France et au Brésil.

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2014
⁽²⁾ France : Casino, Franprix, Leader Price, Monoprix, Cdiscount
⁽³⁾ Asie / Océan Indien : Big C Vietnam, Big C Thaïlande, Vindémia
⁽⁴⁾ Amérique latine : Grupo Éxito, Libertad, Disco, Devoto, GPA

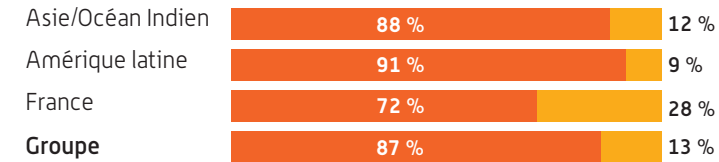
Répartition de l'effectif Groupe par tranche d'âge ⁽¹⁾



Engagé en faveur de l'intégration professionnelle des jeunes, le Groupe compte plus de 137 300 collaborateurs de moins de 30 ans (+3% par rapport à 2013).

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2014

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

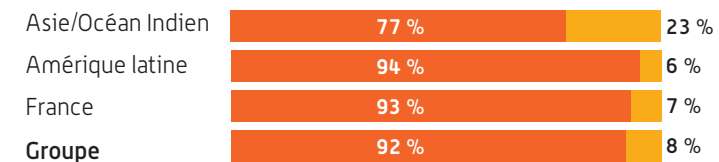


Le Groupe Casino emploie très majoritairement en contrat à temps plein avec 87% des collaborateurs concernés (+1 point par rapport à 2013).

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2014

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

Répartition de l'effectif CDI / CDD ⁽¹⁾

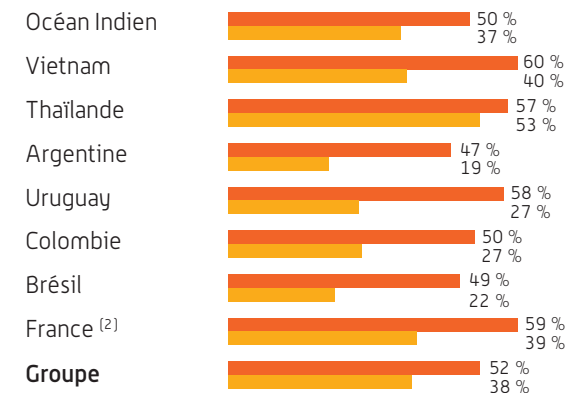


Le Groupe Casino emploie très majoritairement en contrat à durée indéterminée avec 92 % des collaborateurs en CDI.

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2014

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

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



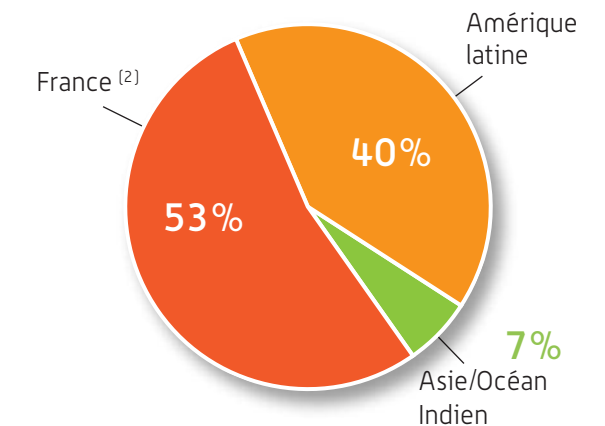
Le Groupe renforce la mixité des équipes grâce à une politique active sur l'ensemble des thématiques liées à l'égalité professionnelle : mixité des métiers, gestion des carrières féminines, équité des processus ressources humaines (rémunérations, accès à la formation, recrutement et promotions), et parentalité.

⁽¹⁾ Effectif inscrit CDD/CDI au 31/12/2014

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

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

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



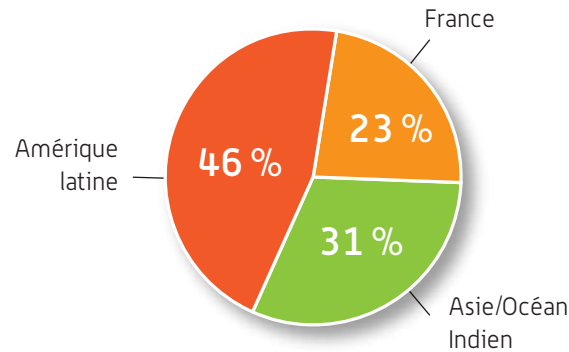
Le Groupe enregistre une progression du nombre de travailleurs handicapés de 6 % par rapport à 2013, conséquence des programmes déployés en 2014.

⁽¹⁾ Effectif CDD/CDI/stages présents au 31/12/2014

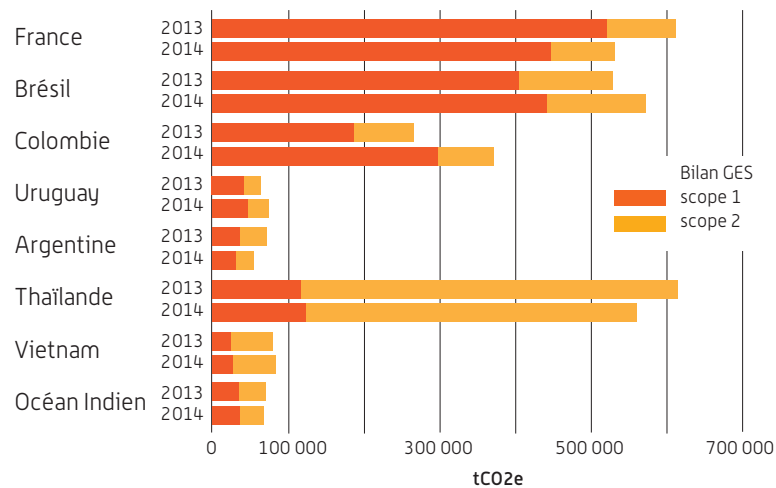
⁽²⁾ France : hors Franprix, Leader Price

Groupe mobilisé pour l'environnement

Répartition des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) Scopes 1 et 2 par zone géographique



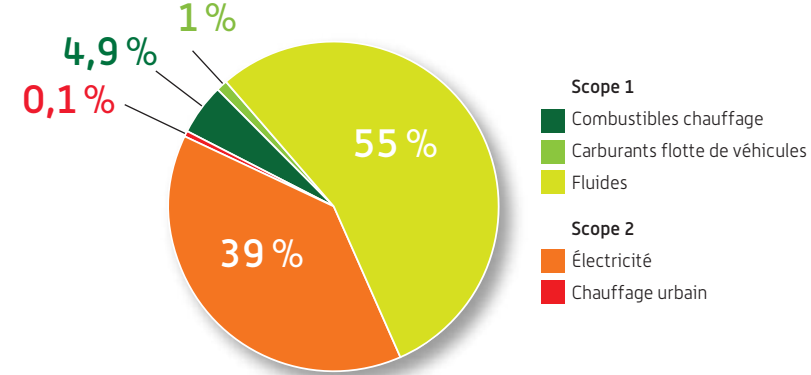
Évolution des émissions de Gaz à Effet de Serre Scopes 1 et 2 par pays



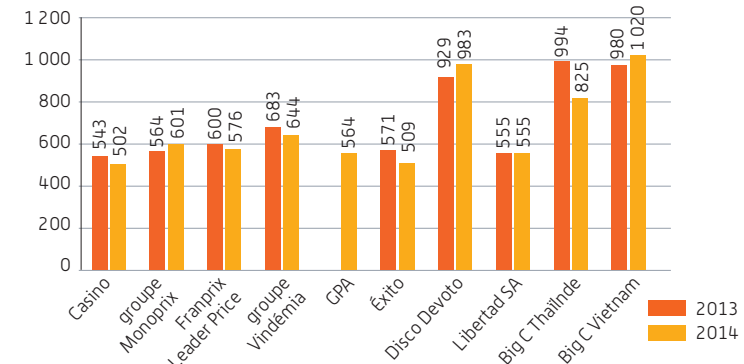
En 2014, le groupe Casino a reconduit pour la troisième année consécutive l'inventaire de ses émissions directes (scope 1) et indirectes liées à ses consommations d'énergie (scope 2). Un tiers des émissions du Groupe provient de la zone Asie/Océan Indien, quand la zone Amérique Latine en représente presque la moitié.

Le total des émissions estimées pour le scope 1 et le scope 2 se stabilise alors que les activités continuent de se développer. La forte diminution des émissions en France s'explique en grande partie par la maintenance renforcée des installations frigorifiques et la rénovation énergétique des magasins. Les hausses observées pour le Brésil et la Colombie sont principalement liées à l'augmentation de la surface commerciale. L'intensité carbone du scope 2 de la Thaïlande est liée au mode de production électrique basé sur des centrales à charbon.

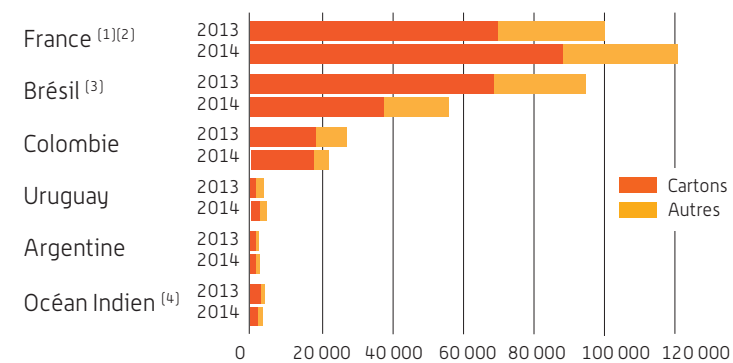
Répartition 2014 des émissions de Gaz à Effet de Serre des scopes 1 et 2 par source



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



Évolution de la masse de déchets valorisée



(1) France 2013 : Hors Codim, magasins de proximité Casino, Franprix et LeaderPrice

(2) France 2014 : hors magasins de proximité Casino et Franprix

(3) Océan Indien : Vindémia hors activités Mayotte, Maurice, Madagascar.

Le profil d'émission 2014 confirme celui de 2013. Le scope 1 est principalement constitué par les émissions fugitives des installations frigorifiques. Le scope 2 correspond pour l'essentiel à la quantité et à l'intensité carbone de l'électricité consommée.

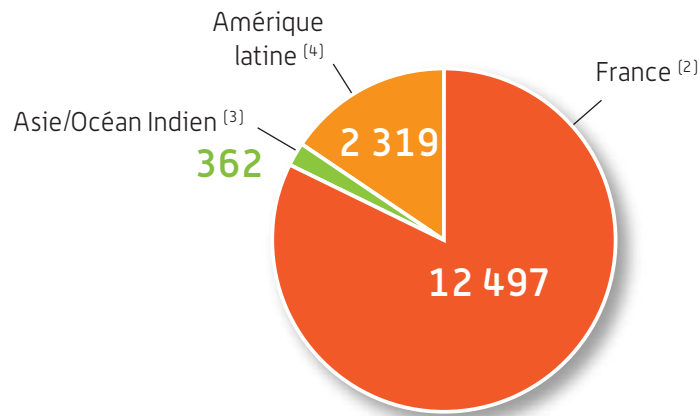
Pour Casino, les effets des contrats de performances énergétiques et les conditions météorologiques favorables de 2014 (hiver doux et été tempéré) se sont traduits par une baisse de 8 % de la consommation électrique au m² par rapport à 2013 et de 16 % par rapport à 2012. Avec 401 kWh/m² les hypermarchés Géant atteignent le niveau de performance recommandé par l'ADEME pour les magasins à haute efficacité énergétique. L'importance des ratios reportés pour le Vietnam et la Thaïlande est en partie due aux conditions climatiques locales et à la prise en compte des consommations des galeries marchandes, fortement climatisées.

L'évolution de la masse de déchets triés et valorisés en France est principalement due à la prise en compte de Leader Price et de Codim dans le périmètre de reporting 2014. Le carton représente l'essentiel des déchets d'exploitation comptabilisés et valorisés. Les déchets organiques sont la deuxième nature de déchets triés à la source en magasin notamment en France. Les variations observées pour le Brésil et la Colombie résultent d'un changement de comptabilisation des données ; les données 2014 correspondent aux valeurs réelles disponibles sur un périmètre couvrant 78 % des surfaces pour GPA (Brésil) et 62 % pour Éxito (Colombie).

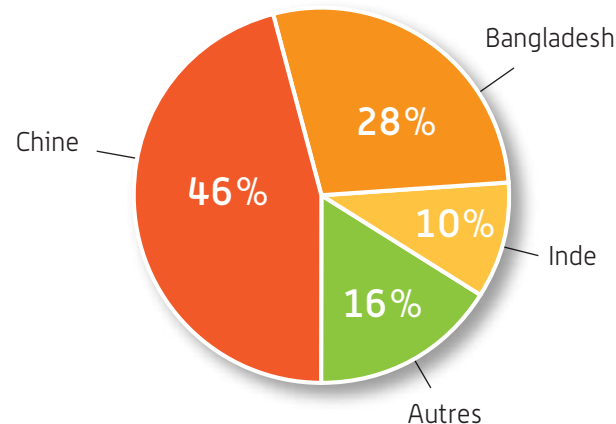
Commerçant responsable

PROMOUVOIR UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

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



Répartition des audits sociaux par pays,
réalisés par le groupe Casino



Le groupe Casino commercialise dans ses magasins plus de 15 170 produits certifiés responsables. Il propose notamment une large gamme de produits issus de l'agriculture biologique avec plus de 13 240 produits commercialisés dans les magasins du Groupe. En France, plus de 11 170 produits labellisés "AB" (hors textile) sont proposés en magasins dont plus de 1 115 produits à marque propre. À l'international, GPA commercialise plus de 1 200 produits issus de l'agriculture biologique dont les produits Casino Bio.

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

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

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

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

En 2014, 190 audits sociaux ICS ont été menés. 77 % sont des audits initiaux et 23 % des audits de suivi. Par ailleurs, pour tenir compte de la situation particulière du Bangladesh, le Groupe a maintenu l'audit de 100 % des usines de premier rang travaillant pour ses marques propres dans ce pays.

ÉTHIQUE SOCIALE

Accompagner les fournisseurs

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

Pour s'assurer du respect de ces exigences, une campagne annuelle d'audits sociaux est menée : 190 audits de sites de production de marques propres ont été réalisés cette année par des cabinets indépendants spécialisés, selon le référentiel Initiative clause sociale (ICS). Cette campagne cible en priorité les pays susceptibles de présenter des risques de non-respect des droits de l'homme et des normes du travail. Les audits des sites de production donnent lieu à l'établissement d'un rapport d'audit et si nécessaire, d'un plan d'actions correctives que les usines concernées s'engagent à mettre en œuvre dans un délai précis. À défaut, les fournisseurs peuvent voir leur notation dégradée et être déréférencés.

Conscients que les audits ne sont qu'une étape nécessaire mais pas suffisante, les bureaux locaux du Groupe jouent un rôle essentiel pour aider les fournisseurs à mieux comprendre les attentes du Groupe. Parallèlement, la Direction de la RSE mène des actions de sensibilisation récurrentes auprès des équipes achats, des bureaux locaux et des fournisseurs auxquels la charte éthique est présentée.

Pour tenir compte de la situation particulière du Bangladesh, le Groupe a audité 100 % des usines de premier rang travaillant pour ses marques propres dans ce pays, mis en place des audits systématiques non annoncés de pré-référencement et renforcé ses contrôles sur la sécurité. Casino Global Sourcing a adhéré en juillet 2013 à l'Accord on Fire and Building Safety, afin de soutenir la démarche mise en place et de participer à l'amélioration des conditions de sécurité dans les usines. Les usines produisant pour CGS ont été auditées en 2014 et font l'objet d'un plan d'actions correctives.

RSE : indicateurs 2014

	Unité	Groupe	France				Océan Indien	Brésil	Colombie	Uruguay	Argentine	Thaïlande	Vietnam
			Casino	Cdiscount	Monoprix	Franprix Leader Price	Vindémia	GPA	Éxito	Disco Devoto	Libertad SA	Big C	Big C
Employeur engagé													
Effectif inscrit au 31/12/14	Nb	336 000	37 951	1 276	20 522	10 896	4 335	173 906	40 437	7 693	3 544	26 613	8 263
Effectif féminin	%	52	59	46	63	53	50	49	50	58	47	57	60
Effectif masculin	%	48	41	54	37	47	50	51	50	42	53	43	40
Effectif de moins de 30 ans	%	41	20	31	33	27	27	43	48	47	31	54	73
Effectif de 30 à 50 ans	%	49	51	63	44	60	62	49	47	42	67	44	26
Effectif de 50 ans et plus	%	10	30	6	23	13	10	8	6	11	2	1	1
Effectif en CDI	%	92	94	91	91	94	89	98	80	80	99	86	40
Effectif à temps complet	%	87	72	98	71	73	84	96	79	82	54	86	98
Pourcentage de femmes dans la population "cadre"	%	38	34	39	53	29	37	22	27	27	19	53	40
Nombre de travailleurs handicapés dans l'entreprise au 31/12/14	Nb	7 370	3 144	16	756	-	93	2 761	159	23	35	367	16
Nombre d'embauches réalisées dans l'année en CDI	Nb	93 139	1 975	224	3 657	1 387	163	67 825	2 999	2 529	286	11 782	312
Nombre de personnes recrutées de moins de 26 ans (CDI+CDD)	Nb	96 488	8 145	179	8 742	3 818	562	37 083	14 668	3 438	271	16 503	3 079
Taux d'absentéisme pour accidents et maladies (dont maladies professionnelles)	%	2,7	8,4	3,4	6,4	6,6	3	-	1,8	7	3,3	1,1	0,5
Turnover annuel (CDI)	%	33	11	9	20	18	10	42	21	39	10	54	27
Nombre d'heures de formation par personne	Nb	16	5	15	5	3	7	14	42	5	5	34	7
Nombre de salariés en CDI promus dans l'année dans une catégorie supérieure	Nb	23 866	1 535	60	813	208	95	13 074	3 037	1 985	49	4 159	355
Nombre annuel de réunions avec les représentants du personnel	Nb	21 588	14 221	81	4 774	348	561	453	641	42	360	-	107
Commerçant responsable & Partenaire de confiance⁽¹⁾													
Nombre de produits certifiés "responsables"	Nb	15 178	2 171	396	9 633 ⁽²⁾	297	265	1 717	325	213	64	97	-
Offre en produits issus de l'agriculture biologique (MN et MDD) hors textile	Nb	13 241	1 938	47	8 911 ⁽²⁾	275	250	1 296	300	65	64	95	-
Nombre de produits issus de bonnes pratiques agricoles	Nb	1 993	374	-	29	14	-	1 225	146	-	-	205	-
Groupe mobilisé pour l'environnement⁽³⁾													
Bilan GES scope 1	T.eq.CO ₂	1 432 448	302 983	746	96 869	42 216	32 990	440 842	296 498	43 713	29 665	121 542	24 383
Bilan GES scope 2	T.eq.CO ₂	872 984	53 987	313	19 392	12 398	34 121	129 928	75 035	28 270	23 550	437 767	58 223
Consommation d'électricité													
Totale consommée	MWh	4 603 475	959 309	5 590	319 982	221 384	48 125	1 493 428	426 335	77 030	64 169	853 348	134 775
⁽⁴⁾ Électricité / m ²	KWh/m ²	598	502	-	601	576	644	564	509	983	555	825	1 020
Consommation d'eau	M ³	15 204 613	920 637	9 510	404 997	64 237	52 110	4 276 799	1 375 895	203 146	-	7 198 547	698 735
Masse de déchets d'exploitation valorisés	Tonne	233 123	76 631	1 954	21 651	22 180	3 027	56 430	21 920	4 330	1 928	23 073	-
Taux de valorisation	%	53	65	82	49	69	45	30	-	-	-	-	-
Acteur local solidaire													
Montant versé au titre de la solidarité (dons et fondations)	€	58 254 660	14 982 620	-	8 128 510	2 679 595	167 630	13 098 830	17 993 930	357 390	124 880	721 275	-
Nombre estimé de personnes bénéficiaires des actions des fondations ou de partenariats de solidarité	Nb	595 818	89 800	-	-	-	-	454 260	43 156	-	-	8 602	-

Les données présentées concernent les activités intégrées, sous contrôle opérationnel du Groupe (hors activité franchise et location gérance).

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

⁽²⁾ Y compris Naturalia.

⁽³⁾ Ratio couvrant les activités Hypermarchés et Supermarchés des entités.

⁽⁴⁾ Les données du groupe Vindémia concernent uniquement les activités situées sur l'Île de la Réunion. L'importance des ratios reportés pour le Vietnam et la Thaïlande est en partie due aux conditions climatiques locales et à la prise en compte des consommations des galeries marchandes, fortement climatisées.

Nos feuilles de route

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

Statut

- Projet reporté
- ◐ Projet en cours
- Objectif atteint
- ◑ Objectif partiellement atteint
- ◒ Objectif non atteint
- ✕ Projet abandonné

Périmètre

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

Employeur engagé

Politique générale du Groupe

Objectifs

• PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Lutter contre les stéréotypes par des actions de sensibilisation
Prendre en compte de nouveaux critères
Déployer les plans d'actions définis notamment dans le cadre d'accords ou des certifications obtenues

• FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Poursuivre les actions de sensibilisation en faveur du recrutement de personnes handicapées
Renforcer les actions en faveur de l'intégration des personnes handicapées
Augmenter le nombre de travailleurs handicapés dans les filiales, notamment à l'international
Déployer les actions prévues par les accords

• FAVORISER LA MIXITÉ FEMMES HOMMES

Suivre et augmenter le nombre de femmes présentes dans l'encadrement et dans les Comités de direction
Identifier et réduire les éventuels écarts de rémunération non justifiés
Accompagner la parentalité au sein de l'entreprise

• FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES

Déployer des programmes en faveur de l'alternance et l'apprentissage
Sensibiliser les managers pour améliorer l'insertion des jeunes
Développer des partenariats avec des associations référentes
Favoriser le parrainage et le tutorat

• FAVORISER L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE DES COLLABORATEURS

Évaluer les collaborateurs pour déterminer les besoins de formation
Développer l'offre de formation en e-learning pour former le plus grand nombre de collaborateurs
Mettre en place des formations spécifiques pour accompagner les collaborateurs en difficulté sociale

• PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Identifier les risques par métier
Développer les programmes de prévention adaptés
Déployer les plans d'actions définis dans les accords
Renforcer les plans de formation
Favoriser le bien-être au travail

• ENCOURAGER LE DIALOGUE SOCIAL

Favoriser la signature d'accords sur les grandes thématiques sociales et de RSE

Employeur engagé

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS				
Lutter contre les discriminations liées à l'apparence physique	Groupe France	2015	●	Une démarche afin de lutter et prévenir les discriminations liées à l'apparence physique a été initiée en 2014 en s'appuyant sur un Groupe de travail interne et un questionnaire envoyé à 800 collaborateurs. Cette étude montre que pour 65 % des collaborateurs interrogés, il est important que l'entreprise ait une action particulière sur l'apparence physique. Un guide "L'Apparence physique, déconstruire les stéréotypes, vaincre les préjugés" a été réalisé et diffusé à environ 4 000 managers.
Mettre en place la démarche pour obtenir le Label Diversité au sein de Franprix, Leader Price, Cdiscount et Vindémia	Franprix, Leader Price, Cdiscount, Vindémia (La Réunion)	2016	◐	La démarche est engagée au sein de ces entités.
Mettre en œuvre les engagements liés à la signature de la charte LGBT	Monoprix (hors Samada, Naturalia), Casino	2014	◐	Le Groupe, engagé à veiller à une égalité des droits et de traitement entre toutes les collaboratrices et collaborateurs quelle que soit leur orientation sexuelle, a renforcé ses actions pour lutter contre les discriminations liées à l'orientation sexuelle. Un guide managérial pour lutter contre les stéréotypes et les préjugés et préciser les positions managériales attendues a été diffusé aux managers de Casino. Des actions de communication pour promouvoir la charte LGBT signée par le Groupe ont été également menées au sein de Monoprix et de Casino.
Intégrer le dispositif "Ensemble" de lutte contre les discriminations au parcours d'intégration des directeurs et adjoints ainsi qu'au plan de formation	Franprix	2014	●	Le dispositif a été intégré aux programmes de formation dans le cadre du parcours d'intégration et des plans de formation.
Poursuivre le programme de lutte contre l'illettrisme	Casino, Franprix	2015	●	Une formation spécifique a été mise en place sur les Savoirs de base au sein de Franprix. Casino a créé deux programmes de formation "Retour aux sources : Fondamentaux français" et "Retour aux sources : Fondamentaux mathématiques" et poursuit son programme de "Certification Voltaire" qui valide le niveau d'orthographe et de grammaire.

Employeur engagé

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS				
Renforcer la démarche "Aidons les Aidants"	Casino	2014	●	La politique en faveur des collaborateurs aidants familiaux initiée dans le cadre du précédent accord a été renforcée. Cette démarche mise en place depuis 2011 vise à accompagner et soutenir les collaborateurs aidants familiaux en offrant l'accès à une plateforme de conseils gratuite et confidentielle ou en organisant des conférences annuelles autour des trois thèmes d'action de ce programme "Handipacte, Égalité professionnelle (vie professionnelle/vie privée) et Senior". L'accord collectif signé en 2013 portant sur le congé de l'aidant familial a permis à 38 collaborateurs aidants de bénéficier en 2014 de jours de congés offerts par d'autres collaborateurs et abondés par le Groupe. Un livret "Je suis aidant, parlons-en" a aussi été mis en place pour les collaborateurs. Des ateliers "Aidons les parents !" ont été initiés en 2014 afin de permettre aux collaborateurs d'échanger directement avec des experts externes.
• FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP				
Mettre en œuvre les actions prévues dans le cadre des accords en faveur de l'emploi des personnes handicapées	Casino Monoprix	2016	◐	En 2014, le Groupe a déployé une campagne d'information et de sensibilisation des filiales en France et à l'international. Cette campagne intitulée "Handino", déployée en quatre langues, rappelle au travers d'exemples et de témoignages diffusés dans un film et un livret, les initiatives mises en place pour faciliter l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap. En tant que membre fondateur, le Groupe a continué à participer au déploiement du réseau de l'OIT des entreprises engagées en faveur des personnes handicapées : "Ilo Global Business and Disability Network". Différentes actions ont été menées dans le cadre du 6 ^e accord au sein de Casino dont le taux de travailleurs handicapés est de 13 % avec minoration pour 2014 (11,93 % en 2013). Dans le cadre de son 4 ^e accord handicap, Monoprix a réalisé un film intitulé "Les sourires" pour sensibiliser l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs. 345 magasins Monoprix ont été rénovés afin de faciliter leur accessibilité aux personnes en situation de handicap.

Employeur engagé

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
-----------	-----------	----------	--------	-------------------------------

• FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Poursuivre et intensifier les programmes en faveur de l'intégration des personnes en situation de handicap	GPA - Multivarejo Big C Thaïlande Grupo Éxito	2014	●	Big C Thaïlande, qui a reçu une distinction pour la troisième année consécutive par l'office national pour l'emploi des personnes handicapées, emploie 367 personnes en situation de handicap dans les hypermarchés, dépassant de 37 % le quota légal fixé. Cette enseigne a multiplié les actions en 2014 afin de promouvoir les droits des personnes en situation de handicap : - en participant au salon "Bien-être des personnes handicapées" organisé par le Bureau national chargé de l'autonomie des personnes handicapées et le ministère des Affaires sociales thaïlandais - en développant des formations spécifiques pour les collaborateurs atteints de déficience auditive - en étant le premier et seul distributeur local à signer un accord avec la Fondation Universal pour installer dans 27 magasins des relais téléphoniques pour assister les personnes malentendantes.
		2014	●	Éxito poursuit le développement de son programme consacré aux personnes handicapées mais aussi aux victimes du conflit armé, et en faveur des jeunes en difficulté avec 182 personnes supplémentaires accompagnées en 2014.
		2014	●	GPA poursuit son engagement pour le recrutement et l'intégration des personnes en situation de handicap. Un suivi mensuel des objectifs et des plans d'actions a été mis en place en 2014, impliquant toutes les Directions des Ressources Humaines. Assaï a lancé une grande campagne de recrutement de travailleurs handicapés qui a permis d'augmenter le nombre d'employés handicapés de 75 % en deux ans.

Réaliser un diagnostic pour la mise en place d'un plan d'actions en lien avec les partenaires sociaux	Vindémia	2014	●	Le diagnostic a été réalisé ainsi qu'une restitution aux partenaires sociaux. La négociation de l'accord sera engagée en 2015.
---	----------	------	---	--

Employeur engagé

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
-----------	-----------	----------	--------	-------------------------------

• FAVORISER LA MIXITÉ FEMMES HOMMES

Développer les réseaux d'entreprise en faveur de la promotion de l'égalité professionnelle	Casino Franprix	2014	●	Le réseau "C'avec elles", créé en 2011, qui réunit plus de 520 cadres femmes et hommes a organisé, en 2014, plus d'une dizaine d'événements. Franprix a lancé en 2014 le réseau "Elles en magasins".
Déployer des actions en faveur de l'égalité professionnelle prévues au titre des accords, du Label Égalité et de la convention signée avec le ministère des Droits des femmes	Casino Monoprix	2015	●	Le Groupe a reconduit l'enquête auprès des femmes de l'encadrement (Casino, Cdiscount, Franprix, Leader Price) qui montre l'impact positif des plans d'actions sur la représentativité des femmes au sein de l'encadrement. L'étude montre également l'équité Hommes-Femmes des démarches Ressources humaines en matière d'accès à la formation, de promotion interne et de rémunération. Les priorités d'actions du Groupe en matière d'égalité professionnelle ont été confirmées : poursuivre la lutte contre les stéréotypes, améliorer la perception des perspectives de carrière en informant sur les métiers et la mobilité au sein du Groupe, ou encore développer l'accompagnement individuel et collectif au travers des programmes de formation à destination des femmes managers.
Poursuivre la démarche pour favoriser l'accès des femmes à des postes de dirigeants	Big C Thaïlande Big C Vietnam	2014	●	Une scorecard "Gender equality" a été mise en place et permet de suivre, en lien avec les Directions des Ressources humaines de chaque pays, l'évolution de la représentation des femmes au sein du management, autour de huit indicateurs clés. Depuis 2013, la part des femmes dans les Comités de direction a augmenté de 4 points chez Big C Thaïlande.

• FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES

Développer les actions en faveur de l'alternance : - en poursuivant les opérations dans le cadre du programme "Job et Cité" - en poursuivant la mise en place de partenariats avec des écoles : objectif de 50 partenariats - en poursuivant le partenariat avec les "Écoles de la deuxième chance" développées par l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (Acisé) et avec "Sport dans la Ville"	Casino	2015	◐	De nombreuses actions en faveur de l'alternance ont été menées au sein de Casino. 41 écoles sont partenaires à ce jour, avec l'objectif de poursuivre et d'atteindre les 50 écoles en 2015. Casino poursuit ses actions visant à développer, avec ses écoles partenaires, l'alternance pour des étudiants en situation de handicap. Une journée des Alternants permettant de valoriser leur travail et le rôle des tuteurs a été organisée pour la 3 ^e année consécutive (600 alternants réunis).
---	--------	------	---	--

Employeur engagé

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• FACILITER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES				
Finaliser et déployer un guide sur l'emploi des jeunes à destination des magasins du Groupe	Groupe France	2014	●	Afin de lutter contre les stéréotypes, un guide "Avez-vous le bon regard sur les jeunes ?" a été mis à disposition des managers afin de décrypter les idées reçues sur les jeunes et de favoriser le dialogue entre les générations.
Déployer les actions prévues dans le cadre des "Contrats de génération" en faveur de l'insertion des jeunes, du maintien dans l'emploi des seniors et de la mise en place de mesures pour la transmission du savoir et des compétences.	Casino, Franprix, Leader Price, Cdiscount	2014	●	Les filiales du Groupe en France ont mis en œuvre des actions d'accompagnement et de recrutement dans le cadre des accords dits "Contrats de génération" dont l'objectif est de favoriser l'insertion durable des jeunes et de maintenir dans l'emploi les salariés âgés en assurant la transmission des savoirs et des compétences en direction des jeunes. 13 % de l'effectif au 31/12 avait moins de 26 ans (pour un objectif d'au minimum 11 % fixé dans l'accord). Casino déploie un parcours d'accueil spécifique "C Duo Génération" avec la mise en place d'un référent pour faciliter l'intégration des jeunes et propose un dispositif d'aide au logement pour les jeunes en alternance.
Mettre en œuvre le plan d'actions intergénérationnel	Monoprix	2016	◐	Monoprix sensibilise les chargés de recrutement aux enjeux et objectifs de recrutement des seniors et des jeunes, met en œuvre un parcours d'accueil pour les nouveaux embauchés avec l'accompagnement d'un référent et forme des tuteurs à la transmission de leur savoir auprès de 450 alternants.
Poursuivre les programmes "Junior High School Students" et "Student Internship Program" ainsi que les partenariats avec les écoles	Big C Thaïlande	2014	●	Plus de 690 étudiants ont été accueillis au sein de Big C Thaïlande en 2014, dont une dizaine dans le cadre d'un partenariat signé avec la Thammasat University (Université de commerce et de gestion).
Développer les actions avec l'Agence du service civique, l'Institut du service civique et Le Réseau	Groupe France	2014	●	Le Groupe a organisé en 2014, avec Le Réseau, la journée "Cap sur Casino" afin d'accueillir une centaine de jeunes collégiens des quartiers prioritaires et leur faire découvrir les métiers du commerce. Depuis plus de 3 ans, de nombreuses actions destinées à soutenir le Service civique ont été mises en place au sein du Groupe : - une communication auprès des équipes Ressources humaines et des collaborateurs (affiches en magasins, articles dans le magazine <i>Regards</i> , informations sur l'Intranet et le site du Groupe,...), - l'organisation de rencontres avec des jeunes volontaires pour leur faire découvrir le monde de l'entreprise, nos métiers, les aider dans leur recherche d'emploi - la promotion auprès d'autres entreprises de la Charte de valorisation du service civique. Les équipes du Groupe participent au processus de recrutement des Lauréats de l'Institut du service civique.
Poursuivre le partenariat "Socio por un día" avec la fondation Junior Achievement	Libertad	2014	●	Libertad a poursuivi son partenariat avec la fondation Junior Achievement dont l'action consiste à mettre en relation, le temps d'une journée, un professionnel avec un élève.

Employeur engagé

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• FAVORISER L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE DES COLLABORATEURS				
Développer l'e-learning afin de rendre accessible la formation au plus grand nombre de collaborateurs	Casino Leader Price Grupo Éxito	2014	●	Le nombre d'heures de formation par salarié a augmenté de 23 % de 2013 à 2014 au niveau du Groupe, en partie grâce au développement de l'e-learning dans l'ensemble de ses entités. Des actions sont menées afin d'enrichir l'offre de programmes et également de faciliter l'accès des collaborateurs aux modules de formation.
Poursuivre le déploiement et l'accompagnement des programmes de validation des acquis de l'expérience (VAE)	Franprix Casino Monoprix	2014	◐	Monoprix a déployé en 2014 son troisième programme de VAE : à ce jour, 41 personnes ont été diplômées et 31 sont en cours de validation. La campagne de communication déployée en début d'année au sein de Casino a amené 1 694 salariés à se déclarer intéressés par la démarche, 142 d'entre eux ont intégré le process d'accompagnement VAE mis en place. Franprix a intégré la VAE dans les plans de formation.
Accompagner les collaborateurs en difficulté sociale au travers du programme "Escuela de economía personal y familiar" - objectif de plus de 5 600 salariés accompagnés	Éxito	2014	◐	Plus de 4 790 personnes ont pu bénéficier en 2014 du programme, déployé dans 13 villes d'implantation du groupe Éxito. En 2015, ce programme devrait toucher 6 000 personnes et couvrir 27 villes.
Mettre en place la "Gestión de carrera" (évaluation de potentiel, plan de formation)	Libertad	2014	●	Le programme de gestion de carrière a été lancé en 2014 et a été marqué par la création d'un comité et le déploiement des entretiens/évaluations annuels.
• PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL				
Poursuivre les actions engagées dans le cadre de la prévention de la pénibilité au travail	Groupe France	2014	●	Plusieurs journées de prévention ont été organisées afin de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux de la santé, et des sessions de sensibilisation à l'ergonomie du poste de travail administratif se sont déroulées au siège. En lien avec cette démarche, la Direction des Ressources humaines a initié en 2014, avec le support du Comité exécutif, et l'appui d'un expert du Bien-être au travail, un programme de sensibilisation et de formation des managers à un management bienveillant. L'objectif de cette démarche est de développer la motivation des collaborateurs en limitant le stress au travail, dans un contexte économique exigeant. Les actions mises en place ont permis la sensibilisation de 600 managers (Comité exécutif, Comités de directions 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...) la formation des Responsables Ressources humaines des branches pour leur permettre de déployer cette démarche auprès des managers magasins, avec le soutien d'un kit d'animation. Cette démarche sera poursuivie en 2015.

Employeur engagé

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• PRÉSERVER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL				
Mettre en œuvre les actions prévues dans le cadre de l'accord sur l'amélioration durable des conditions de travail, de la santé et de la sécurité au travail	Monoprix	2016	●	Différentes actions ont été menées dans le cadre de cet accord : remise d'un livret d'accueil Santé Sécurité au Travail et session d'e-learning Santé Sécurité lors du parcours d'accueil d'un nouveau collaborateur, conception de nouveaux matériels pour mise en rayon...
Déployer les plans d'actions bien-être au travail et précarité	Franprix	2016	●	Franprix a mené des actions de sensibilisation et de formation dans les domaines de la prévention de la pénibilité au travail et de la sécurité au travail.
Poursuivre la mise en œuvre des plans d'actions relatifs à la prévention des risques psychosociaux et la démarche "Cap Prévention" au sein de la branche Restauration	Casino Leader Price	2015	●	Des actions de communication et de formation ont été menées afin de prévenir les risques psychosociaux. La démarche "Cap Prévention" par l'écoute couvre l'intégralité des hypermarchés, supermarchés et des entrepôts Casino et Cdiscount. Elle a été lancée au sein de la branche restauration de Casino.
Poursuivre les programmes pour réduire les risques métiers	Éxito	2014	●	Éxito a continué en 2014 ses formations pour les collaborateurs exerçant des métiers à risque notamment ceux nécessitant d'être à plus de 1,50 m de hauteur. Éxito a également réalisé une matrice "métiers /équipement de sécurité" : le matériel devant être mis à disposition du salarié pour prévenir les risques est identifié pour chaque métier, afin de faciliter le déploiement et le suivi sur l'ensemble des sites.
Réaliser une nouvelle mesure du climat au travail auprès de tous les magasins de la société	Éxito	2014	●	Plus de 24 700 collaborateurs ont répondu à l'enquête, soit 94,5 % de l'effectif ciblé. La notation obtenue correspond au niveau "très satisfait". Éxito a par ailleurs mis en place trois programmes d'échanges avec les collaborateurs permettant de remonter leurs suggestions et opinions. Le premier, à destination des personnes des sites administratifs, intitulé "360° contigo exprésate", a permis de remonter plus de 49 400 avis, le second, "360° contigo escribenos", est à destination de l'ensemble des collaborateurs et le troisième, "360° contigo hablemos", permet un échange avec le Président de Grupo Éxito [1 200 personnes y ont participé en 2014].
Poursuivre le déploiement des plans de formation à la prévention des risques au travail	Disco Devoto	2014	●	Des formations ont été réalisées pour la bonne utilisation des équipements magasins, la manipulation des charges lourdes, les gestes et postures au travail notamment auprès des hôtesses et des hôtes de caisse.

Employeur engagé

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• ENCOURAGER LE DIALOGUE SOCIAL				
Négocier un accord sur la RSE	Casino	2014	●	En 2014, un Accord sur la RSE a été signé au sein de Casino par les quatre 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. Cet accord prévoit aussi la création d'une commission RSE réunissant les organisations syndicales qui permettra d'animer chaque année un dialogue avec les parties prenantes, de présenter le bilan des actions et les indicateurs RSE, d'échanger sur les nouveaux enjeux.
Négocier un accord sur la mise en place du télétravail au sein de la filiale informatique de Casino	Casino (CIT)	2014	●	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".
Poursuivre les rencontres avec les partenaires sociaux	GPA (Hors Nova Pontocom) Libertad Vindémia (La Réunion) Disco Devoto	2014	●	Plus de 440 réunions ont été tenues en 2014 avec les représentants du personnel au sein de GPA, 360 chez Libertad, 500 chez Vindémia et 42 chez Disco Devoto. Ces réunions traitent principalement des conditions de travail en magasins et des modalités de rémunération des salariés.

Commerçant responsable

Politique générale du Groupe

Objectifs

• AGIR POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS

Poursuivre l'amélioration de l'impact nutritionnel des produits à marques propres
 Informer le consommateur sur l'impact nutritionnel du produit
 Développer une offre de produits intégrant des bénéfices nutritionnels
 Sensibiliser les clients au mieux consommer
 Identifier les nouveaux enjeux santé

• ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPONSABLE DE L'ENVIRONNEMENT

Réduire l'impact environnemental des produits à marques propres
 Enrichir l'offre de produits plus respectueux de l'environnement en magasins
 Informer le consommateur sur l'impact environnemental de sa consommation
 Orienter le consommateur vers les produits les plus respectueux de l'environnement

Bilan 2014

Objectifs Périmètre Échéance Statut Principales réalisations 2014

• AGIR POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS

Poursuivre l'optimisation nutritionnelle des produits à marques propres	Groupe France	2014	●	Les produits de marque distributeur en France sont développés en prenant en compte l'optimisation des teneurs en sucres, matières grasses ou sel. Leader Price développe la gamme "Fine Ligne" dont les produits ont été allégés en sel, sucre et matière grasse, et promeut "Leader Price Bébé" qui s'appuie sur des experts en nutrition infantile pour définir les recettes. Monoprix applique sa Charte Nutrition durable, actualisée en 2012, qui exige une maîtrise des teneurs en sel, une suppression des matières grasses hydrogénées, une limitation des conservateurs, ainsi que l'interdiction de colorants azoïques.
---	---------------	------	---	---

Mettre en place un accord collectif avec Alliance 7, Monoprix et Franprix-Leader Price sur l'amélioration du profil nutritionnel pour deux catégories de produits : Biscuits fourrés chocolat et Céréales petit déjeuner enfants avec miel et/ou caramel et/ou chocolat	Casino Monoprix Franprix-Leader Price	2017	✕
---	---	------	---

Travailler avec les fournisseurs à l'optimisation nutritionnelle des produits à marque Troop X (gamme enfants), et développer la gamme de produits nutritionnels Taeq	Éxito	2014	●	Éxito a travaillé en 2014 à la redéfinition du cadre nutritionnel de ses produits pour enfants à la marque Troop X et a lancé 25 produits Taeq répondant à des besoins nutritionnels spécifiques, suite au diagnostic nutritionnel réalisé en 2013.
---	-------	------	---	---

Commerçant responsable

Bilan 2014

Objectifs Périmètre Échéance Statut Principales réalisations 2014

• AGIR POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS

Développer l'offre Taeq de produits bénéfiques pour la santé	GPA	2014	●	L'offre de produits Taeq au Brésil a été développée en 2014. La gamme des produits Taeq issus de l'agriculture biologique a notamment augmenté de 8 % par rapport à 2013 et propose 336 produits alimentaires.
--	-----	------	---	--

• ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPONSABLE DE L'ENVIRONNEMENT

Poursuivre la réduction des sacs plastiques distribués en magasins	Groupe	2014	●	Le nombre de sacs plastiques distribués par le Groupe en 2014 a baissé de 10 % en un an. En France, depuis 2008, le nombre de sacs de caisse gratuits distribués par Casino a diminué de 93 %. Depuis 2012, Franprix propose à ses clients un sac en bioplastique compostable pour les fruits et légumes vendus en vrac. À l'international, les filiales du Groupe multiplient les actions afin de développer l'utilisation de sacs réutilisables (information en magasin, incitations via les programmes de fidélité, etc.) et de réduire l'utilisation des sacs plastiques à usage unique. Dans le cadre de son programme RSE "Juntos en Acción", 13 des 15 hypermarchés de Libertad ont mis en place une "caisse verte" dans laquelle aucun sac plastique à usage unique n'est distribué, afin de sensibiliser les clients.
--	--------	------	---	--

Définir une politique Groupe sur l'impact des matières premières	Groupe	2015	◐	Un travail d'analyse des grands impacts matières premières sur la déforestation a été mené avec une ONG internationale. Les conclusions ont été présentées au Comité stratégique, notamment concernant l'huile de palme.
--	--------	------	---	--

Poursuivre le développement des gammes de produits issus de l'agriculture biologique	Casino GPA Disco Devoto Monoprix	2014	●	Le Groupe poursuit le développement de son offre de produits issus de l'agriculture biologique et propose plus de 13 240 produits dans ses enseignes. En France, plus de 11 170 produits labellisés AB (hors textile) sont proposés en magasins, dont 1 115 produits à marques propres. À l'international, GPA commercialise plus de 1 200 produits issus de l'agriculture biologique dont les produits Casino Bio. Libertad ainsi que Disco Devoto promeuvent dans leurs magasins les produits issus de l'agriculture biologique par la mise en place d'espaces ou de campagnes de communication dédiées.
--	---	------	---	--

Renforcer les actions en faveur de la protection des espèces de poissons menacées	Casino Monoprix	2014	●	Casino a pris de nombreuses mesures depuis 2007 en faveur des ressources halieutiques, notamment en arrêtant progressivement de commercialiser les principales espèces de grand fond menacées (empereur, lingue bleue, sabre, grenadier, brosme). Les magasins Casino et Monoprix proposent des références certifiées par le label MSC (Marine Stewardship Council), qui garantit une pêche plus durable. En 2014, la Fondation GoodPlanet et les enseignes Casino se sont associées pour sensibiliser les collaborateurs aux enjeux de la pêche, en réalisant un support de formation-information à destination des collaborateurs du Groupe et un module en e-learning.
---	--------------------	------	---	---

Commerçant responsable

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• ENCOURAGER UNE CONSOMMATION RESPONSABLE DE L'ENVIRONNEMENT				
Déployer l'outil de calcul de l'indice environnemental auprès des industriels de l'alimentaire	Casino	2014		Le déploiement de l'outil de calcul est en cours. Plusieurs fournisseurs l'utilisent actuellement.
Poursuivre les actions de réduction des impacts des emballages des produits à marques propres	Casino GPA Éxito	2015		Les emballages en carton des produits Taeq et de certains produits Qualité commercialisés au Brésil par GPA utilisent du matériel recyclé provenant des emballages collectés auprès des clients : le programme "Novo de Novo", initié en 2009, a permis de recycler et de réutiliser plusieurs millions d'emballages (plus de 2 700 tonnes). À chaque création de produits, GPA veille à la réduction des emballages et utilise également pour ses emballages du carton certifié FSC (Forest Stewardship Council). En Colombie, Éxito accompagne ses fournisseurs de produits sous marque Taeq, Carulla et Cautivia dans la réduction des emballages.
Introduire des critères de biodiversité dans le référentiel fruits et légumes des produits de la gamme Terre & Saveurs	Casino	2014		Le travail d'intégration de critères de biodiversité dans le référentiel fruits et légumes des produits de la gamme Terre & Saveurs a été réalisé.

Partenaire de confiance

Politique générale du Groupe

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

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• RENFORCER LA DÉMARCHE D'ÉTHIQUE ET DE CONFORMITÉ SOCIALE				
Réaliser 160 audits sociaux pour contrôler les usines travaillant pour les marques propres du Groupe dans les pays à risque	Groupe	2014		En 2014, 190 audits sociaux ICS ont été menés dont 166 audits directement par le Groupe et 34 audits réalisés par d'autres membres de l'ICS (usines communes). 46 % des usines auditées par le Groupe sont situées en Chine et 28 % au Bangladesh, 77 % sont des audits initiaux et 23 % des audits de suivi. Depuis 2003, plus de 1 700 audits ICS en cumulé ont été effectués par le Groupe.

Partenaire de confiance

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• RENFORCER LA DÉMARCHE D'ÉTHIQUE ET DE CONFORMITÉ SOCIALE				
Auditer 100 % des usines avec lesquelles le Groupe travaille au Bangladesh	Groupe	2014	●	Pour tenir compte de la situation particulière du Bangladesh, le Groupe a audité 100 % des usines de premier rang travaillant pour ses marques propres dans ce pays. Il a mis en place des audits systématiques non annoncés de préférence et renforcé ses contrôles sur les conditions de sécurité des usines.
Renforcer les contrôles sur les agents-importateurs travaillant pour les directions achats du groupe	Groupe	2014	●	Plus de 40 % des audits sociaux réalisés en 2014 ont concerné des usines d'agents-importateurs.
Mettre en place les actions prévues dans le cadre de l'Accord on Fire and Building Safety	Casino Global Sourcing	2014	●	Les usines produisant pour Casino Global Sourcing ont été auditées par l'Accord en 2014 et font l'objet d'un plan d'actions correctives. Les équipes ont participé aux réunions de l'Accord organisée à Londres, Amsterdam et à Dhaka.
Développer les formations des Directeurs achats et des acheteurs	Groupe	2014	●	En 2014, la politique Éthique Sociale du Groupe et les outils de suivi de la campagne ont été présentés aux nouveaux acheteurs, particulièrement du secteur textile. Une formation à la démarche de préférence a été menée auprès des ingénieurs Qualité du Global Sourcing.
Renforcer l'action du Groupe au sein de l'ICS	Groupe	2014	●	Le Groupe a participé aux travaux de l'ICS et au voyage organisé au Bangladesh. Il soutient les travaux de collaboration avec d'autres initiatives sociales.
Participer à l'initiative ABVTEX	GPA	2014	●	GPA participe à l'initiative locale brésilienne "Associação Brasileira do Varejo Têxtil" (ABVTEX) dont le but est de contrôler les fournisseurs et sous-traitants du secteur textile brésilien sur 13 thèmes d'évaluation comprenant 18 critères d'exigence dont l'interdiction du travail d'enfants et du travail forcé.
• LUTTER CONTRE LA CORRUPTION ET DÉVELOPPER UNE POLITIQUE DE LOBBYING RESPONSABLE				
Poursuivre la mise en place des actions prévues dans le cadre des programmes de lutte contre la corruption (sensibilisation, diffusion des guides de bonnes pratiques, suivi des comités d'éthiques...)	Groupe	2014	●	La Direction du Contrôle interne Groupe a diffusé un guide recensant les attendus formulés par les parties prenantes ainsi que des fiches réflexes à destination des filiales en France et à l'international, déclinées en quatre volets : sensibilisation, prévention, détection, réaction. Cette même Direction a réalisé un état des lieux du dispositif en matière de lutte contre la corruption à partir d'informations déclaratives de l'ensemble des entités du Groupe. Elle a effectué également un suivi des plans d'actions définis l'année précédente. Localement, des programmes spécifiques sont déployés. Libertad a diffusé en 2014 sa charte éthique fournisseur et réalisé des formations internes.
Initier un groupe de travail interne sur le Lobbying responsable	Groupe France	2014	○	Cette démarche sera conduite en 2015

Partenaire de confiance

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• SOUTENIR LES FILIÈRES DE PRODUCTION LOCALES				
Déployer la charte des "Petits producteurs locaux" élaborée en 2013	Franprix	2014	●	En 2014, Franprix a concentré ses efforts sur le développement des relations avec les PME afin de mettre en avant des produits régionaux (100 références à date).
Développer les contrats long terme et les partenariats avec certains fournisseurs pour favoriser l'innovation	Casino	2014	●	Casino encourage ses partenaires industriels à innover en s'engageant dans la durée sur la commercialisation de nouveaux produits. Ainsi, en collaboration avec le fournisseur de poulets de la marque propre Terre & Saveurs, Casino a fait évoluer son cahier des charges pour que les poulets soient désormais élevés sans antibiotique.
Étendre l'offre de produits équitables "Caras do Brasil" et développer le nombre de magasins distribuant cette gamme (objectif : 100 % des magasins Pão de Açúcar)	GPA	2014	●	GPA continue de soutenir le programme "Caras do Brasil" qui permet à des coopératives artisanales de vendre leurs produits au sein de l'ensemble des magasins Pão de Açúcar. Des critères sociaux et environnementaux ont été intégrés à la sélection des producteurs de cette gamme mise en avant en magasins lors de la campagne "Produto feliz" au moment des fêtes de fin d'année.
Poursuivre les démarches en faveur des producteurs locaux : - en déployant le programme "Microempresarios 100 % colombianos" - en augmentant les partenariats et l'offre produits	Grupo Éxito	2014	●	Éxito a poursuivi le développement de son programme "Microempresarios 100 % colombianos" et a optimisé l'offre produits dans 95 magasins. L'entité a également développé des relations commerciales avec 1/3 des producteurs rencontrés lors des "tournées agricoles" organisées en 2013 dans l'ensemble des régions d'implantation.
• FAVORISER LES DÉMARCHES RSE DES PME				
Développer des actions dans le cadre du pacte PME (2 forums PME)	Casino	2014	●	En 2014, Casino a organisé un Forum PME qui regroupe les dirigeants d'entreprises et un forum fournisseurs sur le thème de la consommation responsable avec la Fondation GoodPlanet, qui a réuni environ 80 entreprises. Quatre prix ont été remis pour valoriser les meilleures initiatives RSE de ces fournisseurs. Un guide rappelant les engagements RSE du Groupe auprès des acheteurs a été conçu. Le forum PME a été l'occasion d'échanger notamment sur le thème de la "Perception des risques et perspectives" en présence d'un toxicologue, membre expert du Comité Santé Groupe Casino.
Poursuivre le projet "Simplex" à destination des fournisseurs de Colombie, du Brésil et du Vietnam	Casino Éxito Big C Vietnam GPA	2014	●	33 entreprises du Brésil, Colombie et Vietnam ont participé à la troisième session du programme "Simplex". Des PME françaises, fournisseurs de Casino, participent également à ce programme où s'échangent savoir-faire et bonnes pratiques.

Partenaire de confiance

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• FAVORISER LES DÉMARCHES RSE DES PME				
Développer les relations avec les PME partenaires en participant au programme Pymes (PME) porté par la province de Córdoba et en leur proposant des formations dispensées par l'ARSE (Institut argentin de la RSE)	Libertad	2014	○	Du fait de changement d'ordre administratif au sein de la province de Córdoba, ce projet a été reporté à 2015.
Accentuer l'engagement des fournisseurs sur les thématiques RSE dans le cadre du programme TOP LOG (évaluation des pratiques liées à la logistique, le packaging et la réduction des émissions)	GPA	2014	●	Le programme TOP LOG a été étendu à l'activité de Nova afin de promouvoir les bonnes pratiques des transporteurs partenaires. Le suivi détaillé de l'activité de chaque transporteur permet de perfectionner et de garantir l'excellence de service.
Étendre le programme "Quality from the source" à d'autres catégories de produits	GPA	2014	●	GPA développe depuis plusieurs années un programme dénommé "Quality from the source" d'amélioration et de traçabilité des fruits, des légumes et des œufs afin de contrôler en amont l'utilisation des pesticides, les conditions de transport et de stockage des produits. Ce programme a été étendu aux viandes de bœuf.
Lancer un programme d'audits de fournisseurs de fruits et légumes (objectif : 40 fournisseurs) incluant l'évaluation de leurs pratiques environnementales	GPA	2014	●	La filière Fruits et Légumes a concentré ses efforts en 2014 sur son intégration au programme de certification qualité : le programme PEQ (Programa evolutivo de qualidade) permet d'évaluer les fournisseurs de produits industriels et depuis 2014, de fruits et légumes, avec l'objectif de les engager vers une certification externe reconnue internationalement.
Déployer le programme EAFIT permettant la formation de fournisseurs partenaires	Éxito	2014	●	Éxito a accompagné 57 fournisseurs en 2014 dans le cadre du programme mis en place avec l'Université EAFIT de formation à la qualité et à l'amélioration de la supply chain.
Poursuivre la démarche de certification BPA (Bonnes pratiques agricoles) des producteurs locaux	Éxito Libertad	2014	●	Éxito a engagé de nouveaux fournisseurs dans la démarche et permis la certification d'une vingtaine cette année. À ce jour, 4 % des fournisseurs de fruits et légumes sont certifiés. Libertad n'a pu engager cette démarche cette année.
Finaliser la formation et la certification des ateliers de confection travaillant pour Éxito aux bonnes pratiques sociales et environnementales (objectif 2014 : 75 % des ateliers)	Éxito/Didetexco	2014	●	Des formations sur l'environnement, la santé et sécurité au travail ont été menées auprès des équipes dirigeantes des ateliers de confection. 41 ateliers ont été évalués en 2014.
Poursuivre les échanges réguliers avec les industriels (séminaires, salons, groupes de travail) afin de développer des projets RSE communs et renouveler les récompenses fournisseurs	Franprix Éxito	2014	●	Franprix a organisé un salon avec 130 fournisseurs qui a permis d'échanger avec les membres du Comité de direction en vue de développer des projets communs.

Groupe mobilisé pour l'environnement

Politique générale du Groupe

Objectifs	Périmètre	Échéance
• RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)		
Diminuer les émissions GES (scopes 1 et 2) de 20 % au m ² (année de référence 2012)	Groupe	2020
Évaluer chaque année les émissions de GES du périmètre opérationnel des principales activités du Groupe (scopes 1 et 2)	Groupe	2015-2020
Mesurer et réduire l'impact des émissions directes de GES liées au froid commercial : - en renforçant le monitoring détaillé des fuites de fluides frigorigènes - en améliorant le confinement des installations existantes - en réduisant l'usage des fluides (HFC et HCFC) à fort pouvoir de réchauffement climatique - en développant des installations frigorifiques "HFC free"	Groupe	2015-2020
Mesurer et réduire l'impact des émissions de GES liées au transport de marchandises : - en évaluant chaque année la performance carbone du transport pour les principales activités - en développant les modes de transport maritime, fluvial et ferré chaque fois que possible - en augmentant la part mutualisée des capacités de transport mobilisées - en renforçant les accords de back et front hauling pour améliorer le taux de remplissage des camions - en renforçant les approvisionnements locaux	Groupe	2015-2020
• AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE		
Diminuer la consommation d'énergie au m ² de 20 % (année de référence 2012)	Groupe	2015-2020
Monitorer les consommations énergétiques : - en définissant les objectifs de réduction par métier - en installant la télérélevé dans les sites rénovés énergétiquement	Groupe	2015-2020
Poursuivre le programme de rénovation énergétique des magasins : - en mettant en place des chartes internes aux éco-gestes - en réalisant des diagnostics énergétiques - en déployant des contrats de performance énergétique - en installant des portes sur les meubles froids positifs (objectif : 75 % des meubles froids couverts en France en 2020) - en optimisant l'éclairage des magasins - en favorisant le partage des bonnes pratiques énergétiques	Groupe	2015-2020

Groupe mobilisé pour l'environnement

Politique générale du Groupe

Objectifs	Périmètre	Échéance
• LUTTER CONTRE LA POLLUTION – LIMITER ET VALORISER LES DÉCHETS		
Diminuer de 20 % la part des déchets en mélange (année de référence 2012)	Groupe	2020
Continuer l'optimisation du tri des déchets d'exploitation (carton, plastique et organique) : - en augmentant le taux de couverture et la fréquence du monitoring par métier - en améliorant la formation et la sensibilisation des collaborateurs au geste de tri - en collaborant au développement de nouvelles filères locales de valorisation	Groupe	2015-2020
Développer les actions de collecte et de recyclage des produits usagés des clients (ampoules, piles, batteries, etc.) : - en développant de nouveaux partenariats avec les fournisseurs, les recycleurs et les organisations locales - en assurant la visibilité et la qualité des points de collecte dans les magasins - en augmentant le nombre de magasins qui proposent ces services de collecte aux consommateurs - en sensibilisant les clients et les personnels au geste de tri et au recyclage des produits usagés	Groupe	2015-2020
• PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ		
Cartographier les chaînes d'approvisionnement à risque : - en améliorant la traçabilité des matières premières sensibles en vue d'une meilleure maîtrise des conditions de leur durabilité	Groupe	2015-2020
Participer à la protection de la forêt primaire et à la reforestation : - en reconduisant des opérations en faveur de la reforestation - en continuant de réduire les consommations de papier - en augmentant la part du papier issu de forêts exploitées durablement et de papier recyclé	Groupe	2015-2020
Participer à la protection des espèces menacées : - en poursuivant la politique de pêche durable - en développant des partenariats avec les institutions représentatives locales - en suivant les recommandations du Green World Building	Groupe	2015-2020

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)				
Évaluer les émissions de GES du périmètre opérationnel des principales activités du Groupe (scopes 1 et 2)	Groupe	2015	●	Chaque entité a réalisé l'inventaire GES de ses émissions selon des standards communs, en respectant les recommandations du GHG protocol et de la réglementation française.
Réduire l'impact des émissions directes de GES liées au froid commercial : - actualiser la politique Groupe sur les fluides réfrigérants - renforcer le monitoring des fuites de fluides frigorigènes - améliorer le confinement des installations existantes - finir de substituer les HCFC et les CFC (magasins en France) - développer des installations frigorigères à faible impact GES	Groupe	2015 - 2020	◐	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe : Réalisation avec le soutien de l'ADEME d'une étude sur les principales alternatives techniques disponibles par format de vente pour un froid commercial bas carbone. • Casino / Monoprix / Franprix - Leader Price : Finalisation du programme de sortie des HCFC et poursuite du déploiement du monitoring des émissions fugitives par un tiers de confiance pour améliorer les conditions de maintenance. • GPA : Redéfinition des conditions de maintenance et test de systèmes de télésurveillance du niveau de chargement en fluides des installations froid. • Éxito : Mise en place d'un registre des consommations en fluides par magasin. • Vindémia : Augmentation de la fréquence de monitoring de la consommation en fluides par magasin pour analyse avec les frigoristes en charge de la maintenance. • Big C Vietnam : Mobilisation des prestataires et des techniciens de maintenance contre les émissions fugitives et test de fluides HFC à PRG faible.
Réduire l'impact des émissions de GES liées au transport de marchandises : - définir un protocole commun d'évaluation de la performance carbone du transport - développer le transport fluvial et par rail - augmenter la part mutualisée des approvisionnements - renforcer les accords de backhauling - améliorer le taux de remplissage des camions	Groupe	2015 - 2020	◐	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe : Déploiement d'un outil d'évaluation de l'intensité carbone du transport marchandises par segment logistique et par mode de transport. • Casino : Incitation des transporteurs à rejoindre la charte "Objectif CO2" de l'ADEME (40 % des prestataires actuels en sont signataires). Signature d'un partenariat avec un prestataire du transport en vue de tester 10 véhicules au gaz naturel liquéfié (GNL). • Monoprix : Partenariat de mutualisation du transport des cosmétiques en amont des entrepôts Samada. • Franprix : Augmentation de 20 % de la part des livraisons fluviales sur la Seine en région parisienne entre les entrepôts et les magasins. • GPA Multi Varejo : Poursuite du programme de backhauling avec de nouveaux fournisseurs (+5%). • GPA : Mise en place d'un projet de modernisation des camions et de formation à l'écoconduite des chauffeurs. • Éxito : Maximisation des chargements des camions au départ des entrepôts et modernisation des camions. • Big C Vietnam : Déploiement du mode fluvial pour livrer les denrées non périssables entre les entrepôts et les hypermarchés.

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE				
Diminuer la consommation d'énergie au m ² de 2,5 % par an	Groupe	2015 - 2020	●	En France, les magasins Casino ont réduit leur consommation au m ² de 16 % depuis 2012.
Monitorer les consommations énergétiques : - en incitant les métiers à définir leurs objectifs de réduction - en installant la télérelève dans les sites rénovés énergétiquement	Groupe	2015 - 2020	●	Monitoring des consommations d'énergie par magasin.
Poursuivre le programme de rénovation énergétique des magasins : - en mettant en place des chartes internes aux éco-gestes - en réalisant des diagnostics énergétiques - en déployant des contrats de performance énergétique - en installant des portes sur les meubles froids positifs (75% des meubles froids couverts en France en 2020) - en optimisant l'éclairage des magasins - en favorisant le partage des bonnes pratiques énergétiques	Groupe	2015 - 2020	●	<ul style="list-style-type: none"> Casino : 90 % des hypermarchés Géant et 46 % des supermarchés Casino sont en contrat de performance énergétique avec Green Yellow. Des bonnes pratiques d'exploitation pour économiser l'énergie ont été déclinées dans un guide à l'attention des managers et collaborateurs en magasin. Monoprix : Rénovation énergétique de 15 magasins basée sur le déploiement des portes en froid commercial, l'optimisation de la production du froid et de l'éclairage. Franprix : Poursuite du programme d'équipement en portes pour le froid commercial (25 % des magasins équipés en 2014). GPA : Mise en service de 3 magasins pilotes pour définir le schéma de rénovation énergétique le plus efficace, en partenariat avec Green Yellow. Éxito : Rénovation énergétique de 53 sites basée sur la modernisation de l'éclairage et de la climatisation. Mise en service de la première centrale de production photovoltaïque d'électricité; en partenariat avec Green Yellow. Big C Thaïlande : Poursuite du déploiement en éclairage de type T5 et modernisation des blocs de climatisation pour les magasins existants. Intégration des recommandations du Green Building pour les magasins neufs (+ de lumière naturelle et + d'isolation des bâtiments).

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• LUTTER CONTRE LA POLLUTION – LIMITER ET VALORISER LES DÉCHETS				
Continuer l'optimisation du tri des déchets d'exploitation (carton, plastique et organique) : - en augmentant le taux de couverture et la fréquence du monitoring par métier - en améliorant la formation et la sensibilisation des collaborateurs au geste de tri - en collaborant au développement de nouvelles filères locales de valorisation	Groupe	2015 - 2020	●	<ul style="list-style-type: none"> Casino : Déclinaison des bonnes pratiques pour améliorer le geste de tri et réduire le gaspillage alimentaire en magasin dans un guide des écogestes à l'attention des managers et des collaborateurs. La quasi totalité des hypermarchés font régulièrement des dons alimentaires à des associations locales et au réseau des banques alimentaires. Monoprix : Sensibilisation des collaborateurs en magasin et diffusion d'un kit de communication. Leader Price : Mise en place du monitoring de la performance de tri des magasins par un tiers de confiance. GPA : Poursuite du programme de gestion de la performance de tri en magasin (+ 86 % du nombre de magasins sous monitoring déchets et contrat cadre). Libertad : Partenariat avec un prestataire pour le recyclage des palettes bois cassées.
Développer les actions de collecte et de recyclage des produits usagers des clients (ampoules, piles, batteries, etc.) : - en développant de nouveaux partenariats avec les fournisseurs, les recycleurs et les organisations locales - en assurant la visibilité et la qualité des points de collecte dans les magasins - en augmentant le nombre de magasins qui proposent ces services de collecte aux consommateurs - en sensibilisant les clients et les personnels au geste de tri et au recyclage des produits usagés	Groupe	2015 - 2020	●	<ul style="list-style-type: none"> Casino : Réalisation d'un guide des écogestes à l'attention des directeurs et collaborateurs en magasins intégrant les conditions du bon fonctionnement des services de collecte proposés aux clients (piles, lampes, petit électroménager, mobiles usagés, etc.). Monoprix : 5^e opération de collecte de vêtements usagés au profit d'Emmaüs (+ de 50 tonnes récupérées). Cdiscount : Intensification du service de reprise gratuit à domicile pour le gros électroménager et en point relais pour le petit électroménager. GPA : Relance du partenariat avec des industriels pour animer et déployer en magasin des points de collecte pour les matériels ou conditionnements usagés. Éxito : Mise en place d'un service de reprise des produits usagés en hypermarchés (piles, médicaments, petit électroménager, etc.). Big C Thaïlande : Campagne de collecte de briques de lait usagées en magasin en partenariat avec des industriels qui en font un alliage avec lequel on fabrique des plaques qui remplacent avantageusement les tôles métalliques (moins dangereuses et plus isolantes) utilisées en Asie pour couvrir les habitations. Campagne de collecte de batteries de téléphone en partenariat avec un industriel qui en assure le recyclage.

Groupe mobilisé pour l'environnement

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ				
Cartographier les chaînes d'approvisionnement à risque : - en améliorant la traçabilité des matières premières sensibles en vue d'une meilleure maîtrise des conditions de leur durabilité	Groupe	2015 - 2020	●	Réalisation d'une étude d'évaluation des filières à risques en partenariat avec une ONG.
Participer à la protection de la forêt primaire et à la reforestation : - en reconduisant des opérations en faveur de la reforestation - en continuant de réduire les consommations de papier - en augmentant la part du papier issu de forêts exploitées durablement et de papier recyclé	Groupe	2015 - 2020	●	<ul style="list-style-type: none"> • Éxito : 1 972 arbres replantés par les magasins Éxito. • Big C Thaïlande : soutien du programme de reforestation défini par l'État.
Participer à la protection des espèces menacées : - en poursuivant la politique de pêche durable - en développant des partenariats avec les institutions représentatives locales - en favorisant les bonnes pratiques de construction recommandées par le Green World Building	Groupe	2015 - 2020	●	En France, les équipes marées ont été sensibilisées aux enjeux de la pêche durable dans le cadre de l'opération "Choisir c'est Agir".

Acteur local solidaire

Politique générale du Groupe

Objectifs
• DÉVELOPPER LES PARTENARIATS DE SOLIDARITÉ
Renforcer les actions au profit des banques alimentaires Renforcer les programmes de lutte contre l'exclusion Développer les actions de produits-partage au profit d'associations reconnues
• MULTIPLIER LES ACTIONS LOCALES DE SOLIDARITÉ
Inciter les magasins à développer des actions de solidarité locales Valoriser en interne ces initiatives et l'implication des magasins
• DÉVELOPPER L'ACTION DES FONDATIONS
Renforcer l'implication des collaborateurs dans les actions des Fondations Développer des actions en faveur des enfants défavorisés Partager les bonnes pratiques entre les Fondations du Groupe

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• DÉVELOPPER LES PARTENARIATS DE SOLIDARITÉ				
Mettre en place les actions du programme "Casino s'engage contre l'exclusion"	Groupe France	2016	●	Casino a déployé plusieurs partenariats en lien avec la Fondation Casino : Apprentis d'Auteuil (soutien de l'opération Maman en fêtes - braderies solidaires) et l'Agence du Don en Nature (37 000 familles soutenues grâce aux dons de marchandises des magasins Casino). Casino et cinq de ses fournisseurs soutiennent le programme de consommation responsable de Mediaterrre de l'association Unis-Cité.
Poursuivre les actions engagées au profit des banques alimentaires	Groupe (Hors Disco Devoto, Big C Thaïlande, Big C Vietnam)	2016	●	Plus de 12 980 tonnes de produits, soit l'équivalent de 25,9 millions de repas, ont été apportées aux réseaux des banques alimentaires par le Groupe (collecte et ramasse) en 2014. En France, 5 444 tonnes de produits ont été collectées lors de la ramasse quotidienne et 1 187 tonnes collectées auprès des clients dans les enseignes du Groupe. À l'international, GPA a organisé au Brésil pour la deuxième année consécutive une grande journée de collecte de denrées alimentaires. En Argentine, Libertad soutient le réseau argentin des Banques alimentaires (Red Argentina de Bancos de Alimentos) et organise deux fois par an des collectes en magasin. En Colombie, Grupo Éxito poursuit le partenariat engagé depuis plusieurs années avec les 24 banques alimentaires locales. Il soutient également un programme de récupération des excédents agricoles dans les zones rurales. Enfin, Vindémia agit aux côtés du Réseau réunionnais d'aide alimentaire (ZRA) pour le ramassage de produits dans les magasins du Groupe et l'organisation de collecte auprès des clients.

Acteur local solidaire

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• DÉVELOPPER LES PARTENARIATS DE SOLIDARITÉ				
Poursuivre les programmes nationaux de solidarité en magasin	GPA	2014	●	820 magasins ont participé à la grande journée de collecte de denrées alimentaires avec le soutien de 1 000 employés bénévoles, au profit de plusieurs associations dont Amigos do Bem, Banco de Alimentos et Mesa Brasil.
Développer des opérations de produits-partage avec nos fournisseurs	Groupe France GPA	2014	●	Hypermarchés Céant, Supermarchés Casino, Franprix et Monoprix ont déployé, avec Danone, l'opération "Offrons un sourire aux enfants malades" de l'association Dr Souris, permettant d'équiper cinq hôpitaux supplémentaires et 2 000 lits en ordinateurs, connexions internet et contenus pédagogiques pour rompre l'isolement des enfants hospitalisés. GPA a mené notamment une opération de produits-partage avec AACD, une association brésilienne qui agit pour les enfants handicapés.
Poursuivre et développer les partenariats avec les fondations locales œuvrant pour la petite enfance (fundación Impulso, fundación Logros, fundación Niños con Alas).	Disco Devoto	2014	●	Les enseignes du groupe Disco en Uruguay ont accompagné différentes fondations qui soutiennent des structures hospitalières (financement de matériel médical) ou éducatives pour des jeunes en difficulté (financement apporté à des structures éducatives et des programmes pédagogiques).
• MULTIPLIER LES ACTIONS LOCALES DE SOLIDARITÉ				
Développer les opérations de solidarité magasins	Groupe	2014	●	En France, le Groupe a soutenu en 2014 au travers de ses actions le Secours Populaire, la Croix Rouge, les Apprentis d'Auteuil, l'Agence du Don en Nature, Emmaüs, Dr Souris, Gol de Letra ou encore Handi'Chien. Franprix a déployé dans l'ensemble des magasins intégrés "L'Arrondi", dispositif permettant aux clients d'arrondir leur ticket de caisse à l'euro supérieur, au profit du Secours Populaire et de la Croix Rouge. Monoprix a organisé la 5 ^e édition d'une grande collecte de vêtements pour Emmaüs. Casino a réalisé une opération, pendant la Coupe du monde, au profit de l'association franco-brésilienne Gol de Letra, présidée par l'ancien joueur Rai, pour soutenir les enfants des favelas et continue de soutenir par des dons de produits non alimentaires les braderies solidaires des Apprentis d'Auteuil et l'Agence du Don en Nature. Monoprix, grâce à la carte "microDon" proposée dans 59 magasins, a permis de collecter des fonds au profit de 45 associations locales. À l'international, reflétant la diversité des enseignes et des besoins et l'engagement solidaire du Groupe, de nombreux programmes de solidarité ont été déployés.
Poursuivre le programme "Big Community"	Big C Vietnam	2014	●	Big C Vietnam a financé 12 projets (construction d'une cuisine pour une école maternelle, équipement médical...) avec le programme "Big C Community", reconduit pour sa 4 ^e année.

Acteur local solidaire

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
• MULTIPLIER LES ACTIONS LOCALES DE SOLIDARITÉ				
Poursuivre le déploiement du programme "Vuelto Solidario" afin de soutenir des associations ou fondations œuvrant en faveur de la petite enfance.	Libertad	2014	●	Libertad a défini en 2014 l'axe prioritaire de son programme sociétal "Vuelto Solidario" : l'aide à l'enfance en Argentine. L'opération "Donemos sonrisas" ("donnons des sourires") a permis de soutenir financièrement les actions d'une fondation pour l'aide à l'enfance.
Poursuivre le programme "Acteur local engagé"	Casino	2014	●	Les magasins et entrepôts Casino sont incités à mettre en place des opérations pour soutenir les associations locales, notamment avec le programme "Acteur local engagé". Les magasins Casino déploient chaque année plusieurs centaines d'actions pour soutenir ces associations.
• DÉVELOPPER L'ACTION DES FONDATIONS				
Poursuivre les actions des Fondations Casino, Big C et Éxito	Casino Big C Thaïlande Éxito	2014	●	La Fondation d'Entreprise Casino a fêté ses cinq ans en 2014 et développé ses deux programmes principaux : "Artistes à l'école" initié en 2011 en partenariat avec l'Éducation nationale et le théâtre de l'Odéon qui a permis de soutenir 10 projets d'éducation artistique et culturelle bénéficiant aux enfants situés dans des territoires enclavés, urbains ou ruraux ; "Initiatives locales" qui a permis en 2014 d'accompagner des projets locaux proposés et parrainés par des collaborateurs du Groupe. La Fondation Éxito en Colombie a développé une expertise reconnue par les parties prenantes dans la lutte contre la malnutrition infantile. Elle a déployé ses actions dans le cadre de son programme appelé "Gen Cero" qui a pour objectif qu'aucun enfant colombien âgé de 0 à 5 ans ne souffre de malnutrition à horizon 2030. Plus de 35 500 enfants, 3 500 femmes enceintes et 7 600 familles ont été concernés par ces programmes en 2014. La Fondation Big C Thaïlande axe ses actions en faveur de l'éducation des jeunes en apportant une aide financière aux plus défavorisés (plus de 6 000 bourses accordées en 2014), et en cofinçant la construction d'écoles (quatre nouvelles écoles en 2014 ; 41 au total) ou de terrains de sport (11 terrains de baskets soutenus financièrement à ce jour).
Déployer les programmes d'actions de la Fondation Monoprix et favoriser la participation des collaborateurs	Monoprix	2014	●	La Fondation Monoprix en France concentre son action sur l'accès à l'alimentation et aux biens de première nécessité et la lutte contre l'isolement relationnel dans les villes. La Fondation Monoprix, qui a également fêté ses cinq ans en 2014, a soutenu 13 projets associatifs dont sept parrainés par des collaborateurs. Une semaine de la solidarité a été organisée permettant à 650 collaborateurs de s'engager dans des actions solidaires.

Acteur local solidaire

Bilan 2014

Objectifs	Périmètre	Échéance	Statut	Principales réalisations 2014
-----------	-----------	----------	--------	-------------------------------

• DÉVELOPPER L'ACTION DES FONDATIONS

Poursuivre et développer les programmes d'actions de l'Instituto GPA	GPA	2014	●	L'Instituto GPA développe des programmes d'éducation pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes de milieux sociaux modestes au Brésil (cours gratuits d'anglais, formations aux métiers d'hôtesse et d'hôte de caisse et de téléconférencier en centres d'appels, formation professionnelle NATA aux métiers de la boulangerie et du lait). L'Instituto GPA a également formé en 15 ans 13 000 jeunes défavorisés âgés de 10 à 18 ans à la musique (Música & Orquestra Instituto GPA). L'orchestre s'est produit en magasin mais aussi dans des théâtres, des festivals, au Brésil et à l'étranger, et a été convié en 2014 à jouer au Carnegie Hall de New York aux États-Unis. En 2014, un partenariat avec la Fondation Getúlio Vargas a été mis en place pour déployer un programme de bourses au mérite dénommé "Prosperar" qui a accueilli les 10 premiers élèves boursiers en 2014.
--	-----	------	---	---

Principes de reporting

Les informations relatives à la démarche de responsabilité sociale d'entreprise du groupe Casino et aux performances environnementales, sociales et sociétales ont été élaborées conformément aux principes établis dans le protocole de reporting RSE du Groupe, actualisé en 2014 et diffusé auprès de l'ensemble des personnes impliquées dans le processus de reporting en France et dans les filiales étrangères. Les données sociales, sociétales et environnementales présentées concernent, sauf exceptions explicitement mentionnées, l'ensemble des activités sous contrôle opérationnel du groupe Casino ou de ses filiales majoritaires en France et à l'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 %). Élaborées en cohérence avec le reporting financier et sauf mentions explicites, les données sont reportées en référence aux périmètres suivants :

- Le périmètre dit "France/Océan Indien" est constitué des activités sous enseignes Casino, Monoprix, Cdiscount, Franprix, Leader Price et des fonctions supports (logistiques, achats, ressources humaines, etc.) et Vindémia.
- Le périmètre dit "Amérique latine" est composé des entités GPA, Libertad SA, Grupo Éxito, Disco Devoto.
- Le périmètre dit "Asie" est composé des entités Big C Thaïlande, Big C Vietnam.
- Le périmètre dit "Groupe" intègre les données consolidées.

Le site institutionnel du Groupe www.groupe-casino.fr présente également des informations relatives à sa démarche RSE. Accessible sur le même site, le Document de Référence apporte une information complémentaire sur les performances et les actions menées ainsi que sur la gouvernance mise en place, les méthodes et principes utilisés. Y figure l'avis du commissaire aux comptes sur les travaux de vérification menés en 2014. Monoprix, Cdiscount et Vindémia publient également des informations dans leur rapport de gestion ou sur leur site internet. GPA, Grupo Éxito, et Libertad, adhérents au Pacte mondial, publient chaque année un rapport RSE qui est accessible sur les sites www.gpari.com.br, www.grupoexito.com.co, www.libertadsa.com.ar.

TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

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

PRINCIPES DU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

	Voir pages
DROITS DE L'HOMME	
1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans leur sphère d'influence	7, 17, 18, 27, 28, de 62 à 65
2. Veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme	35, 36, de 52 à 55
NORMES DU TRAVAIL	
3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association	de 40 à 48
4. L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire	35, 36
5. L'abolition effective du travail des enfants	de 52 à 55
6. L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession	de 13 à 16, de 40 à 48
ENVIRONNEMENT	
7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement	de 23 à 26, de 55 à 61
8. À entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement	de 23 à 26, de 56 à 61
9. À favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement	de 20 à 22, de 23 à 26, de 49 à 51
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	
10. Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin	de 52 à 55

CONTACTS

Direction de la Communication externe Groupe
Tél. : 01 53 65 24 78
E-mail : directiondelacomunication@groupe-casino.fr

Direction de la Communication financière et des relations investisseurs
Tél. : 01 53 65 64 18
E-mail : IR_casino@groupe-casino.fr

Direction de la Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)
Tél. : 01 53 70 51 97

Site Internet Groupe
www.groupe-casino.fr

SERVICE RELATIONS ACTIONNAIRES DE CASINO

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

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

BNP Paribas Securities Services – GCT
Relations Actionnaires
Grands Moulins de Pantin
9, rue du Débarcadère F-93761 Pantin Cedex
Tél. : 01 40 14 31 00
Établissement mandaté pour la gestion du registre nominatif.

CASINO, GUICHARD-PERRACHON
le capital social de CASINO, GUICHARD-PERRACHON
est de : 173 157 997,86 euros

Siège social
BP 306 – 1, esplanade de France
F-42008 Saint-Étienne Cedex 2
Tél. : 04 77 45 31 31
Fax : 04 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

COORDINATIONS

Direction de la Communication externe Groupe

Rédaction
Laure Martin-Girard - bureau Z
Conception, réalisation
Éric Bury - Shaman
Photos de couverture : © Fotolia

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





GROUPE
Casino
NOURRIR UN **MONDE**
DE **DIVERSITÉ**

www.groupe-casino.fr

GROUPE CASINO

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