

Chapitre 8

Responsabilité sociale d'entreprise (RSE)

8.1. Démarche de progrès RSE	258
8.2. Politiques et actions déployées	269
8.3. Performances extra-financières	308
8.4. Tables de correspondance – ODD – GRI.....	309
8.5. Méthodologie de reporting des indicateurs de RSE	312
8.6. Rapport de l'organisme tiers indépendant.....	315

8.1. Démarche de progrès RSE

La démarche RSE du groupe Casino contribue à créer et à favoriser des relations de confiance et de long terme avec chacune des parties prenantes, tout particulièrement les collaborateurs, les clients, et les fournisseurs, dans le respect des cultures et des pratiques locales des pays dans lesquels le Groupe est implanté. Les priorités d'actions RSE, placées au cœur des activités du Groupe, constituent un des leviers de motivation des collaborateurs, et ont pour vocation d'améliorer l'impact social, sociétal et environnemental de l'entreprise, ainsi que sa performance financière. La politique RSE du Groupe a pour ambition de proposer des modes de consommation responsables, et d'améliorer la durabilité du modèle économique du Groupe en soutenant la confiance accordée par les principales parties prenantes avec lesquelles il entretient un dialogue constant.

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

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

8.1.1. Principes d'actions

La politique RSE a été définie en cohérence avec les principes éthiques du groupe Casino (cf. chapitre 8.1.9) et sa volonté de respecter et promouvoir les principes affirmés par :

- la Déclaration universelle des droits de l'homme ;
- les conventions fondamentales de l'OIT dont la Convention 29 concernant le travail forcé ou obligatoire, la Convention 87 concernant la liberté syndicale et la protection du droit syndical, la Convention 98 concernant l'application des principes du droit d'organisation et de négociation collective, la Convention 100 concernant l'égalité de rémunération entre la main-d'œuvre masculine et la main-d'œuvre féminine pour un travail de valeur égale ; la Convention 105 concernant l'abolition du travail forcé, la Convention 111 concernant la discrimination en matière d'emploi et de profession, la Convention 138 concernant l'âge minimum d'admission à l'emploi, la Convention 182

concernant l'interdiction des pires formes de travail des enfants et l'action immédiate en vue de leur élimination ;

- le Pacte mondial des Nations unies (*Global Compact*) auquel le Groupe a adhéré en 2009 ;
- les Principes d'autonomisation des Femmes (*Women Empowerment Principles*) auxquels le Groupe a adhéré en 2016 ;
- l'Accord de Paris sur le Climat et le Protocole de Montréal ;
- les 17 Objectifs du Développement Durable (ODD) adoptés par les pays au sein de l'ONU.

De par les politiques déployées au titre de ses enjeux prioritaires, le groupe Casino agit directement et indirectement sur 13 ODD. Les engagements et actions associés sont détaillés au chapitre 8.4.

8.1.2. Organisation de la gouvernance RSE

L'engagement du groupe Casino en faveur du Développement Durable, affirmé dès 2002, s'appuie sur une organisation et une gouvernance associant les dirigeants à tous les niveaux du Groupe et au plus haut niveau de l'organisation.

Le Conseil d'administration a souhaité, en décembre 2017, confier au seul Comité de gouvernance, renommé Comité de gouvernance et RSE, l'examen et le suivi des sujets de responsabilité sociale d'entreprise et d'élargir ses attributions. Dans le domaine de la RSE, ce Comité, a ainsi pour mission d'examiner, en lien avec la stratégie du Groupe, les engagements et les politiques développées par le Groupe en matière d'éthique et de responsabilité sociale, environnementale et sociétale d'entreprise, la mise en œuvre de ces politiques et leurs résultats et de formuler au Conseil d'administration tout avis ou recommandation.

Il lui appartient dans ce cadre de s'assurer, en lien avec le Comité d'audit, de l'existence de dispositifs d'identification et de gestion des principaux risques liés à ces domaines de responsabilités et de la conformité avec les dispositifs légaux et réglementaires. Le Comité examine par ailleurs la politique du Groupe en matière d'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes et la démarche globale engagée en faveur de la diversité (mission antérieurement confiée au Comité des nominations et des rémunérations). Il participe également, en lien avec le Comité des nominations et des rémunérations, aux réflexions sur la mise en œuvre de critères de RSE dans la rémunération du dirigeant mandataire social. L'ensemble des attributions du Comité ont été précisées dans la Charte du Comité et le règlement intérieur du Conseil (cf. chapitre 5).

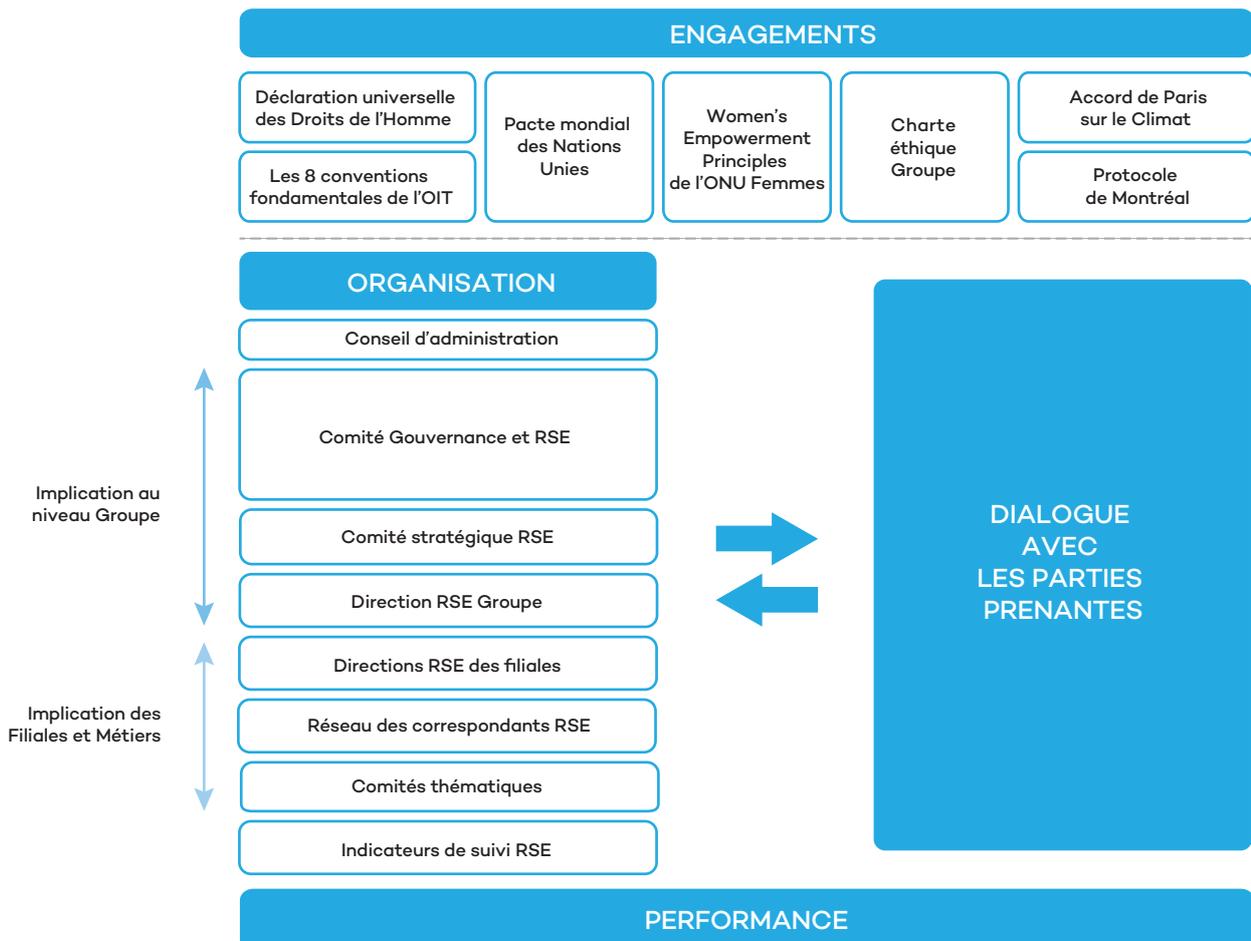
Au 7 mars 2018, le Comité gouvernance et RSE se compose de trois administrateurs, dont deux sont indépendants selon les critères du Code Afep-Medef. Il est présidé par l'Administrateur référent indépendant. La mise en œuvre des politiques RSE du Groupe, le rapport annuel sur les données sociales et environnementales ainsi que le plan de vigilance établi en application de la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance et le dispositif de détection et de prévention de la corruption mis en œuvre conformément à la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la lutte contre la corruption ont fait l'objet de présentations au Comité gouvernance et RSE le 1^{er} mars 2018. L'évolution de la composition du Comité gouvernance et RSE à l'issue de l'Assemblée générale 2018 et les domaines d'expertise des membres qui le composeront ⁽¹⁾ sont présentés au chapitre 5 du Document de Référence.

Le Comité stratégique RSE, créé en 2010, a pour missions de valider les axes d'engagement du Groupe en matière de RSE et de suivre leur mise en œuvre au sein des entités du Groupe. Constitué de douze membres, dont huit membres du Comité exécutif, le Comité s'est réuni trois fois en 2017.

Les thèmes abordés depuis sa création ont été : l'analyse des enjeux RSE du Groupe, la notation extra-financière, l'impact carbone des activités, l'impact des matières premières sur la déforestation, la politique d'éthique sociale, les gaz réfrigérants, l'analyse de matérialité des enjeux de RSE, les objectifs RSE à 2020. Trois enjeux ont été examinés en 2017 : la politique bien-être animal (chapitre 8.2.3.4), le socle d'engagements RSE des produits à marques propres en France (cf. chapitre 8.2.2) et le programme de conformité sociale Groupe (cf. chapitre 8.2.3).

Lors de l'Assemblée générale annuelle, la politique RSE du Groupe est présentée aux actionnaires afin de répondre aux éventuelles questions sur son orientation et ses objectifs.

La Direction de la RSE Groupe déploie en France et à l'international, la démarche de progrès, initiée en 2011, en lien avec les différents départements RSE des filiales. Elle est directement rattachée au Directeur des ressources humaines du Groupe, membre du Comité exécutif. Cette démarche d'amélioration continue se fonde sur les principes et les domaines d'application énoncés par la norme ISO 26000.



(1) Sous réserve de l'approbation des résolutions soumises à l'Assemblée générale du 15 mai 2018.

Le groupe Casino a mis en place un réseau de correspondants RSE dans les filiales en France et à l'international, animé par la Direction RSE Groupe. En France, ce réseau est complété de correspondants "Promotion de la diversité".

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

- Comité de pilotage ressources humaines ;

- Comité scientifique Nutrition Santé ;
- Comité Qualité France ;
- Comité RSE, en place localement. Il est par exemple, au sein de Grupo Éxito en Colombie, composé du Directeur RSE Groupe ainsi que de représentants de la Direction générale de la filiale. Il s'est réuni deux fois en 2017 afin de suivre le déploiement des politiques engagées.

8.1.3. Identification et gestion des risques ESG (Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance)

La mise en œuvre de la démarche de RSE participe également à la gestion des risques auxquels le Groupe est exposé.

La Direction de la Conformité et des Risques créée en janvier 2018 (cf. chapitre 7) a pour missions :

- d'accompagner les entités du groupe Casino, tant en France qu'à l'international, dans l'identification, l'évaluation et le suivi des risques relatifs aux activités du Groupe ;
- de mettre à jour les cartographies des risques (groupe, corruption, fraude) ;
- de s'assurer de la conformité des dispositifs déployés au sein du Groupe pour répondre aux principales lois et réglementations applicables aux activités du Groupe ;
- de définir les plans d'actions et correctifs et s'assurer de leur mise en œuvre.

L'ensemble du dispositif de gestion des risques, dont les risques ESG, vise à atteindre un niveau de risque résiduel cible défini par le management du Groupe. Sur la base d'un catalogue de risques, et de critères et règles de détermination de la probabilité et de l'impact des risques, les risques majeurs sont identifiés et traités. Une analyse de corrélation entre les causes et les conséquences desdits

risques est menée annuellement par la Direction du Contrôle interne Groupe.

Ce dispositif de gestion des risques prend en compte les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux du Groupe et intègre quatre catégories de risques RSE que sont les risques sociaux et psychosociaux ; les risques qualité/conformité/sécurité liés aux produits ; les risques liés aux lois et règlements (risque éthique de non-respect des engagements pris par le Groupe et de non-conformité avec la réglementation) et les risques climatiques.

Dans le cadre de la mise en conformité du Groupe avec la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique et la loi française du 27 mars 2017 sur le devoir de vigilance, le Groupe a mis en place des analyses de risques complémentaires.

La Direction des Risques et de la Conformité mène des actions afin de développer la culture du risque au sein du Groupe. Une dizaine d'entités, soit une centaine de responsables de process (marketing, achat, Direction financière, immobilier) ont été sensibilisés aux risques par le biais d'entretiens individuels.

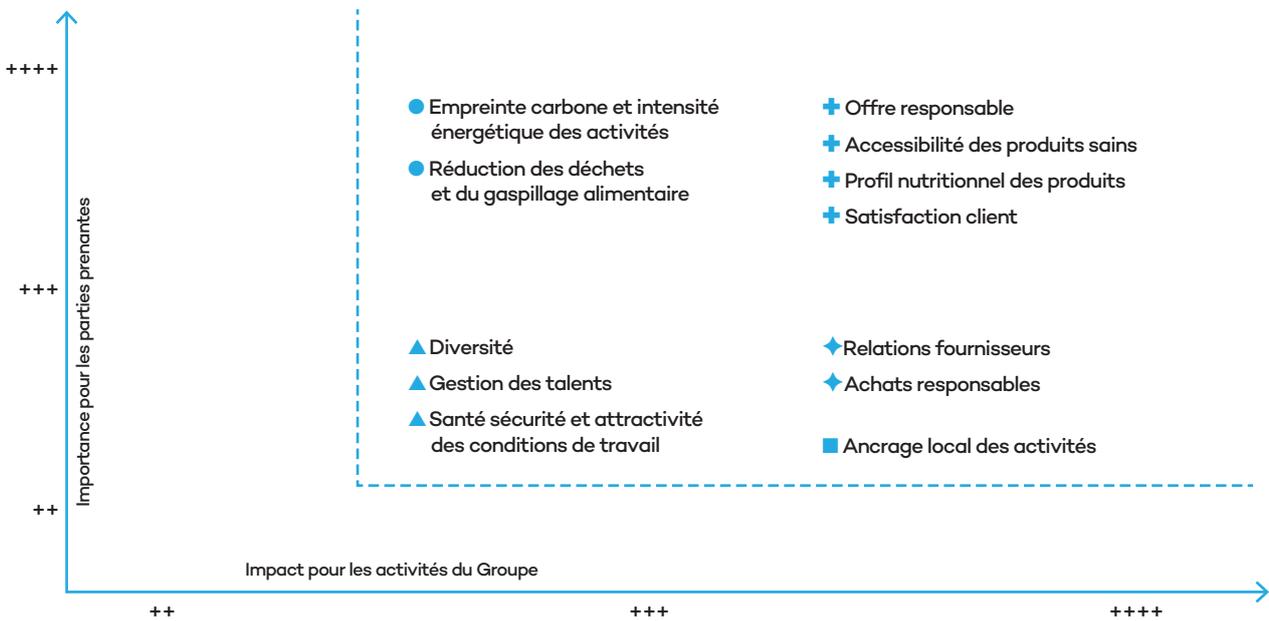
8.1.4. Analyse de matérialité

Soucieux d'identifier et de répondre à ses enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux majeurs, de maîtriser ses principaux risques non financiers et d'agir pour un développement économique et responsable de ses activités, le Groupe réalise des analyses de matérialité.

Ainsi, afin d'évaluer et de mettre à jour la démarche de progrès "Esprit RSE" (cf. chapitre 8.1.5), une étude des enjeux les plus stratégiques au niveau du Groupe a été réalisée en 2015. Cette étude de matérialité, a permis de prioriser les enjeux RSE, d'une part, en fonction de leur importance

à moyen terme pour le développement des activités du Groupe et, d'autre part, de leur potentiel de création de valeur pour la Société et de l'intérêt accordé à ces enjeux par les parties prenantes. Cette analyse a confirmé la pertinence des 15 priorités qui ont structuré dès 2011 la démarche de progrès "Esprit RSE" au regard, notamment, de l'intérêt des parties prenantes, des pratiques sectorielles, des facteurs de risque et des opportunités susceptibles d'impacter le développement du Groupe et la cohérence des initiatives mises en place par chacune des filiales du Groupe.

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



Légende

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

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

Cette étude a été confortée par des analyses réalisées au niveau des deux principales filiales du Groupe afin d'intégrer les attentes spécifiques des parties prenantes locales :

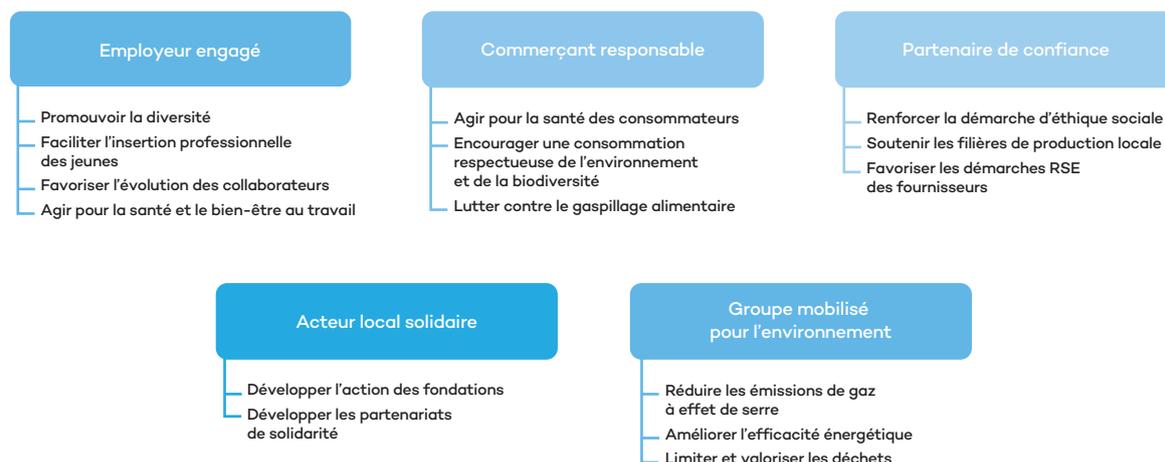
- En Colombie : en 2016, Éxito a mené une étude de matérialité avec un cabinet de conseil afin de confirmer et prioriser les enjeux identifiés, en prenant en compte les attentes spécifiques locales. Éxito a consulté plusieurs parties prenantes dont les collaborateurs, les actionnaires, les clients et ses fournisseurs.
- Au Brésil : accompagné d'un cabinet conseil spécialisé en RSE, GPA a réalisé en 2015 une matrice de matérialité, sur la base d'une analyse documentaire, d'entretiens individuels menés auprès de l'entreprise et de partenaires externes, d'une enquête en ligne envoyée aux collaborateurs, fournisseurs et clients de GPA. La matrice de matérialité établie et présentée au Comité exécutif de GPA a validé

les priorités stratégiques 2015-2017, en cohérence avec les cinq piliers RSE du groupe Casino. Elle a permis de confirmer les attentes des collaborateurs quant à l'engagement social et solidaire de GPA, la qualité de vie, mais aussi de souligner l'importance accordée par les parties prenantes externes à la consommation responsable, à la gestion des déchets d'exploitation et des clients, et pour les fournisseurs, au développement des PME et à l'emploi local. En 2017, accompagné par un cabinet externe spécialisé, GPA a également mené une étude approfondie afin de prendre en compte les attentes exprimées par l'*International Integrated Reporting Council* – l'IIRC, les 17 Objectifs de Développement Durable et les nouvelles attentes de la société identifiées telles que la santé et le bien-être des populations, le changement climatique, la sécurisation des données.

8.1.5. Démarche de progrès “Esprit RSE”

Élément structurant de sa politique RSE, la démarche de progrès “Esprit RSE” s’articule depuis 2011 autour de 15 axes prioritaires qui ont été définis à partir des analyses de matérialité et d’impact (cf. chapitre 8.1.4), et de l’analyse des principaux risques (cf. chapitre 8.1.3) et opportunités pour le Groupe.

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



Des plans d’action sont définis au niveau de chaque entité du Groupe et font l’objet d’un suivi annuel par la Direction RSE Groupe. Les performances de la démarche RSE sont évaluées en interne et en externe chaque année (cf. chapitre 8.1.8).

8.1.6. Dialogue avec les parties prenantes

Depuis de nombreuses années, le Groupe entretient un dialogue régulier et constructif avec ses parties prenantes au niveau local et national, dans chacun des pays où il est présent. Il privilégie un dialogue ouvert, qualitatif, avec pour objectif de développer et cocréer des projets ou des partenariats innovants. Le dialogue s’effectue *via* différents

modes selon les parties prenantes, au niveau du Groupe et de chaque entité. Au niveau Groupe, afin de mieux structurer ce dialogue et de comprendre les attentes des parties prenantes celles-ci peuvent être invitées à intervenir lors des Comités stratégiques RSE sur des thématiques majeures.

Principales parties prenantes identifiées et modes de dialogue

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

PARTENAIRES SOCIAUX ET COLLABORATEURS

La construction des politiques de ressources humaines et de RSE s'appuie sur un dialogue régulier avec les collaborateurs et les partenaires sociaux. Fortement engagé, le Groupe mène de nombreuses actions en faveur du dialogue social et met en place des outils d'écoute et d'échanges avec les collaborateurs. Ces dispositifs et outils sont présentés dans le chapitre 8.2.1.3.

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

CLIENTS

Afin d'être à l'écoute des clients et de leurs attentes, les enseignes du Groupe engagent un dialogue de qualité au travers des différents outils disponibles et développent des produits et services répondant à leurs attentes. Le Groupe s'appuie sur :

- Ses réseaux sociaux. Le groupe Casino et ses enseignes sont présents sur les différents réseaux afin d'échanger en temps réel avec ses clients et répondre à leurs questions. En France, le groupe Casino a aussi créé "Le réseau social des consommateurs" appelé "C'Vous" en 2012 pour les consommateurs désireux d'échanger sur les produits et services de leur magasin. En 2017, "C'Vous" représente une communauté de près de 150 000 membres qui peut voter pour ses produits préférés, participer à la création de futurs produits alimentaires et non alimentaires, proposer des idées.
- Des enquêtes et questionnaires de satisfaction. En France, chacune des enseignes mène des enquêtes auprès des clients, ainsi que des visites en magasins effectuées par des prestataires spécialisés. Les questionnaires abordent de nombreux domaines de satisfaction ou d'insatisfaction éventuels, allant de la propreté du magasin, à la qualité du service, aux produits vendus.

Mesuré dans l'ensemble des entités du Groupe, le taux de satisfaction client est suivi et analysé. En 2017, le taux de satisfaction clients des enseignes Extra & Pão de Açúcar était de 84 %. En Colombie, Éxito réalise une centaine d'enquêtes clients par magasin, plus d'un million environ chaque année, auxquelles s'ajoutent les enquêtes en ligne (plus de 2 000 par an), permettant de définir et suivre un niveau de satisfaction évalué, en 2017, à plus de 4,4/5.

Des reporting sont élaborés et transmis aux services concernés (achats, marketing, magasins) pour mise en place d'actions correctives et préventives (prise en compte des remontées clients dans les dispositifs de *sourcing*).

- Une organisation dédiée et la formation de ses équipes. Le Groupe dispose de plusieurs services clients accessibles, en continu, par téléphone (numéro vert gratuit), courriers, ou Internet permettant d'obtenir des informations sur les magasins, les produits, et répondre aux questions.

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

- Des programmes de fidélité. Afin d'améliorer la satisfaction client et l'écoute des besoins, des programmes de fidélité sont mis en place par les principales enseignes du Groupe. Ils constituent un outil privilégié pour répondre à leurs attentes en leur proposant des offres préférentielles adaptées à leurs habitudes d'achats. Le programme développé par Éxito rassemble ainsi plus de 5,8 millions de personnes et est le plus important de Colombie.

L'ensemble de ce dispositif permet de mesurer la satisfaction des clients et de répondre à leurs attentes. Ainsi, le Groupe fait évoluer ses concepts de magasins et ses gammes de produits pour répondre à leurs attentes en matière de consommation responsable (cf. chapitre 8.2.2).

Les politiques en matière d'éthique, de bien-être animal et d'impact environnemental des produits sont aussi des sujets d'intérêt pour les consommateurs, qui font écho aux politiques développées par le Groupe (cf. chapitre 8.2.2).

COLLECTIVITÉS ET COMMUNAUTÉS LOCALES

Le Groupe entretient un dialogue régulier avec les communautés locales dans le cadre de son activité et également au travers des actions menées par ses Fondations (cf. chapitre 8.2.5).

De par l'implantation de ses magasins en France, au Brésil, en Colombie, dans les villes et les zones rurales, le Groupe participe au développement économique des régions où il est implanté. Il agit aussi auprès des territoires par le biais des fournisseurs locaux qu'il soutient (cf. chapitre 8.2.3.3). Les magasins répondent également aux attentes des populations par la mise en place d'opérations de solidarité (cf. chapitre 8.2.5).

En 2017, Le groupe Casino s'est engagé auprès de diverses collectivités locales, notamment par la mise en œuvre de partenariats, et de projets de développement du parc de magasins. Par l'intermédiaire de la Direction des Relations extérieures ainsi que de la Direction des ressources humaines, le Groupe a signé la Charte pour l'emploi local de la Ville de Paris, ainsi que la Charte de l'emploi local de la Métropole de Nice.

Le Groupe engage un dialogue avec des parties prenantes locales lors de la création, de l'aménagement et la fermeture de magasins. La Direction des Relations extérieures accompagne le cas échéant les enseignes du Groupe, auprès des différentes autorités ou des différents décideurs locaux (élus, administrations, consulaires, etc.).

Le Groupe a, par ailleurs, participé à des travaux préparatoires et à des partenariats initiés par les collectivités locales. Il a ainsi participé aux commissions consultatives préalables et signé le Plan Action Climat de la Ville de Paris dont l'objectif est de réduire les émissions de gaz à effet de serre du territoire parisien de 75 % en 2050 par rapport à 2004 en menant des actions dans de multiples domaines : déplacements, habitat, urbanisme, gestion des ressources et des déchets, alimentation.

ORGANISATIONS PARTENAIRES (ONG ET ASSOCIATIONS)

Le groupe Casino participe aux travaux du Réseau des Entreprises et du Handicap de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) en tant que membre fondateur, de l'Initiative Clause Sociale (ICS), d'Entreprises pour les Droits de l'Homme, du Consumer Good Forum. Il est partenaire du *TFT Earth*, association dont l'objectif est de transformer les chaînes d'approvisionnement afin de les rendre plus durables et de lutter contre la déforestation.

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

À l'international, les entités entretiennent également un dialogue avec leurs parties prenantes : au Brésil, GPA est membre de l'institut Ethos (association d'entreprises pour la promotion de la RSE), soutient les travaux de l'institut Akatu qui mène des actions de sensibilisation et de mobilisation

autour de la consommation responsable. Il participe aux travaux de Cempre (*Compromisso Empresarial para Reciclagem – Corporative Commitment for Recycling*) qui a pour objectif de favoriser la réduction, la réutilisation et le recyclage des déchets, est membre du GTPS (*Grupo de Trabalho para Pecuaria Sustentavel – Sustainable Livestock Working Group*) et du Global Compact. En Argentine, Libertad soutient l'ARSE (Institut Argentin de la RSE) et le *Global Compact*.

Éxito, en Colombie, interagit avec différentes parties prenantes nationales dont le SENA (Service national pour l'Apprentissage) et internationales comme le TFA 2020, le *Consumer Good Forum* dont il est membre depuis 2007, WWF ou encore BanCO₂.

En 2017, le Groupe a répondu aux différentes sollicitations et questionnaires des ONG reconnues, notamment sur les enjeux de la pêche, du bien-être animal ou encore de l'obsolescence programmée.

COMMUNAUTÉ FINANCIÈRE

Le Groupe entretient un dialogue régulier avec les acteurs de l'investissement socialement responsable (agences de notation, fonds d'Investissement Socialement Responsable) en répondant à leurs sollicitations d'entretiens ainsi qu'aux demandes d'informations. Le Groupe a répondu en 2017 à plusieurs demandes et questionnaires portant sur les enjeux nutritionnels, le gaspillage alimentaire, le bien-être animal ou encore sur la gouvernance d'entreprise.

PARTAGE DE LA VALEUR AVEC LES PARTIES PRENANTES

REVENUS - 2017

DÉPENSES - 2017

Clients

Le chiffre d'affaires de Casino atteint **37 822 M€**

Partenaires

Casino a perçu **414 M€** de revenus divers (sociétés financières, promotion immobilière)

Revenus financiers consolidés

Casino a perçu **81 M€** de ses placements financiers sous forme d'intérêts

Fournisseurs

Casino a acheté auprès de ses fournisseurs **31 663 M€** de marchandises et de prestations

Collaborateurs

Casino a versé en 2017 à ses collaborateurs **4 591 M€** au titre des salaires bruts, charges sociales et avantages

État

Casino a enregistré un total de **56 M€** au titre de l'impôt sur les sociétés

Communautés locales, ONG, et monde associatif

Casino a contribué à hauteur de **34 M€** au titre de la solidarité (montant net / hors crédit d'impôt)

Institutions financières

Les charges concernant essentiellement des opérations financières représentent **567 M€**

Actionnaires

Casino a versé **346 M€** de dividendes aux actionnaires de la société mère et **99 M€** aux actionnaires minoritaires et autres bénéficiaires

8.1.7. Sensibilisation et formation des collaborateurs

Le déploiement de la politique RSE du Groupe s'appuie sur le développement d'une "culture RSE" au sein de l'entreprise, nécessitant la mise en place d'actions de sensibilisation et de formation aux enjeux de RSE, ainsi qu'aux actions à mener.

Afin de sensibiliser les collaborateurs, le Groupe :

- relaie ses engagements et actions RSE dans ses supports de communication comme ses intranets, ses journaux internes dont un numéro spécial RSE réalisé en 2017 et diffusé aux collaborateurs du Groupe en France ;
- s'appuie sur son réseau social interne dénommé "Casino World Community" (CWC). Accessible à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, cette plateforme d'échanges et d'information comprend un parcours de découverte en partie consacré à la politique et aux engagements de RSE. Cette plateforme diffuse régulièrement les actualités du Groupe en la matière, les actions réalisées par les filiales, afin de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs et favoriser l'échange de bonnes pratiques. La CWC a

notamment communiqué, en 2017, les indicateurs clés de performance RSE du Groupe – efficacité énergétique, égalité professionnelle, émissions de gaz à effet de serre (cf. chapitre 8.1.8).

Afin de former ses collaborateurs aux enjeux de RSE, le Groupe s'appuie sur ses centres de formation internes. En France, le centre de formation interne "Campus" propose ainsi à l'ensemble des collaborateurs un parcours de formation aux enjeux et engagements corporate portant sur la lutte contre la corruption, le management bienveillant, la promotion de la diversité et la lutte contre les discriminations. Par ailleurs, les enjeux RSE propres à un métier ou une fonction sont intégrés dans les parcours de formation : la formation des chefs de Marée prend en compte les enjeux de la pêche durable, celle des futurs directeurs de restaurant Casino les enjeux RSE afférents à ce métier tels que l'impact nutritionnel des produits, le gaspillage alimentaire, les déchets organiques, etc.

8.1.8. Performance de la démarche

OBJECTIFS DE PERFORMANCE

Des objectifs Groupe chiffrés internes à atteindre d'ici 2020 en cohérence avec la démarche de progrès RSE ont été définis et validés par le Comité stratégique RSE en 2016. Au nombre de six, ils portent sur le handicap, l'égalité professionnelle, la part du bio dans les ventes, l'efficacité énergétique, le recyclage et la réduction des déchets. Certains indicateurs sont pris en compte dans la rémunération variable des cadres (cf. paragraphe suivant).

Le Groupe s'est fixé pour objectif d'être présent dans les indices FTSE4GOOD, Euronext Vigeo Eiris et DJSI, et d'améliorer sa note extra-financière par l'agence de *Sustainalytics* d'au moins quatre points en trois ans.

ÉVALUATION DES COLLABORATEURS

Le Groupe valorise l'engagement RSE dans les dispositifs d'évaluation et de rémunération variable auprès de l'ensemble de son encadrement, en France comme à l'international et jusqu'au plus haut de l'organisation.

Ainsi, un objectif quantifiable non financier lié à la RSE et comptant pour 10 % du montant cible de la rémunération variable du Président-Directeur général du groupe Casino a été introduit en 2016. Pour 2018, les conditions d'acquisition de cet objectif ont été renforcées. Ainsi, la réalisation du critère est dorénavant appréciée en fonction de la moyenne des notes obtenues par Casino dans les évaluations faites par les 3 agences de notation extra financières suivantes : FTSE Group, Vigeo Eiris et DJSI, avec également l'introduction d'un montant cible (moyenne des dernières notes de Casino constatée au 7 mars 2018) et d'un minimum (moyenne des notes de Casino sur les 4 dernières années).

Les dispositifs mis en place à destination des managers s'inscrivent dans les politiques de ressources humaines déployées par chacune des filiales en cohérence avec leurs enjeux les plus matériels (cf. chapitre 8.1.4) :

- Les cadres en France ont été évalués en 2017 sur la mise en œuvre des six Attitudes et Comportements Managériaux (ACM) définis par le Groupe qui comptent pour 30 % de leur rémunération variable. Depuis 2016, ce référentiel managérial a évolué afin que l'un des six ACM, l'ACM Social et Sociétal (RSE), permette d'évaluer le collaborateur sur la prise en compte de la RSE dans son métier et son activité.
- Pour 2018, le Groupe a introduit dans la rémunération variable des cadres en France, un objectif RSE quantifiable comptant pour 5 %, constitué de deux critères définis par le Comité stratégique RSE du Groupe : au titre de l'Égalité professionnelle "le pourcentage de femmes cadres", au titre de sa politique environnementale "la consommation électrique annuelle par mètre carré de surface de vente". Par cette décision, le groupe Casino réaffirme son engagement concret à placer la RSE au cœur de son modèle économique et social. Les membres du Comité exécutif du groupe Casino, hors le Président-Directeur général pour lequel le critère quantifiable de RSE est mentionné précédemment, sont concernés par ce dispositif.
- Les cadres au Brésil et en Colombie ont, de la même manière, environ 5 % de leur rémunération variable conditionnée à l'atteinte d'objectifs RSE quantitatifs portant sur des indicateurs environnementaux (Efficacité énergétique et réduction de l'empreinte carbone), sociaux (Égalité professionnelle et Handicap) et/ou sociétaux (Investissement des Fondations).

ÉVALUATION EXTRA-FINANCIÈRE

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

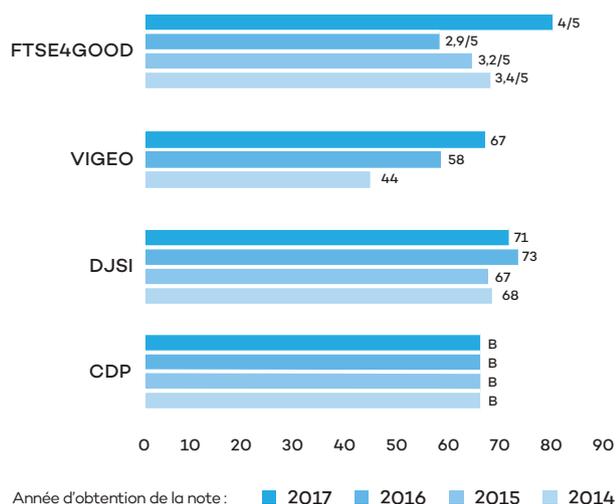
En 2017, le Groupe est présent dans :

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

Le groupe Casino participe depuis plusieurs années à l'évaluation réalisée par RobecoSAM dans le cadre de l'indice DJSI. Noté 69/100 en 2014, il a obtenu 71/100 en 2017 ; une note qui le place dans les 14 % des entreprises les plus performantes de sa catégorie. Le Groupe a été sélectionné pour figurer dans le "Sustainability Yearbook" réalisé par l'agence qui présente les entreprises les plus performantes en matière de politique et de performances RSE.

Pour la cinquième année consécutive, Grupo Éxito est présent dans l'indice DJSI Emerging Markets qui récompense, chaque année, les entreprises les plus performantes selon des critères économiques, environnementaux et sociaux. Éxito est également présent dans le FTSE4 Good Emerging Markets Index qui prend en compte les performances ESG d'entreprises issues de plus de 20 pays émergents.

Le Groupe répond depuis 2013 au *Carbon Disclosure Project*. Sa notation s'est améliorée pour atteindre le niveau B, maintenu en 2017.



L'évaluation extra-financière, en progression depuis 2013, illustre la démarche de progrès et la volonté du Groupe et de ses organes de gouvernance d'améliorer continuellement sa politique RSE et ses performances.

PRIX ET DISTINCTIONS

Les initiatives du Groupe sont régulièrement reconnues par des prix et des distinctions. En 2017, le Groupe a reçu pour

sa filiale Monoprix, le Grand Prix Essec de la distribution responsable pour l'ensemble de ses actions RSE ; le Prix Essec des ressources humaines pour sa politique de lutte contre le sexisme, et le Prix Essec coup de cœur des étudiants pour le programme de recrutement de Franprix.

Le Groupe a reçu aussi trois prix lors de la cérémonie des Trophées LSA Diversité et RSE.

Au titre des actions en faveur d'un commerce plus responsable

Le Groupe a reçu le Trophée LSA de l'innovation Nutrition Santé pour sa gamme de produits sans résidus de pesticides, sans additif, conservateur, issue de la démarche "Agriplus" de Casino qui répond à une préoccupation première des consommateurs de plus en plus soucieux de leur alimentation.

Un deuxième trophée "Innovation concept alimentaire" est venu saluer l'enseigne Franprix et son concept Noé qui propose de "consommer autrement" via un choix de produits responsables. On y trouve une majorité de produits labellisés AB, des références choisies pour leur performance nutritionnelle ou équitable mais aussi des produits vendus en vrac avec des contenants réutilisables (épicerie, vin, vinaigre, shampoing, savon, lessive).

Le groupe Casino au travers de sa filiale Monoprix a remporté plusieurs prix décernés par le CIWF pour ses actions en faveur du bien-être animal : Mention d'Honneur aux Œufs d'Or lors des Trophées du Bien-être animal 2013 ; Mention d'Honneur aux Vaches d'Or pour son engagement en faveur du bien-être des vaches en 2014 ; Œuf d'or en 2016 ; Mention d'Honneur aux Lapins d'Or 2017. En 2017, le groupe Casino a été récompensé pour son engagement en faveur des poules pondeuses avec un Œuf d'or.

Disco, filiale du Groupe en Uruguay, s'est vu récompensé du prix DERES pour son programme "Vida saludable" (vie saine) dont l'objectif est d'améliorer la qualité de vie de ses clients, collaborateurs et de la Société en général.

Au titre de ses programmes en faveur de l'environnement

À l'occasion de la remise des prix Entreprises & Environnement organisée par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) et le ministère de la Transition écologique et solidaire, Monoprix a reçu le Grand Prix 2017, dans la catégorie Biodiversité, pour son programme "Monoprix Tous Cultiv'acteurs". Cette initiative vise à l'adoption progressive par les producteurs partenaires de pratiques agroécologiques, en interdisant certains pesticides et en protégeant les pollinisateurs.

L'action d'Éxito en matière de construction responsable a été saluée par un prix spécial décerné par le *Colombian Council of Sustainable Construction (CCCS)* et le *United States Green Building Council*.

Au titre de son action en tant qu'employeur engagé

Franprix a reçu le prix "Orange Day Champion" décerné par le comité ONU Femmes France en récompense des engagements et actions menées par l'enseigne contre les violences faites aux femmes.

8.1.9. Éthique et conformité

Le groupe Casino considère qu'agir avec intégrité, équité et honnêteté est une composante clé du succès durable. Les principes éthiques du Groupe sont réaffirmés auprès des parties prenantes dans la Charte Éthique Groupe qui comprend neuf engagements et auprès des fournisseurs dans la Charte Éthique fournisseurs (cf. chapitre 8.2.3).

De par son adhésion au Pacte mondial des Nations unies en 2009 et sa Charte Éthique Groupe, le Groupe affirme son engagement dans la lutte contre la corruption et dans le respect des lois, principes, normes et réglementations nationales et internationales, ainsi que dans les principes de transparence et de bonne gouvernance.

La mise en œuvre du programme de conformité et de lutte contre la corruption est sous la responsabilité de la Direction générale de chacune des entités du Groupe, laquelle met en œuvre le Code et déploie ses lignes directrices selon les spécificités de ses activités et/ou de son implantation géographique, ainsi que de la réglementation applicable, tout en reportant au Comité d'éthique du Groupe.

COMITÉ D'ÉTHIQUE GROUPE

Le Comité d'éthique Groupe, mis en place en 2016, est chargé du pilotage du dispositif éthique, en particulier de la lutte contre la corruption, et de s'assurer de sa prise en compte par les entités du Groupe.

Ses missions consistent principalement à :

- définir le cadre du dispositif éthique et les procédures associées ;
- promouvoir la présentation, la compréhension et la mise en œuvre du dispositif éthique du Groupe, notamment dans le domaine de la lutte contre la corruption ;
- veiller à la mise en place du réseau de déontologues au sein du Groupe ;
- s'assurer de la conduite d'actions de formation et de sensibilisation par les entités du Groupe.

Dans le cadre de leurs missions, le Comité d'éthique Groupe et le déontologue Groupe s'assurent de la mise en place d'un dispositif de lutte contre la corruption conforme aux exigences légales et de son bon fonctionnement. Ils s'appuient sur les travaux de la Direction des Risques et de la Conformité et de la Direction de l'Audit interne.

Le Comité d'éthique Groupe a rendu compte au Comité d'audit du Conseil d'administration des politiques et plans d'actions déployés.

CODE DE CONDUITE DES AFFAIRES

Outre les neuf principes de la Charte Éthique, un Code d'éthique et de conduite des affaires, déployé au sein du Groupe, précise les règles de conduite, les principes d'actions et les obligations éthiques que chaque collaborateur doit observer en toutes circonstances dans l'exercice quotidien de ses activités.

Il est attendu de chaque collaborateur qu'il agisse en stricte conformité avec les lois et règlements, fasse preuve de loyauté et d'honnêteté et se comporte avec une éthique professionnelle exemplaire.

Le Code de conduite des affaires présente la politique du groupe Casino en matière d'éthique des affaires et de comportement individuel. Il est le document de référence commun destiné à l'ensemble des collaborateurs, ainsi qu'aux dirigeants et administrateurs du Groupe, des sociétés du groupe Casino, à savoir les sociétés filiales et les sociétés contrôlées. Il définit les valeurs qui sont au cœur de la culture du Groupe : la conformité aux lois et règlements, l'intégrité, la loyauté, la transparence, l'honnêteté et le respect d'autrui.

Ce Code, qui est illustré de cas concrets, couvre les sujets suivants : conflits d'intérêts, lutte contre la corruption (dont les règles relatives aux cadeaux et invitations), relations avec les agents publics (dont l'interdiction de contributions au nom du Groupe à des candidats, partis politiques, organisations ou autres entités politiques), recours à des intermédiaires, libre concurrence, confidentialité des informations (dont protection des informations confidentielles ou sensibles et prévention des délits d'initié), protection des données à caractère personnel, protection des actifs du Groupe, exactitude et fiabilité de l'information financière.

Le Groupe réprouve la corruption sous toutes ses formes et veille à ce que ses collaborateurs s'impliquent pour faire respecter ce principe. Il s'est engagé résolument à se conformer strictement à la réglementation en matière de lutte contre la corruption en France et dans les pays où il exerce ses activités, à poursuivre une démarche d'amélioration continue de détection et de prévention des risques de corruption et à sanctionner les pratiques répréhensibles ou non conformes.

Les valeurs et règles fixées par le Groupe sont communiquées aux partenaires du Groupe dans le cadre de ses activités (prestataires, fournisseurs, clients, acteurs publics, intervenants ponctuels, etc.).

CARTOGRAPHIE DES RISQUES DE CORRUPTION

Afin de se conformer aux dispositions de la loi Sapin II, le Groupe a établi une première cartographie des principaux risques, laquelle a été présentée au Comité éthique et au Comité d'audit du Groupe.

RÉSEAU DE DÉONTOLOGUES – PRÉVENTION ET ALERTE

Le Groupe a procédé à la nomination d'un déontologue Groupe, membre du Comité éthique, dont la responsabilité est de déployer le dispositif éthique du Groupe et d'animer le réseau des déontologues mis en place dans chaque entité en France et d'interagir avec les filiales internationales.

Les collaborateurs du Groupe peuvent s'adresser au réseau des déontologues au moyen de lignes spécifiques d'alerte éthique confidentielles pour reporter tout signalement qu'ils considèrent contraires au Code d'éthique.

Le réseau des déontologues s'assure de la bonne compréhension par les collaborateurs des principes et valeurs du Groupe, répond aux questions, reçoit les alertes, les analyse et les traite, garantit la confidentialité et, selon leur caractère de gravité, en informe le déontologue Groupe et le Comité éthique Groupe.

À l'international, des dispositifs d'alerte (*whistleblowing*), accessibles en continu, sont mis à disposition des collaborateurs et des parties prenantes externes. Promus *via* les supports de communication interne ou externe (site web des entités), ils permettent aux collaborateurs, aux clients, fournisseurs, actionnaires et aux tiers ayant des liens commerciaux ou contractuels, de signaler en toute confidentialité par courriel, ou *via* une ligne téléphonique, des faits éventuels intentant aux principes d'intégrité, de transparence, de dignité ou d'équité.

Les alertes remontées *via* ces canaux font l'objet de rapports, qui sont étudiés par les Comités éthique de chacune des entités concernées.

FORMATION ET SENSIBILISATION

Afin de développer une culture d'éthique et de transparence, des dispositifs de formation et de sensibilisation sont déployés dans les filiales du Groupe.

En France, en 2017, les actions mises en place ont, en particulier, porté sur :

- la formation de plus de 5 000 collaborateurs à la politique du Groupe en termes d'éthique et de prévention de la corruption ;
- la sensibilisation de tous avec la mise en place d'un dispositif d'affichage sur tous les sites administratifs rappelant les principes du Code d'éthique et de conduite des affaires, l'envoi individuel d'une brochure explicative, la diffusion des messages *via* les intranets ;
- le renforcement des mesures prises lors du référencement des fournisseurs et la formation des acheteurs au contrôle renforcé attendu.

À l'international, le programme colombien dénommé "Transparencia", fait l'objet d'une campagne annuelle d'affichage sur des thèmes spécifiques du programme d'éthique. En 2017, la campagne "todo se sabe" ("tout se sait"), comprenant emails, affiches, brochures, messages audio a traité des attentes en termes de transparence. Par ailleurs, les nouveaux collaborateurs suivent un parcours de formation en e-learning couvrant les thèmes de la politique de transparence d'Éxito.

Au Brésil, en complément de dispositifs de communication interne tels que l'envoi d'e-mails ou l'affichage, GPA a organisé des jeux mettant en scène des cas pratiques issus du Code d'éthique, a réalisé et diffusé une vidéo, et déployé des formations auprès des collaborateurs en magasin. Des dispositifs d'évaluation du "risque éthique" des fournisseurs ont été mis en place en 2017 comprenant l'envoi

de questionnaires, la réalisation d'investigations en cas de risque et la mise en place de procédures d'audit préalable (due diligence) réalisée par un tiers spécialisé.

L'évaluation de l'efficacité de l'ensemble de ces dispositifs est inscrite au plan d'audit interne selon les entités.

LOBBYING RESPONSABLE

Le groupe Casino, au travers du département des Relations extérieures, mène dans les pays où il est présent, des actions de lobbying afin de dialoguer, d'échanger et d'informer les élus dans le processus législatif, et participe aux travaux des différentes fédérations qui représentent son secteur. Il entretient un dialogue régulier et ouvert nécessaire à la construction des politiques publiques.

Il répond aux demandes d'information et d'audition du parlement en tant que de besoin.

Le Groupe agit dans le respect des "principes de transparence et d'intégrité du lobbying responsable" de l'OCDE, ainsi qu'en adéquation avec les engagements issus de sa Charte Éthique.

À ce titre, il veille au respect des normes, lois et principes, nationaux ou internationaux, portant notamment sur la lutte contre la corruption et publiera en 2018 les sommes engagées pour ses actions de représentation d'intérêt.

Par ailleurs, en 2017, le Groupe s'est mis en conformité avec la loi Sapin II du 9 décembre 2016 sur la transparence, la lutte contre la corruption, et la modernisation de la vie économique. Conformément aux exigences légales, il déclarera à la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique en 2018 ses activités conduites au 2^e semestre 2017 auprès des agents publics nationaux, puis à partir de 2019, ses activités de l'année antérieure.

Il déclare ses activités de représentant d'intérêts en France auprès du Sénat et du Parlement européen.

Il est par ailleurs membre ou partenaire d'associations professionnelles de ses différents secteurs d'activité (commerce, logistique, vente à distance...), ainsi que d'associations d'élus territoriaux, avec lesquels il interagit sur des sujets d'intérêt général (revitalisation des centres-villes, notamment).

La Direction des Relations extérieures a organisé une formation sur le Lobbying responsable pour 53 développeurs des enseignes du Groupe incluant le témoignage d'élus et de fonctionnaires territoriaux. Cette formation avait, entre autres, pour objectif de rappeler les règles éthiques relatives aux relations avec les collectivités territoriales et les services déconcentrés de l'État.

TRANSPARENCE FISCALE

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

Elle s'articule autour des orientations et engagements suivants :

- Le Groupe veille au respect de l'ensemble des législations fiscales nationales et acquitte en temps voulu tous les impôts dont il est redevable dans chacun des pays où il est implanté. Il respecte les préconisations émises par l'OCDE au regard notamment des flux intra-Groupe et n'a

pas recours à des structures localisées dans des pays dits fiscalement "non coopératifs" au sens de la réglementation.

- Le groupe Casino entretient des relations ouvertes et constructives avec les différentes autorités administratives, organes législatifs et juridictions en charge de la conduite des contrôles fiscaux, des évolutions normatives et des contentieux.

8.2. Politiques et actions déployées

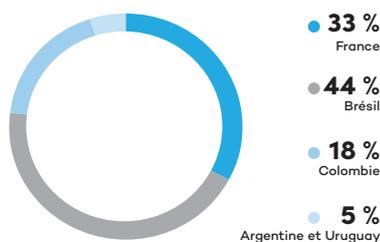
8.2.1. Le groupe Casino, un employeur engagé

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

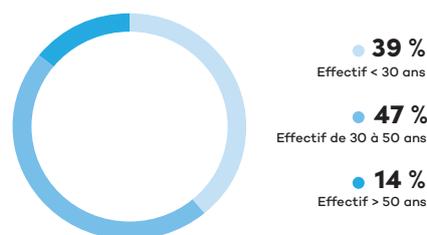
Les Directions des ressources humaines de chaque entité ont la responsabilité de définir leur politique en cohérence avec le socle commun déterminé par la DRH Groupe qui repose sur le développement d'une culture partagée de la performance économique, sociale et environnementale ; la mise en place de synergies et d'outils pour améliorer la gestion des ressources humaines ; et le respect de l'identité et de la culture des filiales. Le groupe Casino est un employeur majeur en France et dans la majorité des pays où il est présent, notamment au Brésil et en Colombie. Le groupe Casino compte 53 % de femmes dans les effectifs et 39 % de collaborateurs de moins de 30 ans. 33 % des collaborateurs sont situés en France (dont océan Indien) et 67 % en Amérique du Sud.

	2016		2017					Variation 2016/17
	Groupe	Groupe	France	Brésil	Colombie	Uruguay	Argentine	
Effectif Total CDI et CDD au 31/12	227 842	226 606	75 449	100 288	39 879	7 767	3 223	- 0,5 %
Femmes	121 388	119 609	42 880	51 084	19 885	4 278	1 482	- 1,4 %
Hommes	106 454	106 997	32 569	49 204	19 994	3 489	1 741	+ 0,5 %
Moins de 30 ans	88 402	86 971	20 846	43 802	18 088	3 527	708	- 1,6 %
De 30 à 50 ans	107 758	107 319	35 304	47 625	18 700	3 267	2 423	- 0,4 %
De 50 ans et plus	31 682	32 316	19 299	8 861	3 091	973	92	+ 2 %

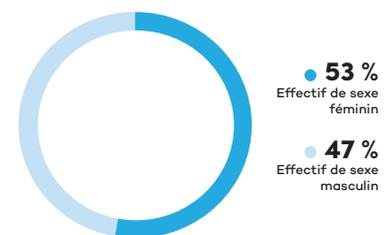
Répartition des effectifs par pays



Répartition des effectifs par tranche d'âge



Répartition des effectifs par Femmes/Hommes



Groupe	2016	2017	Variation 2016/17
Nombre d'embauches CDD et CDI	109 539	110 706	+ 1 %
Dont Nombre d'embauches en CDI	42 %	41 %	- 1 point

En France, le Groupe dénombre 3 982 licenciements dont 14 licenciements économiques suite à la fermeture de deux établissements. Les autres licenciements couvrent tous les cas de licenciements inhérents à la personne du salarié.

Les départs liés à des réorganisations de l'entreprise sont accompagnés par un dialogue social soutenu et la mise en place d'un ensemble de mesures de reclassement et/ou d'accompagnement.

Aménagement des temps de travail

Le Groupe s'engage à respecter les temps de travail, de repos et de congés périodiques de ses collaborateurs et met en place des mesures pour compenser les contraintes résultant d'horaires atypiques (travail le week-end, astreintes), de besoins spécifiques (personne ayant un handicap par exemple) et répondre aux attentes des collaborateurs pour concilier vie personnelle et vie professionnelle.

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

La durée du temps de travail des collaborateurs du Groupe est définie dans le respect du cadre légal de chaque entité et des réglementations des pays où celui-ci est présent. En complément, des actions sont déployées concernant :

- le recours au temps partiel : bien que la grande majorité des collaborateurs soit employée en contrat à temps complet, le Groupe s'est notamment engagé, en France, à donner la priorité aux salariés à temps partiel quand un poste à temps plein est ouvert. Casino a également mis en place un dispositif volontariste qui a permis à plus de 2 300 personnes de passer d'un contrat à temps partiel à un temps complet depuis 2012 ;
- les contraintes résultant d'horaires dits atypiques comme le travail de nuit, de week-end, les coupures journalières (nombre maximal autorisé), astreintes, etc. Le travail le dimanche est encadré par des accords négociés avec les représentants du personnel, réaffirmant la volonté du Groupe de privilégier le recours au volontariat dans la réalisation du travail habituel du dimanche et l'application de taux de majoration des heures travaillées pour les employés. Les accords déployés au sein de Casino vont au-delà des dispositions prévues par les conventions collectives en matière d'amplitude horaire, de coupures quotidiennes et de base minimale de temps partiel. À l'international, Éxito a formalisé un guide détaillé sur l'organisation des temps de travail et les règles associées qui est remis à chaque salarié et des dispositifs permettent de compenser les horaires atypiques : financement des transports et repas, rotation des salariés sur la base du volontariat.

Des dispositifs de suivi et de contrôle du temps de travail sont en place. À titre d'exemple, Libertad dispose d'un système de pointage biométrique couvrant 100 % des sites et accessible aux délégués du personnel et aux représentants syndicaux. Un dispositif d'alerte *via* une hotline est en vigueur au sein de GPA, permettant aux collaborateurs de faire des réclamations liées au temps ou à la charge de travail ;

- les contraintes résultant de besoins spécifiques, notamment pour les personnes souffrant d'un handicap. Le Groupe a lancé, dès 2011, une démarche visant à accompagner et soutenir les collaborateurs aidants familiaux (personnes qui accompagnent au quotidien un proche en perte d'autonomie ou en état de forte dépendance) et a signé en 2013 un accord collectif portant sur le congé de l'aidant familial. Cet accord permet à un aidant, sous certaines conditions, de s'absenter 12 jours ouvrables par an pour accompagner un proche sans perte de rémunération. Ce programme a permis, depuis sa création, le don de plus de 2 130 jours de repos au titre du plan congé de l'aidant familial qui ont bénéficié à 220 collaborateurs. Un livret "Je suis aidant, parlons-en" a été mis en place pour les collaborateurs, ainsi que l'accès à une plateforme de conseils gratuite et confidentielle et à des conférences thématiques. En 2017, des ateliers "Aidons les parents" et des conférences comme "être aidant familial et prendre soin de soi" ont été organisés afin de rappeler aux salariés aidants les relais existants et les dispositifs prévus par le Groupe. 555 jours ont été donnés par la Direction et par les collaborateurs au titre du congé de l'aidant au sein de Casino ;
- les attentes des salariés pour concilier vie personnelle et vie professionnelle. Les mesures afin de développer l'accompagnement des salariés parents sont détaillées dans le chapitre 8.2.1.3.

8.2.1.1. PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET L'ÉGALITÉ DES CHANCES

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

Lutter contre les discriminations et les stéréotypes

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

Signataire de la Charte de la diversité, et détenteur du label diversité, le Groupe est engagé dans la lutte contre les discriminations liées à l'origine, la nationalité, la situation sociale, le genre, le handicap, l'âge, l'orientation sexuelle, la diversité religieuse, l'engagement syndical et l'apparence physique.

En France, le Groupe a reçu, en 2017, quatre trophées LSA au titre de la diversité, remis par un jury composé de professionnels de la distribution et de l'agroalimentaire.

Portée par la Direction des ressources humaines Groupe, la politique est déployée dans l'ensemble des entités du Groupe.

Engagement

- Les enseignes – Casino, Monoprix, Cdiscount, Franprix, Leader Price – sont signataires de la Charte de la Diversité. En vertu de cette Charte, le Groupe s'engage à sensibiliser et former les dirigeants et collaborateurs impliqués dans le recrutement, la formation et la gestion des carrières aux enjeux de la non-discrimination et de la diversité ; à respecter et promouvoir l'application du principe de non-discrimination sous toutes ses formes et dans toutes les étapes de gestion des ressources humaines que sont l'embauche, la formation, l'avancement ou la promotion professionnelle des collaborateurs ; à chercher à refléter la diversité de la société et notamment sa diversité culturelle et ethnique dans l'effectif, aux différents niveaux de qualification, et à communiquer auprès de l'ensemble des collaborateurs l'engagement en faveur de la non-discrimination et de la diversité, et d'informer sur les résultats de cet engagement.
- Le Groupe s'est aussi porté signataire de la Charte d'engagement LGBT pour veiller à une égalité des droits et de traitement entre toutes les collaboratrices et collaborateurs quelle que soit leur orientation sexuelle.
- Casino est le premier groupe de distribution à avoir obtenu, dès 2009, le Label Diversité délivré par l'Afnor Certification, distinguant les entreprises menant une politique exemplaire. Renouvelé en 2012 puis en 2016, suite à un nouvel audit, le Label Diversité a également été étendu à Monoprix en 2016.
- Les entités en France s'engagent également par le biais d'accords négociés avec les partenaires sociaux. Monoprix a signé un accord triennal relatif à la qualité de vie au travail et à la promotion de la diversité, le 30 mai 2017. Elle a déployé une campagne de communication auprès des collaborateurs et signé le "Pacte pour l'égalité de traitement des candidats dans l'accès à l'emploi quelles que soient leurs origines" en mars 2017.
- À l'international, GPA a signé en 2015 la Charte d'Engagement pour la Promotion de la Diversité et mis en place dans toutes les filiales des actions en faveur des cinq domaines prioritaires d'actions définies d'ici 2020 : le handicap, la diversité d'origine, l'orientation sexuelle et l'identité de genre, l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. En 2017, GPA s'est publiquement engagé en signant les engagements du "Forum de Empresas e Direitos LGBT" et les *Women Empowerment Principles* de l'ONU Femmes.

Organisation

En France, le Groupe s'appuie sur une Direction de la Promotion de la Diversité et un réseau de plus de 70 correspondants et référents "Promotion de la diversité". La mise en œuvre de la politique est pilotée par le Comité Diversité Groupe, composé de sept représentants du personnel et de sept membres de la Direction.

Outils déployés

Sensibilisation

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

En France, plusieurs guides sont mis à disposition des collaborateurs dont :

- "Gérer la diversité religieuse en entreprise" ;
- "Avez-vous le bon regard sur les jeunes ?" ;
- "L'apparence physique : déconstruire les stéréotypes, vaincre les préjugés" ;
- "L'orientation sexuelle et l'identité de genre : comprendre et agir dans l'entreprise" ;
- "Égalité professionnelle Femmes-Hommes : Lutter contre le sexisme ordinaire" ;
- "Le handicap en entreprise : vaincre les stéréotypes, agir au quotidien en faveur de l'emploi des personnes handicapées" réalisé en 2017.

En France, en 2017, des kits diversité reprenant l'ensemble des guides ont été distribués aux managers du Groupe et à chacun des établissements. Une brochure spécifique sur la discrimination liée aux origines a été distribuée avec les fiches de paie aux collaborateurs Casino, une campagne d'affichage a également été réalisée sur les sites administratifs et les magasins.

Monoprix a sensibilisé ses managers du Siège *via* une conférence sur les stéréotypes et la diversité à laquelle a participé le Comité exécutif le 22 février 2017.

À l'international, GPA a organisé, en 2017, la semaine de la diversité marquée par de nombreux événements (formation, conférence, débat, enquête) autour du handicap, de la non-discrimination liée aux origines, des jeunes et des seniors..., sur les sites administratifs, dans les magasins et les entrepôts. À cette occasion, un guide sur la diversité a été remis à 27 000 collaborateurs de GPA, 130 managers ont été formés à la discrimination dite "inconsciente" et plus de 1 000 personnes ont participé aux conférences organisées en magasin et en entrepôt. GPA sensibilise aux enjeux de la diversité également des publics externes à l'entreprise et organise des conférences publiques. Enfin, il a déployé son guide pour une communication responsable à destination des équipes communication, marketing et formation rappelant les guidelines à appliquer afin de communiquer sans discriminer.

Formation

Un module "recruter sans discriminer" a été déployé en France auprès des personnes susceptibles d'être en situation de recrutement, notamment les équipes de ressources humaines et également l'encadrement magasin (soit plus de 4 700 personnes).

Des formations sont également dispensées dans les entités internationales auprès des personnes en charge plus spécifiquement du recrutement. GPA a formé les managers en ressources humaines de ses enseignes Pão de Açúcar, Extra, ainsi que l'ensemble des Directeurs. Les modules de formation dispensés par l'Assaí University prennent en compte les enjeux de la diversité.

Recrutement responsable

Des méthodes et outils de recrutement sans discrimination sont déployés au sein du Groupe.

Casino utilise la Méthode de Recrutement par Simulation (MRS) lors des ouvertures de site, permettant de garantir un recrutement sans discrimination. Franprix a effectué 150 recrutements sur la base d'une méthode appelée "test sans CV" développé avec l'aide d'une start-up.

Le Groupe a mis en place pour les recrutements des cadres et agents de maîtrise un baromètre satisfaction des candidats, incluant le thème de la diversité, qui montre un taux de satisfaction en 2017 de 95 %. Ces services font également appel à des canaux de *sourcing* très diversifiés, incluant des personnes issues de la diversité, tels que Mozaïk RH, NQT (Nos Quartiers ont du Talent), FACE (Fondation Agir Contre l'Exclusion) et ont participé à plus de 40 forums dédiés à l'emploi (dont le forum "Hello Handicap") et à des rencontres avec les prescripteurs de l'emploi tels que les missions locales ou l'école de la deuxième chance.

Contrôle des engagements

Des outils de contrôle de la bonne application des politiques définies sont déployés. Réalisé tous les trois ans, un *testing* sur l'origine a été réalisé en 2016 et a intégré un item supplémentaire sur l'orientation sexuelle. Les entités françaises ont déployé en 2017 les plans d'action définis à l'issue de ce *testing*, comme chez Monoprix : formation, sécurisation du processus de recrutement, etc.

Un baromètre de perception de l'égalité des chances et de la diversité a été réalisé fin d'année 2017 au sein des entités Casino et Monoprix. Mené par un cabinet externe spécialisé (Kantar TNS-Sofres), auprès de 8 400 collaborateurs, il a pour objectifs notamment d'évaluer l'impact de l'engagement du Groupe auprès des collaborateurs, d'identifier les points forts et les faiblesses des dispositifs, de positionner l'entreprise par rapport à la moyenne nationale, et de mesurer les progrès au fil des années.

Enfin, une cellule d'écoute sur les discriminations offre la possibilité à tous les collaborateurs Casino et de Monoprix de signaler, en toute confidentialité, directement le fait d'être victime ou témoin d'une discrimination, réelle ou supposée. Éxito et GPA sont également pourvus de dispositifs d'alerte qui permettent de signaler en toute confidentialité, les discriminations réelles ou supposées.

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

Engagement

Engagé depuis 1995 en faveur de l'insertion des travailleurs handicapés, le Groupe a réaffirmé son engagement en signant, en octobre 2015, la Charte du réseau mondial "Entreprises et handicap" de l'OIT (Organisation internationale du travail). GPA a également signé la Charte de la promotion de la diversité du Réseau d'entreprises brésiliennes engagées pour l'inclusion des personnes handicapées, avec le soutien de l'OIT.

L'inclusion des personnes handicapées fait partie des objectifs 2020 internes définis et validés par le Comité stratégique. Cet objectif d'augmenter le pourcentage de personnes en situation de handicap est partie intégrante de la rémunération variable des cadres de GPA qui s'est fixé l'objectif de dépasser le taux légal de 5 %.

Le Groupe compte 7 465 personnes déclarées handicapées (en CDI, CDD), soit une augmentation de 4,6 % par rapport à 2016. Casino, dont le taux de travailleurs handicapés est de 13,30 % (avec minorations), développe depuis plus de vingt ans une politique volontariste en matière de handicap.

Le Groupe s'engage et définit, notamment dans le cadre d'accords avec les organisations syndicales, les engagements, plans d'actions et les objectifs de performance.

Le 7^e accord de Casino, signé avec les partenaires sociaux pour la période 2017-2020, prévoit le recrutement de 100 personnes handicapées, le renforcement de l'alternance et l'accueil de 120 stagiaires. Monoprix a négocié, en 2017, son 5^e accord qui prévoit une politique active en matière de recrutement, avec un objectif de recruter 180 collaborateurs et 60 stagiaires sur trois ans, le financement de mesures pour le maintien dans l'emploi de personnes confrontées au handicap lors de leur vie professionnelle, des engagements en termes de formation.

Plans d'action

Des plans d'action sont mis en place dans l'ensemble du Groupe par les Directions des ressources humaines qui poursuivent trois objectifs principaux :

- le recrutement de personnes handicapées :

Afin d'atteindre leurs objectifs en matière de recrutement de personnes handicapées, les enseignes développent des partenariats avec des structures spécialisées telles que Cap Emploi chez Monoprix afin de faciliter le recrutement de personnes en situation de handicaps. Cdiscount participe à des forums spécialisés (Forum Emploi Handicap) et a adhéré à des sites emplois spécialisés tels que hanploi.com en vue de développer les opportunités de recrutement. En Colombie, plus de 150 personnes handicapées sont intégrées aux effectifs à fin 2017 dans le cadre du programme "Población vulnerable", initié en 2006, mené en partenariat avec FIDES (*fundación para la integración de personas con discapacidad cognitiva*) spécialisée dans l'insertion des personnes ayant un handicap cognitif. Ce programme a bénéficié depuis 2006 à plus de 1 800 personnes handicapées, victimes de violence, en situation à risque ou ayant des conditions de vie difficiles ;

- la sensibilisation et la formation :

De nombreuses actions de sensibilisation et de formation des collaborateurs sont mises en place dans l'ensemble du Groupe. En 2017, les enseignes en France ont déployé des actions de sensibilisation lors de la semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées dont un challenge Handipacte, jeu pédagogique qui a rassemblé plus de 500 personnes chez Casino, ou des animations et questionnaires en ligne chez Monoprix. Cdiscount a organisé sa journée annuelle pour le handicap avec des animations, des stands thématiques qui ont rassemblé plus de 490 collaborateurs en 2017.

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

- des modules de formation sont déployés auprès des équipes, notamment celles en charge du recrutement, tels que "Franchir le cap du handicap" chez Monoprix et Cdiscount, "recruter sans discriminer" qui couvre le thème du handicap ou encore "Cap sur l'accueil de nos clients" pour faciliter l'accessibilité des magasins et l'accueil des personnes souffrant de déficiences d'ordre moteur, visuel,

auditif, mental ou psychique, déployé chez Casino, Leader Price, Franprix et les restaurants Casino.

Des guides sont déployés auprès des managers et collaborateurs du Groupe pour les accompagner dans l'intégration des personnes en situation de handicap. En France, le Groupe Casino a réalisé un guide spécifique en 2017 qui sera mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs.

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

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

Performance

Groupe	2015	2016	2017	Variation 2016/17
Nombre de personnes déclarées handicapées au 31/12 (CDI, CDD)	6 790	7 134	7 465	+ 4,6 %

Le Groupe a augmenté le nombre de personnes en situation de handicap de 10 % depuis 2015. Au Brésil, le nombre de personnes en situation de handicap a augmenté de 34 % par rapport à 2015. Assaí, enseigne de GPA, qui multiplie les actions de sensibilisation et formation auprès de ses collaborateurs, a clôturé l'année 2017 avec 5,2 % de collaborateurs en situation de handicap, résultat exemplaire dans la grande distribution au Brésil.

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

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

Engagement et actions

Dans le cadre de sa politique d'insertion des jeunes, le Groupe s'engage à :

- développer l'alternance et l'accès des jeunes à une première expérience professionnelle

Le Groupe emploie plus de 7 400 alternants. Des programmes favorisant l'accueil et l'insertion des alternants sont en place dans l'ensemble des entités.

En France, Casino a organisé pour la sixième année consécutive une journée de célébration dédiée à l'alternance. Cet événement, inédit pour la grande distribution, a rassemblé plus de 200 tuteurs et 200 alternants, du niveau CAP à bac+5. Un jury composé de membres des Directions des enseignes a récompensé les gagnants du Concours des Meilleurs Alternants 2017. Monoprix a développé son partenariat avec le Ceproc (Centre européen des professions culinaires) et formé 120 apprentis en 2017, dont 70 % ont été recrutés.

À l'international, au Brésil, un programme d'accompagnement spécifique des alternants et apprentis a été mis en place avec l'objectif de recruter les jeunes de manière pérenne dans l'entreprise au sortir de leur formation. Vindémia a organisé en 2017 à La Réunion deux "job dating apprentissage" et rencontré à cette occasion plus de 190 candidats.

Libertad, en Argentine, déploie des programmes d'alternance et de professionnalisation avec des écoles et universités partenaires, et participe au plan "Primer Paso" initié par le gouvernement de la province de Cordoba et a accueilli dans ce cadre plus de 60 jeunes pour leur première expérience en entreprise.

Le groupe Éxito déploie le programme "40 000 premiers emplois" initié par le ministère du Travail et qui vise à éliminer les obstacles dans l'accès à l'emploi pour les jeunes. Il a pour objectif de donner accès à une première expérience professionnelle à des personnes âgées de 18 à 28 ans au sein d'entreprises privées ;

- faciliter l'orientation et l'insertion des élèves

Le Groupe agit au plus près des écoles et des structures éducatives pour promouvoir les métiers présents dans le Groupe et diversifier ses sources de recrutement. Les équipes de recrutement de Casino sont intervenues dans plus de 100 établissements scolaires et ont participé à de nombreux forums étudiants. Cdiscount a participé en 2017 à plus de 30 forums étudiants, participé à des conférences, tables rondes et développé des partenariats avec des écoles. Éxito, Libertad, ou encore GPA au Brésil sont partenaires de structures éducatives et organisme national en charge de l'apprentissage (écoles, université, SENAC au Brésil, SENA en Colombie), et participent à de nombreux forums. Libertad a, par exemple, développé en 2017 un programme de professionnalisation en collaboration avec l'université Siglo XXI de la ville de Córdoba.

Un guide et des campagnes de communication sont déployés sur l'ensemble des sites Casino afin de faciliter l'accès des jeunes collégiens au stage de troisième ;

- lutter contre les stéréotypes

Un guide "Avez-vous le bon regard sur les jeunes ?" est mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs Casino pour décrypter les idées reçues sur les jeunes et favoriser le dialogue entre les générations ;

- déployer des actions spécifiques en faveur des jeunes ayant une faible qualification ou issus des territoires défavorisés

Le groupe Casino s'engage à recruter au plus près du bassin d'emploi du magasin et à favoriser l'emploi local. Il est signataire depuis 1993 d'une convention nationale de partenariat avec le ministère de la Ville, renouvelée en 2013, d'une convention avec les missions locales et de la Charte "Entreprises et Quartiers" avec le ministère de la Ville. Le Groupe a déployé plusieurs partenariats en faveur des jeunes notamment avec l'Agence du Service Civique, l'Institut du Service Civique, le Réseau des entreprises pour l'égalité des chances dans l'éducation, Nos Quartiers ont du Talent et Talents des Cités. Monoprix travaille en étroite relation avec l'École de la 2nde Chance, les missions locales, et l'Épide (Établissement pour l'insertion dans l'emploi) : offre de stage pour des jeunes sortis du système scolaire sans diplôme ni qualification, coaching, etc. Franprix est partenaire du réseau Étincelles, qui accompagne des jeunes en difficulté, dans leur insertion professionnelle (découverte d'un métier, échanges avec des opérationnels et présentation d'opportunités) et a signé en 2017 un partenariat avec France Terre d'Asile qui recrute des

personnes ayant le statut de demandeur d'asile. Le groupe Casino et ses enseignes ont organisé, en 2017, la 4^e édition de "Cap sur le groupe Casino", une action en faveur de l'orientation professionnelle des collégiens de l'éducation prioritaire et qui a permis à près de 250 collégiens issus de zones d'éducation prioritaire de découvrir les métiers du Groupe.

Performance

Le Groupe emploie 39 % de collaborateurs de moins de 30 ans et 14 % de collaborateurs de 50 ans et plus au 31 décembre 2017.

En 2017, 1 210 personnes des quartiers ont été recrutées (CDD et CDI) au sein de Casino, ainsi que 407 stagiaires et 90 alternants. Le Groupe emploie plus de 7400 alternants.

8.2.1.2. AGIR EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

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

La volonté du Groupe, initiée dès 2002, est de renforcer la mixité des équipes à tous les niveaux de l'entreprise grâce à une politique active en faveur de l'égalité professionnelle en agissant sur la mixité des métiers, la gestion des carrières, les procédures ressources humaines (rémunération, accès à la formation, recrutement et promotion), et la parentalité. Preuve de son engagement, Casino a obtenu, dès 2013, le Label Égalité professionnelle décerné par l'AFNOR.

La politique de diversité au sein du Conseil d'administration est présentée au sein du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise (chapitre 5.2.2 du Document de Référence).

Engagement

Le Groupe est engagé vis-à-vis de ses parties prenantes externes et internes. En 2017, le groupe Casino a :

- adhéré aux *Women's Empowerment Principles* portés par ONU Femmes. L'adhésion à ces principes renforce l'engagement et les actions du Groupe en matière de lutte contre les discriminations et de promotion de l'égalité professionnelle femmes-hommes en France et en Amérique latine ;
- signé le "Manifeste pour la mixité" : ce Manifeste a été élaboré par le réseau de femmes du groupe Casino "C'est avec elles" créé en 2011 et a été signé par les membres du Comité exécutif le 16 novembre 2017. Par cette action, le groupe Casino réaffirme sa volonté d'être un acteur majeur et exemplaire de la progression de l'égalité et de la mixité. Le Manifeste est structuré autour de cinq axes prioritaires, tous déclinés en actions concrètes : Lutter contre les discriminations liées au genre et contre le sexisme – Garantir à toutes et tous l'égalité professionnelle tout au long de la carrière – Recruter des femmes – Accompagner la parentalité – Agir pour l'égalité hommes-femmes dans le monde.

En 2017, Casino a signé un nouvel accord avec les partenaires sociaux intégrant notamment des engagements en faveur de l'égalité des rémunérations, de la réalisation d'une enquête rémunération, du renforcement des parcours de formation des managers lors des retours de collaborateurs suite à un congé maternité, d'adoption ou de parentalité (absence de longue durée).

À l'international, en partenariat avec le ministère du Travail colombien et dans le cadre du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), Éxito s'est engagé, en 2016, dans une démarche de certification de son dispositif en faveur de l'égalité professionnelle. Une évaluation (*Risk Assessment*) a été menée par les représentants du PNUD, avec l'objectif d'obtenir le label "Equipares". Ce label vise à distinguer les entreprises qui ont mis en œuvre des conditions et des actions, notamment de transformation de la culture d'entreprise, afin de favoriser l'équité hommes-femmes.

Plans d'action

Depuis 2017, les plans d'action de chaque pays sont structurés autour des sept "Women Empowerment Principles" de l'ONU Femmes :

- mettre en place une gouvernance favorable à l'égalité des sexes au plus haut niveau de l'entreprise ;
- traiter tous les hommes et les femmes de manière équitable au travail – respecter et soutenir les droits humains et agir contre les discriminations ;
- garantir la santé, la sécurité et le bien-être des travailleurs des deux sexes ;
- promouvoir l'éducation, la formation et le développement professionnel des femmes ;
- mettre en œuvre des mesures permettant d'autonomiser les femmes au service du développement des entreprises ;
- promouvoir l'égalité grâce à des initiatives portées par les collaborateurs et à leur implication ;
- mesurer et faire connaître les progrès réalisés en faveur de l'égalité des sexes.

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

Principales actions menées dans ce cadre en 2017 :

- Actions de communication des engagements : le Groupe met en place des forums managers afin de développer le leadership des femmes et des campagnes de sensibilisation auprès de ses clients et collaborateurs. Ainsi, GPA a organisé à São Paulo un Forum égalité hommes-femmes auquel ont participé 150 managers, en présence des Directeurs généraux et enseignes et d'invités externes. À l'occasion de ce "Forum", GPA a signé les "Women Empowerment Principles" avec l'ONU Femmes Brésil. En Colombie, Éxito a mis en place en 2017 un "Forum avec des Femmes Inspirantes" qui a été organisé à Medellín et à Bogotá. Lors de ces forums, des femmes dirigeantes reconnues d'entreprises colombiennes témoignent et

partagent leur parcours avec les collaborateurs d'Éxito ; près de 300 collaborateurs d'Éxito y ont participé. Par ailleurs, deux campagnes de sensibilisation ont été réalisées. La campagne "He For She", mouvement de solidarité international, initié par l'ONU Femmes, en faveur de l'égalité des sexes, encourage les hommes à prendre parti pour la cause féministe. La Campagne "Orange Day" lutte contre les violences faites aux femmes. L'ensemble des enseignes en France se sont mobilisées au travers d'opérations de "produits partage" et sur les réseaux sociaux afin de collecter des fonds qui viendront soutenir les actions engagées par ONU Femmes. L'action du Groupe a été reconnue en France par le Secrétariat d'État chargé de l'égalité entre les femmes et les hommes qui a remis le prix *Orange Day Champion* au groupe Franprix à l'occasion du lancement de la campagne avec l'ONU Femmes.

- Actions pour lutter contre le sexisme ordinaire : suite à la réalisation et diffusion, en 2016, à tous les collaborateurs et collaboratrices du Groupe d'un guide "Lutter contre le sexisme ordinaire", une formation pilote a été lancée à destination des responsables marketing et communication du Groupe. Un guide Groupe "Pour une communication sans cliché" spécifiquement adapté aux équipes marketing et communication a été élaboré en 2017 et sera diffusé en 2018.
- Actions pour l'égalité des salaires : le Groupe a réalisé, en 2017, une étude de rémunération en France avec un cabinet spécialisé afin d'identifier les éventuels écarts de rémunération non justifiés et de poursuivre les actions correctives nécessaires engagées depuis 2008, notamment via une enveloppe budgétaire prévue à cet effet dans le cadre des Négociations annuelles obligatoires.
- Actions pour la parentalité : dans le cadre de sa politique parentalité, Casino déploie de nombreuses initiatives : il attribue un jour supplémentaire au congé paternité (12 jours vs 11 jours), prend en charge le différentiel de salaire pour les collaborateurs en congé paternité, sensibilise les collaborateurs et les managers au travers des guides de la parentalité, a mis en place des services pour les parents (mise à disposition de la plateforme Yoopies.fr permettant de trouver des modes de garde d'enfant). À l'international, les collaboratrices de GPA bénéficient d'un congé maternité de six mois au lieu de quatre mois, prévus par la loi.
- Actions en faveur de l'évolution professionnelle des femmes : afin de faciliter et d'accélérer l'évolution professionnelle des femmes, plusieurs dispositifs d'accompagnement et de formation sont mis en œuvre. Ainsi, le Groupe a lancé, en 2017, un parcours de formation e-learning "Lead Her Ship" à destination des femmes managers pour renforcer leurs compétences managériales. La 3^e édition du "Programme de Mentoring" des femmes cadres membres du réseau C'avec elles par des cadres dirigeants du Groupe a été menée. Depuis 2015, plus de 90 binômes ont été accompagnés. Des programmes de formation dénommés "Performance et Mixité" sont déployés afin d'accompagner l'évolution de carrière des femmes managers confirmées depuis 2014 en France. À l'international, Éxito a renforcé les plans de formation des collaboratrices en Colombie : en 2017, les femmes cadres représentent 43 % des participants cadres aux sessions.

Afin de garantir la parité, le Groupe veille à l'équilibre femmes-hommes au sein des programmes à destination des futurs dirigeants du Groupe. Ainsi, la parité est au cœur de la démarche "Talent Pool" initiée en 2009 par le Groupe. Enfin, le réseau C'avec elles participe activement

à favoriser une meilleure évolution professionnelle des femmes avec de nombreuses actions à destination des 750 membres : *networking*, ateliers de développement personnel, partenariat solidaire avec l'association Sport dans la ville.

Performance

	2016		2017				Variation 2016/17
	Groupe	Groupe	France	Brésil	Colombie	Autres *	
Pourcentage de femmes cadres	37 %	38 %	40 %	32 %	30 %	24 %	+ 1 point

* Uruguay et Argentine.

En Colombie, 32 % des membres des Comités de direction sont des femmes, en augmentation de six points par rapport à 2015.

8.2.1.3. OFFRIR UN ENVIRONNEMENT FAVORABLE À L'ÉPANOUISSEMENT DES COLLABORATEURS

Favoriser le dialogue social

L'action du Groupe en faveur du dialogue social, du respect du droit syndical et de la négociation collective s'appuie sur une politique sociale innovante.

Engagements

La Charte Éthique Groupe déployée en 2011 rappelle en son 6^e principe l'engagement du Groupe à "Promouvoir la qualité du dialogue social dans l'entreprise". Signataire du Pacte mondial des Nations unies, le Groupe et ses filiales reconnaissent leur engagement à respecter la liberté d'association et le droit à la négociation collective. La Charte Éthique fournisseurs précise les attentes du Groupe quant à la liberté d'association qui doit s'appliquer au sein de sa chaîne d'approvisionnement.

Ces engagements sont portés par la Direction des ressources humaines du Groupe et comprennent :

I. La mise en œuvre de la négociation collective et d'accords avec les partenaires sociaux : Casino entretient un dialogue régulier avec les organisations syndicales représentatives et échange avec 1 000 instances représentatives du personnel et 5 500 élus. Plus d'une dizaine d'accords et plans d'action sont en vigueur, portant sur l'emploi des personnes en situation de handicap, l'égalité femmes hommes, la santé et sécurité au travail, les avantages sociaux, les rémunérations. Ces accords font l'objet d'un suivi, et les résultats sont présentés annuellement aux organisations syndicales représentatives. Ces accords prévoient la mise en place de politiques et d'actions qui sont présentées en commission aux organisations syndicales. En 2017, trois nouveaux accords ont été signés portant sur la RSE, l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et le dialogue social. Ce dernier accord prévoit les modalités de mise en œuvre du dialogue social, les dispositifs et moyens liés au déroulement de carrière des représentants du personnel. L'accord RSE 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.

À l'international, Éxito place le dialogue social comme l'un des trois piliers stratégiques de sa politique RH. Éxito réaffirme le respect des normes nationales et internationales dans les conventions collectives signées avec les organisations syndicales représentatives. Deux mille salariés ont été formés en 2017 au dialogue social.

L'ensemble des entités du Groupe a mis en place des conventions collectives avec les organisations syndicales représentatives qui couvrent les thèmes relatifs à l'organisation du travail, la rémunération, etc.

II. L'allocation de moyens matériels, techniques et la reconnaissance de l'engagement syndical

En France, l'accord sur le dialogue social signé prévoit d'augmenter les moyens donnés aux organisations syndicales pour leur permettre de réaliser les activités liées à leurs mandats et de faciliter leur proximité avec les salariés : moyens matériels (bureau, téléphone portable, micro-ordinateur, imprimante, connexion Internet...), contribution aux frais de fonctionnement avec 22 000 heures de délégation supplémentaires en sus des heures de délégation prévues par la loi. Il prévoit aussi une formation qualifiante des partenaires sociaux avec un organisme externe, la mise en œuvre de dispositif de VAE (Validation des Acquis par l'Expérience), un livret synthétique reprenant les principes du droit syndical et du dialogue social à destination des managers.

Afin de promouvoir l'engagement syndical, une Charte du parcours syndical a été réalisée. Au travers de cette Charte et dans le cadre de sa politique de lutte contre les discriminations, le groupe Casino, s'engage à :

- sensibiliser et former les managers au dialogue social ;
- reconnaître le parcours syndical dans le développement de la carrière et l'évolution professionnelle en facilitant la conciliation de la carrière professionnelle et d'un engagement syndical, mettant en place un accompagnement des représentants syndicaux tout au long de leur parcours, favorisant l'accès à la formation et en reconnaissant l'expérience acquise dans l'exercice des mandats, garantissant l'équité des rémunérations des représentants syndicaux ;
- favoriser le partage des responsabilités syndicales entre les femmes et les hommes.

À l'international, Éxito met en place une politique active pour garantir et favoriser le respect des droits syndicaux et le dialogue social : frais de transport et de logement à la charge de l'employeur, protection des salariés syndiqués, dispositif d'alerte anonyme, formation des leaders syndicaux...

Outils de dialogue

En France, Monoprix a réalisé en 2017 une enquête d'engagement permettant aux collaborateurs de donner leur avis sur l'entreprise, le magasin, et les conditions de travail. Les résultats permettent de définir des plans d'action par établissement. Dans le cadre de la politique RSE de Monoprix, quatre objectifs ont été définis à horizon 2020 dont celui d'avoir "80 % des collaborateurs qui recommandent Monoprix en tant qu'employeur", mesurant la satisfaction des employés.

À l'international, Éxito qui mène tous les deux ans une étude du climat social auprès de 22 000 collaborateurs a obtenu, en 2016, une note de 80 contre 78,6 en 2014, passant du statut de "très satisfait" à "exceptionnel". Les différents programmes permettant de remonter les suggestions et opinions des collaborateurs ont été poursuivis tels que le dispositif "360° Contigo Buzón de Sentimientos" mis en place dans les magasins et entrepôts et "360° Contigo Exprésate" pour les services administratifs. Les collaborateurs partagent ainsi leurs idées d'amélioration et des propositions portant sur douze thèmes dont les conditions et équipements de travail, le développement professionnel, les horaires, le sentiment d'appartenance, la rémunération. Plus de 30 000 participations ont été enregistrées en 2017.

Dans le cadre de son programme "yo soy Libertad", la filiale argentine développe différentes actions visant à assurer un climat social serein dans l'entreprise et conduit des enquêtes de satisfaction internes auprès des collaborateurs afin de le mesurer et d'identifier les actions à mettre en œuvre. En 2017, l'entité a élaboré une nouvelle enquête portant sur les thèmes des relations interpersonnelles, du sentiment d'appartenance, de la reconnaissance, et obtenu une note de 68 % en progression de 11 % par rapport à la précédente enquête.

Au Brésil, GPA Malls a mené une enquête d'engagement avec un cabinet expert et a obtenu une note de 77 %, de 24 points supérieurs à l'enquête réalisée en 2016. Les résultats de cette enquête ont permis d'ores et déjà de mettre en place des plans d'actions d'améliorations.

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

Les principes de la rémunération des cadres dirigeants du Groupe sont exposés chapitre 6 du Document de Référence 2017.

La politique de rémunération du Groupe prend en compte :

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

Le Groupe s'engage à respecter les niveaux minimum de rémunération légaux, à proposer un niveau de rémunération équitable et compétitif, qui soit en adéquation avec les

pratiques observées pour chaque métier sur le marché, et adapté aux spécificités locales des pays dans lesquels le Groupe exerce ses activités. Des enquêtes de rémunération sont réalisées régulièrement en France et à l'international pour évaluer la compétitivité des rémunérations proposées par le Groupe par rapport à celles d'entreprises opérant sur les mêmes secteurs d'activité. Ces enquêtes portent principalement sur les fonctions de management et les métiers en tension de recrutement.

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

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

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

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

Le Groupe a introduit dès 2016 en Colombie et au Brésil, et pour 2018 en France, dans la rémunération variable des cadres, un objectif RSE quantitatif. Comptant en France pour environ 5 %, la part des "Attitudes et Comportements Managériaux" diminuant d'autant (suppression de "Social et Sociétal"), il est constitué d'objectifs quantitatifs sociaux et environnementaux (cf. chapitre 8.1.8).

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

Offrir des avantages sociaux aux salariés et à leur famille

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

En France, des accords d'intéressement et de participation et des plans d'épargne sont également conclus notamment au bénéfice des collaborateurs de Casino, Monoprix et Cdiscount. La majorité des collaborateurs bénéficient également de réduction sur le montant des achats réalisés en magasin ainsi que d'aides financières pour le logement, les loisirs au travers notamment des Comités d'entreprise.

À l'international, les collaborateurs d'Éxito bénéficient ainsi du fond "Presente" qui propose notamment une couverture santé, un dispositif d'assurances et l'accès à des centres de vacances, à des conditions financières avantageuses. 27 500 personnes en ont bénéficié en 2017.

Mettre en œuvre des Dispositifs d'épargne salariale des entités en France

Participation

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

Intéressement

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

Plus de 70 000 salariés en France sont ainsi couverts par un accord d'intéressement et/ou de participation pour un montant total au titre de 2016 de 25,3 millions d'euros (15,7 millions d'euros au titre de la participation et 9,6 millions d'euros au titre de l'intéressement).

Plan d'épargne

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

Au 31 décembre 2017, environ 90 800 salariés et anciens salariés du groupe Casino en France adhèrent à un Plan d'Épargne (PEE et/ou PERCO), pour un actif total qui représente 204,4 millions d'euros, soit environ 2 250 euros par épargnant. Les sociétés françaises du Groupe ont versé 3,5 millions d'euros d'abondement sur les dispositifs d'épargne salariale en 2017.

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

Le Groupe est engagé dans une démarche d'amélioration de la sécurité et de la santé physique et psychique de ses collaborateurs.

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

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

En France, la démarche Santé Sécurité au Travail est encadrée par des accords et des plans d'action pluriannuels en matière de Santé Sécurité, Qualité de Vie au Travail, négociés avec les partenaires sociaux, qui prévoient la mise en place d'actions, le suivi de leurs réalisations et d'indicateurs. En 2017, un travail collaboratif avec le réseau de correspondants Santé Sécurité Qualité de vie au Travail a permis de valider le nouveau socle commun d'engagements relatifs à la Santé Sécurité, Qualité de Vie au Travail au sein des différentes branches/filiales du Groupe.

La démarche du Groupe est fondée sur trois principes :

1. Déployer des actions de prévention portant sur la sécurité dans les magasins, et la prévention des risques professionnels

Pour améliorer les dispositifs de santé et la sécurité, le Groupe a mis en place, en France, depuis plusieurs années une démarche de prévention des risques professionnels. Celle-ci est définie avec les organisations syndicales et dans le cadre d'accords précisant les objectifs, les moyens d'actions et les résultats attendus quant à la prévention des Risques Psychosociaux (RPS), la Santé et Sécurité au Travail, la prévention de la pénibilité au travail. Des campagnes annuelles d'évaluation des risques professionnels sont réalisées dans l'ensemble des entités du Groupe. Monoprix a mené une évaluation avec un focus sur la prévention des troubles musculosquelettiques et des risques psychosociaux. En complément, le Groupe anime ou participe à des groupes de travail en lien avec les recommandations des organismes nationaux référents afin d'identifier et prévenir des risques sur des métiers spécifiques à l'activité du Groupe comme la mise en rayon (process/méthodes de travail, matériels d'aide à la manutention, EPI...), la logistique. De nombreuses formations sont menées pour prévenir les risques professionnels sur les gestes et postures, les règles de sécurité, le risque incendie, etc. Ainsi, en cohérence avec les dispositifs des pouvoirs publics, le groupe Casino a déployé, en 2017, un parcours de formation afin de sensibiliser les collaborateurs aux bons réflexes et bonnes pratiques à adopter pour prévenir le risque en cas d'attaque terroriste, et préparer les établissements à réagir face à une menace afin de veiller à la sécurité des collaborateurs et des personnes que le Groupe accueille. Depuis son lancement, en mars 2017, près de 3 000 collaborateurs ont suivi cette formation. Enfin, une Charte nationale Santé et Sécurité au Travail des collaborateurs intérimaires a été signée en janvier 2015 au sein de la filiale logistique de Casino.

À l'international, GPA poursuit ses programmes de prévention "PPRA" (*Environmental Risk Prevention Program*) et PCMSO (*Medical Control and occupational Health Program*) afin d'évaluer les risques environnementaux, médicaux, et d'accidentologie potentiels et de mettre en place des plans de prévention. Éxito a mis en place un système spécifique d'évaluation et de surveillance des risques musculo-squelettiques.

II. Améliorer les conditions de vie au travail et le bien-être des collaborateurs

Pour améliorer les conditions de vie au travail et le bien-être des collaborateurs, des programmes d'action sont déployés dans l'ensemble des entités du Groupe notamment pour :

- Développer la motivation, réduire le stress au travail et accompagner les collaborateurs dans leurs difficultés

Dans un contexte économique exigeant, et un monde en mutation permanente, le groupe Casino a choisi de capitaliser sur le développement de la motivation pour contribuer au bien-être de ses collaborateurs et à la performance collective, en privilégiant un exercice bienveillant de la responsabilité managériale.

En France, la Direction des ressources humaines a initié, depuis 2014, avec le support du Comité exécutif, et l'appui d'un médecin expert du Bien-être au travail, un programme de sensibilisation et de formation des managers à un management bienveillant. L'objectif de cette démarche est de développer la motivation des collaborateurs en limitant le stress au travail. Les actions mises en place ont permis la sensibilisation de plus de 4 500 managers (dont le Comité exécutif, les Comités de direction des différentes entités du Groupe...) par des interventions externes, la mise en ligne d'une plateforme d'e-learning, accessible à tous les managers, permettant de prolonger ces interventions et d'accéder à des contenus utiles et pratiques (vidéos, quiz...). Un réseau de 1 000 bienveillants est mis en place afin d'identifier les collaborateurs pouvant être en difficulté, de créer des liens et de les orienter vers les personnes qui seront les plus à même de les aider : médecin du travail, managers, service RH, plateforme d'aide et d'assistance. Les bienveillants ont bénéficié d'une formation spécifique en 2017 afin de les aider dans leur mission. Les huit leviers du Management Bienveillant ont été intégrés aux parcours de formations managériales, et aux formations des nouveaux collaborateurs dans le cadre de leur intégration. De nombreuses actions de sensibilisation au management bienveillant ont été réalisées en 2017 : conférences et tables rondes, newsletters trimestrielles adressées aux managers, mise à disposition d'une appli mobile...

Une première édition des trophées du Management Bienveillant a été organisée en 2017. Ces trophées ont pour but de mettre en avant et de récompenser les initiatives managériales bienveillantes. 130 initiatives ont été remontées, 70 présélectionnées par les Comités de direction des entités et 16 ont été distinguées suite au vote du Comité exécutif. Enfin, une formation "Management Bienveillant" a été intégrée au sein du Master II "Commerce et Distribution" de l'Université Jean-Monnet à Saint-Étienne.

Pour lutter et prévenir les incivilités dont peuvent être victimes les collaborateurs du Groupe sur leur lieu de travail, des formations sont dispensées auprès des équipes et une sensibilisation est faite en magasin auprès des clients. En complément, une démarche a été conduite en 2017 au sein des enseignes en France afin de mettre à disposition des collaborateurs victimes d'événements potentiellement traumatiques (situations violentes externes notamment) un accompagnement par un psychologue clinicien.

Afin d'accompagner au mieux les collaborateurs qui seraient confrontés à des difficultés administratives, juridiques ou financières, le groupe Casino promeut auprès de ses collaborateurs des services de conseils et d'accompagnement animés par des structures spécialisées qui ont permis à plus de 680 personnes d'être accompagnées en 2017.

- Aménager les conditions de travail et respecter l'équilibre vie personnelle/vie professionnelle

Plusieurs dispositifs déployés dans le Groupe concourent à l'équilibre vie personnelle – vie professionnelle, facteur important de bien-être des salariés :

- Aménagement des temps de travail (temps partiel choisi, congé de l'aidant familial) (cf. chapitre 8.2.1). GPA a lancé deux programmes concernant la flexibilité des horaires dans le but d'équilibrer les temps de vie. Ces programmes définissent les règles et dispositifs en vigueur dont peuvent bénéficier les salariés notamment lors de la naissance d'un enfant.
- Télétravail : un accord sur le télétravail a été mis en place au sein des équipes informatiques de Casino et une partie des équipes du site administratif de Vitry. Éxito, en Colombie, a mené un pilote en 2017 sur du télétravail pour les fonctions supports. Du fait des retours très positifs, la filiale prévoit d'étendre le dispositif sur 2018.
- Droit à la déconnexion : le Groupe sensibilise les collaborateurs sur le droit à la déconnexion par la diffusion en France d'un kit de communication pour l'ensemble des collaborateurs ainsi qu'une sensibilisation des managers sur "Les positives habitudes" rappelant les bonnes pratiques liées à l'usage des e-mails et l'organisation de réunion, ainsi qu'au droit à la déconnexion.
- Vie personnelle : le Groupe reconnaît et promeut l'engagement bénévole de ses collaborateurs en France. Casino a notamment diffusé en 2017 un guide de l'engagement bénévole rappelant les conditions de mise en œuvre des missions, et informé les collaborateurs sur les possibilités de formation et de valorisation des compétences acquises dans leur mission. Éxito a poursuivi en 2017 son programme "tiempo para ti" ("du temps pour toi") destiné à l'ensemble des collaborateurs permettant de faciliter l'équilibre vie professionnelle et personnelle/familiale : flexibilité des horaires, jours de congés pour activités personnelles ou familiales, ou à l'occasion de l'obtention d'un diplôme. Plus de 117 000 heures ont ainsi été utilisées, bénéficiant à plus de 16 310 collaborateurs. Au Brésil, Assai a développé son programme "Assai Pensando em Você" (Assai pense à vous) dont l'objectif est de valoriser au siège et en magasin des événements tels que la fête des mères, des pères, des enfants.

III. Promouvoir des campagnes de sensibilisation et de dépistage sur les grands enjeux de santé publique

Pour sensibiliser les collaborateurs aux grands enjeux de santé publique, le Groupe organise des journées d'information. Casino a mis en place les journées appelées "au cœur de la santé" pendant lesquelles les collaborateurs des sièges sociaux, magasins ou entrepôts rencontrent des professionnels de la santé (médecin, infirmier, diététicienne, tabacologue...), participent à des ateliers (prévention tabac, nutrition, récupération cardiaque...) et bénéficient d'un bilan sanguin (cholestérol, glycémie...) et d'un accompagnement individualisé. Des journées de sensibilisation ont été organisées en 2017 pour prévenir les risques cardio-vasculaires, un enjeu de santé majeur en France, en présence d'une équipe médicale et de la Direction Santé Sécurité et Conditions de Travail. À cette occasion, les collaborateurs ont pu bénéficier d'un bilan sanguin (cholestérol, glycémie, tension) et échanger avec le médecin référent et une diététicienne. Une sensibilisation

au mieux-être au travail a également été menée, avec notamment des séances de yoga corporate. Enfin, aux côtés de l'Institut national du cancer, le Groupe a signé en 2017 la Charte des 11 engagements "Cancer et Emploi". Cet engagement confirme la volonté du Groupe de s'investir de façon opérationnelle dans l'amélioration de l'accompagnement au maintien et au retour en emploi des salariés touchés par un cancer.

À l'international, Éxito agit pour la santé physique au travers de son programme "Vida Sana" : plus de 13 480 personnes ont bénéficié en 2017 de programmes sur la pratique d'activités physiques et sportives. 24 100 collaborateurs ont également pu bénéficier de consultations médicales (diététique, ophtalmologie, nutrition).

GPA encourage ses collaborateurs à la pratique du sport en négociant des conditions privilégiées dans des centres sportifs pour ses collaborateurs. L'entité réalise également annuellement une campagne de vaccination contre la grippe.

Performance

Groupe	2016	2017
Taux de fréquence des accidents du travail	16,3	18,9
Taux de gravité des accidents du travail*		0,8
Taux d'absentéisme pour accidents du travail et maladies (dont maladies professionnelles) *		4,8 %

* Données 2016 non disponibles sur l'ensemble du périmètre Groupe.

À périmètre constant, soit hors GPA, le taux de gravité des accidents du travail est stable par rapport à 2016 et le taux d'absentéisme pour accidents du travail et maladies a diminué de 0,2 point.

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

Depuis son origine, le groupe Casino est attaché au développement professionnel de ses collaboratrices et collaborateurs qui contribuent à sa performance opérationnelle. La diversité des métiers du Groupe, son implantation internationale et le caractère multiformat de ses enseignes offrent aux collaborateurs de nombreuses opportunités de mobilité et d'évolution professionnelle. La mobilité interne est une priorité pour le groupe Casino et un des éléments clés de sa politique ressources humaines. À titre d'exemple, Casino a pour objectif de pourvoir 50 % des postes d'encadrement par l'évolution interne.

La politique de mobilité répond à deux objectifs majeurs :

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

Plusieurs dispositifs sont mis en œuvre au sein du Groupe :

- les entretiens d'évaluation et/ou les entretiens professionnels ;

- les Comités de carrière et de mobilité qui permettent d'identifier les besoins et de faciliter la mobilité interne ;
- les plans de succession qui permettent de mettre en place des parcours individualisés de formation ;
- les programmes pour les hauts potentiels tels que le programme "Jeunes Talents Internationaux", au niveau Groupe, qui a pour objectifs de développer le potentiel des futurs managers internationaux, de renforcer la culture internationale des équipes, de créer des synergies, de faciliter les échanges de bonnes pratiques entre entités et enfin de fidéliser les talents en leur offrant des opportunités de carrière ; le "Talent Pool", en France, composé de trois programmes destinés à des collaborateurs, entre trois et 10 ans d'expérience, identifiés en interne par les équipes des ressources humaines, grâce aux entretiens individuels, ou à des comités internes (Comité de développement/Comités Carrière). Ces programmes ont pour objectifs d'accompagner les participants dans la construction de leur projet professionnel et mesurer leur potentiel, soutenir la performance grâce à un accompagnement ciblé. Localement, les filiales du Groupe s'appuient également sur ce type de dispositif. Au Brésil, GPA a défini en 2017 pour l'ensemble de ses entités un *talent pool*. En Argentine, Libertad constitue un "Pool de Altos potenciales" pour accompagner les futurs leaders de l'entreprise, 147 personnes ont été formées dans le cadre de ce programme en 2017.

Former les collaborateurs pour développer l'employabilité

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

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

Quatre axes majeurs sont développés dans l'ensemble des entités du Groupe :

- les formations aux règles d'hygiène, de sécurité et de qualité en application des politiques de Santé et sécurité au travail du Groupe et des dispositifs réglementaires applicables ;
- les formations techniques sur les métiers du Groupe : outil clé de réussite dans le déploiement de la stratégie du Groupe qui vise à renforcer le professionnalisme sur les produits frais et maintenir une position de leader sur ce segment. Les formations aux métiers de bouche (boucherie, marée, pâtisserie) ont été renforcées en 2017 ;
- les formations tournées vers le service client, axe stratégique de l'entreprise. En 2017, Éxito a formé plus de 13 900 collaborateurs au service clients *via* son programme *Servicio superior*. Franprix a déployé sa formation "le client au cœur des essentiels" ;
- les formations au management et au leadership. En 2017, Libertad a lancé un programme de formation "desarrollo de lideres" auquel plus de 140 cadres ont participé. Assaí a poursuivi le déploiement de son "trainee operations program" qui forme les futurs leaders de demain. 122 nouveaux leaders ont ainsi été formés, ainsi que plus de 1 715 chefs de sections *via* le programme "Grow program" axé sur le développement de leur compétence de leadership et de management. Plus de 4 700 cadres ont été formés au leadership *via* le programme d'Éxito "escuela de liderazgo" en 2017.

La formation dans le Groupe s'appuie sur des équipes dédiées :

- "Campus Casino" en France : organisme de formation interne qui propose une offre de programmes de formations diversifiées, tant en présentiel qu'en e-learning, conçue pour répondre à l'ensemble des besoins de développement des compétences des salariés du Groupe liées aux métiers du commerce, à l'acquisition de compétences techniques ou encore au management. En France, plus de 43 000 collaborateurs ont bénéficié d'une action de formation (Casino, Monoprix, Franprix, Leader Price, Cdiscount, Vindémia) en 2017.
- Universidade Assaí au Brésil : centres de formation interne qui propose des formations sur les spécificités du modèle "cash and carry". Plus de 21 000 personnes y ont été formées en 2017, 4 000 personnes ont été formées grâce au déploiement de 12 nouveaux modules de formation digitale.
- Les "écoles de formation" spécifiques aux métiers de la grande distribution créées par Éxito. La digitalisation de ces écoles de formation s'est accélérée en 2017 afin de former davantage de collaborateurs. Ainsi, des modules digitaux ont été créés au sein des écoles Textile, Boucherie, Pâtisserie, Fruits et légumes des enseignes Éxito, Surtimax et Carulla.

Le Groupe considère sa capacité de formation comme un réel outil d'employabilité et d'ascension sociale :

- Les enseignes en France développent les formations certifiantes comme les Certificats de Qualification Professionnelle (CQP). Ces certificats ont une reconnaissance professionnelle nationale. En 2017, plus de 740 personnes du Groupe en ont bénéficié dont 200 chez Monoprix.
- Elles intensifient également des dispositifs tels que le certificat de connaissances et de compétences professionnelles "Cléa" qui s'adresse principalement à des personnes peu qualifiées, n'ayant pas de certification professionnelle. Plus de 60 personnes ont obtenu une certification Cléa à date. Les enseignes en France accompagnent également les collaborateurs dans la réalisation de VAE, dispositif de validation des acquis de l'expérience qui permet d'obtenir un diplôme en valorisant l'expérience professionnelle du salarié.

Performance

Groupe	2015	2016	2017	Variation 2016/17
Nombre total d'heures de formation	3 418 383	4 050 876	4 389 459	+ 8 %
Nombre d'heures de formation/personne	15	18	19,5	+ 9 %

Accompagner les évolutions de l'entreprise

Dans le respect des dispositions légales, les Directions des ressources humaines accompagnent les changements d'organisation de l'entreprise et mettent en place des mesures spécifiques en amont.

L'accord sur la GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences) signé au sein de Casino constitue également un outil de dialogue permettant d'anticiper

les évolutions organisationnelles des activités. En France, le Groupe a signé dès 2008 un premier Accord sur la GPEC (Gestion des Parcours, de l'Employabilité et des Compétences) et a négocié un nouvel Accord en 2016. En complément, le Groupe intensifie les dispositifs de mobilité interne vers des métiers pénuriques. Cette mobilité s'accompagne au besoin de formation pour les collaborateurs concernés, tels que les certificats de qualification professionnelle (CQP).

8.2.2. Le groupe Casino, un commerçant responsable

Depuis plusieurs années, l'impact des produits alimentaires sur la santé, l'environnement et les producteurs, place l'alimentation au cœur des débats de société et de santé publique. Aussi, le groupe Casino développe une politique produits conciliant sécurité, plaisir gustatif, santé, équilibre nutritionnel, respect de l'environnement et des conditions de production. La signature d'entreprise du groupe Casino "Nourrir un monde de diversité" exprime cette volonté de proposer au plus grand nombre des produits de qualité afin de permettre à ses clients de consommer de façon plus responsable.

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

- agir pour la santé des consommateurs ;
- encourager les consommateurs vers une consommation plus respectueuse de l'environnement et de la biodiversité ;
- lutter contre le gaspillage alimentaire.

Le groupe Casino agit en améliorant ses marques propres, en engageant les marques nationales à mettre en place des plans de progrès, en donnant accès aux consommateurs à une meilleure information sur les produits et les modes de consommation responsables et en accompagnant ses fournisseurs.

Afin de contribuer activement au débat de société concernant le lien entre alimentation et santé, et de répondre aux attentes des parties prenantes, le groupe Casino a mis en place en juin 2017 un groupe de travail afin de définir un socle commun d'engagements pour les marques propres du Groupe en France.

Cette démarche vise à répondre à trois principaux objectifs :

- continuer à améliorer les performances nutritionnelles et gustatives des produits ;
- répondre aux attentes des consommateurs, notamment sur certaines substances utilisées dans les produits et faisant l'objet de controverses ; en effet, plusieurs rapports mettent en avant les risques potentiels de plusieurs substances, facteur d'inquiétude pour les consommateurs et les distributeurs ;
- améliorer les modes et les conditions de production des filières.

Présenté en Comité stratégique RSE en décembre 2017, ce socle d'engagements répond à la nécessité de lutter contre le développement des maladies chroniques (maladies cardiovasculaires, obésité...), aux risques liés aux perturbateurs endocriniens, à l'antibiorésistance, ou encore aux allergènes, et d'apporter des réponses au développement de filières plus durables. Il a permis de confirmer les engagements du Groupe pour ses marques propres en France pour la période 2018-2020.

8.2.2.1. VEILLER À LA QUALITÉ DES PRODUITS

La qualité et la sécurité des produits sont des priorités absolues pour le Groupe, et ce quelles que soient les gammes de produits à marque propre. De la définition des cahiers des charges jusqu'à l'exploitation des magasins, un dispositif complet permet d'assurer la commercialisation de produits sûrs, sains et de qualité.

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

- une Charte Qualité Groupe partagée avec les filiales ;
- une organisation dédiée et l'expertise des équipes :
 - la Direction Qualité Groupe coordonne les échanges réguliers portant sur les bonnes pratiques et procédures (politique qualité et sécurité produits, procédure traçabilité, audits fournisseurs, gestion de crise, retrait et rappel de produits, etc.) avec les Directions Qualité des filiales,
 - les Directions Qualités des filiales qui ont en charge de garantir les standards de qualité des produits à marque propre et d'assurer la sécurité des consommateurs pour l'ensemble des produits vendus ;
- le standard IFS (*International Featured Standards*) et les travaux du GFSI. Le groupe Casino est membre du GFSI du Consumer Good Forum et sa filiale Libertad du GFSI South Latam Group. Le GFSI est un guide mondial de référence de management de la sécurité alimentaire tout au long de la chaîne d'approvisionnement ;
- des sites qui font l'objet d'audits réguliers, insistant en particulier sur la maîtrise des risques liés à l'hygiène et de sécurité dans le respect des principes de la démarche HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*). Le groupe Casino audite :
 - les fournisseurs de produits alimentaires à marque propre. Les sites des fournisseurs non certifiés IFS sont audités régulièrement, afin de s'assurer qu'ils répondent à la fois aux exigences réglementaires et aux exigences spécifiques de Casino,
 - les entrepôts du Groupe, afin de vérifier la mise en place des procédures et des guides de bonnes pratiques. 100 % des entrepôts Casino sont certifiés au niveau supérieur du référentiel "IFS Logistic",
 - les magasins : les hypermarchés et supermarchés en France sont audités deux fois par an selon le référentiel "IFS Food Store". Les filiales brésilienne, argentine et colombienne déploient ce référentiel dans leurs magasins ;

- des cahiers des charges partagés avec les fournisseurs : pour chaque produit à marque propre acheté, des cahiers des charges exigeants sont établis. Ces cahiers permettent d'assurer la conformité réglementaire des produits ainsi que la garantie du respect du grade qualité attendu par les enseignes (ingrédients, origine et traçabilité des matières premières, niveau gustatif...). Élément contractuel entre le fournisseur et le groupe Casino, ils sont constitués de données techniques descriptives, de déclarations de conformité et de rapports d'analyse. Ils permettent d'avoir une définition claire et partagée du produit, avant sa commercialisation ;
- des outils de gestion collaborative partagés avec les fabricants de produits alimentaires qui permettent d'assurer le respect des cahiers des charges et le suivi des produits ;
- des procédures et des outils de traçabilité, de retrait-rappel et de gestion de crise, mis en œuvre dès que nécessaire ;
- des contrôles qualité des produits réalisés tout au long de l'année :
 - plan de contrôle des produits prélevés en magasins : chaque produit à marque propre est analysé plusieurs fois par des laboratoires indépendants, selon des critères microbiologiques et physico-chimiques (plus de 63 000 analyses effectuées chaque année sur les produits Casino, Franprix, Leader Price et Monoprix),
 - suivi de la qualité sensorielle (goût, parfum...), grâce à des analyses sensorielles réalisées avec des consommateurs. La France et le Brésil disposent de leurs propres laboratoires d'évaluation sensorielle,
 - agréage des produits frais en entrepôt avec environ 260 000 contrôles par an pour les produits Casino,
 - chaque non-conformité détectée est analysée et fait l'objet d'un plan d'action.

En complément, des programmes spécifiques sont déployés par les filiales. À titre d'exemple, GPA renforce chaque année les programmes :

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

8.2.2.2. AGIR POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS

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

- en 2008, avec la signature d'une Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels avec le ministère français de la Santé, dans le cadre du Plan National Nutrition Santé (PNNS) ;

- en 2010, avec la mise en place d'un Comité Santé qui se réunit quatre fois par an pour analyser les données, les tendances scientifiques et les attentes des consommateurs dans le domaine de la santé. Ce Comité émet des recommandations sur les ingrédients controversés (aspartame, perturbateurs endocriniens, bisphénol, pesticides, dioxyde de titane, etc.). Il accompagne le Groupe en France dans la mise en place de gammes spécifiques à marque propre comme, par exemple, la gamme de volailles élevées sans traitement antibiotique, ou de légumes surgelés garantis sans résidus de pesticides quantifiés.

Le Groupe s'engage à agir pour :

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

Améliorer le profil nutritionnel et la composition des produits à marque propre

À partir de 2008, la marque Casino a mené un travail conséquent afin de diminuer en sel, en sucre et en matières grasses les recettes de plus de 2 000 produits, conformément aux recommandations du PNNS. Les cahiers des charges des produits intègrent ces exigences. En complément, des critères stricts sont définis dans les cahiers des charges des produits alimentaires (absence d'ingrédients OGM ou issus d'OGM, absence d'ingrédients ionisés...) et de Droguerie Hygiène Parfumerie (absence de parabènes, de triclosan, etc.). Un travail similaire a été réalisé sur les marques Monoprix, conformément à sa Charte "Nutrition Durable" qui intègre des exigences nutritionnelles, l'interdiction d'ingrédients controversés, la traçabilité de l'origine des matières premières et des exigences de qualité des matières premières. La mise en place d'un socle commun d'engagements pour les marques propres du Groupe en France en 2017 permet d'aligner les démarches des marques propres en France sur la période 2018-2020.

À l'international, Éxito poursuit les actions d'optimisation de ses produits alimentaires définies dans le cadre du diagnostic nutritionnel des produits réalisé en 2015. Plus de 4 280 produits ont fait l'objet d'une évaluation de leur profil nutritionnel en 2017, avec l'objectif de renforcer l'offre de produits "santé". Éxito poursuit son objectif d'optimisation de ses produits alimentaires à marque propre : 50 produits reformulés en 2017, 100 fournisseurs formés à la reformulation de leurs produits.

Développer des gammes de produits spécifiques

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

- Une offre adaptée pour les personnes diabétiques ou intolérantes au gluten. L'ensemble des marques propres du Groupe propose une offre sans gluten.
- La marque "Casino Bien pour Vous !" propose des produits "sans sucre", et "sans gluten" développés en collaboration avec la Fédération Française des Diabétiques (FFD), et l'Association Française des Intolérants au Gluten (AFDIAG).
- Monoprix propose également dans ses enseignes Naturalia une gamme sans gluten (AFDIAG) révisée en 2017 pour atteindre 98 % de références bio et sans gluten, une gamme sans sel enrichie, une gamme sans lactose enrichie.
- La marque propre Taeq, distribuée en Colombie et au Brésil, offre également des produits adaptés aux besoins spécifiques (sans gluten, sucre, ou lactose).
- Une offre pour les régimes spéciaux. "Leader Price Fine Ligne" offre, par exemple des produits allégés en sel, en sucre et en matières grasses, et qui a été réalisée avec l'aide de spécialistes de la nutrition ; Monoprix poursuit le développement des produits "nouveaux régimes alimentaires" avec des références sans sel. Éxito poursuit son programme de reformulation de ses produits à marques propres alimentaires ainsi 48 produits ont été reformulés d'un point de vue nutritionnel en 2017.

Proposer des produits et des modes de production plus respectueux de la santé

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

Cette démarche permet de proposer dans les magasins Casino :

- 24 références de légumes surgelés garantis sans résidus de pesticides (16 références en surgelés et huit produits fruits et légumes lancés début 2018). Cette innovation s'inscrit dans une démarche engagée de progrès agroécologique et de qualité pour répondre à la première préoccupation des consommateurs que sont les pesticides dans l'alimentation. Cette garantie est le résultat de précautions prises à chaque étape de culture par les partenaires de Casino qui mettent en œuvre des pratiques agricoles durables (sélection des parcelles et des variétés de semences, plan de protection des cultures...). L'absence de résidus de pesticides quantifiés (insecticides, fongicides, herbicides) est contrôlée par un laboratoire indépendant accrédité ;
- 100 % des poulets à marque Casino sont élevés sans traitements antibiotiques, ainsi que le saumon à marque Terre et saveurs. En effet, l'antibiorésistance est un

enjeu de santé publique : parmi les risques alimentaires, l'utilisation d'antibiotiques dans la filière animale est la deuxième préoccupation des consommateurs français. Aussi, Casino travaille depuis plusieurs années avec des groupements d'éleveurs qui, pour développer des filières sans antibiotiques, privilégient le respect de la nature, le bien-être animal et la qualité de l'alimentation. La marque a développé une filière poulet puis porc sur toute la durée de vie de l'animal "sans antibiotiques". Cette démarche permet de lutter contre l'antibiorésistance et s'inscrit dans le cadre du plan Éco Antibio 2017 lancé par le ministère de l'Agriculture pour diminuer de 25 % l'usage des antibiotiques en élevage en cinq ans.

Au global plus de 50 produits répondent au référentiel Agriplus en 2017.

Monoprix s'inscrit également dans cette démarche et commercialise sous ses marques des produits de volaille, porc et marée élevés sans antibiotiques.

Le Groupe propose aussi dans l'ensemble de ses enseignes des gammes de produits issus de l'agriculture biologique (cf. chapitre 8.2.2.3) qui garantissent de meilleures pratiques de production.

Informer le consommateur sur le profil nutritionnel du produit

Le Groupe soutient une meilleure information du consommateur sur les qualités nutritionnelles et l'impact pour la santé des produits qu'il consomme.

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

Casino a participé et soutenu financièrement l'expérimentation nationale afin de définir les modalités d'un système d'étiquetage nutritionnel simplifié dont l'objectif était de choisir le système d'étiquetage le plus adapté pour guider les consommateurs dans leurs choix alimentaires et notamment les populations les moins favorisées. Pendant plus de deux mois, quatre sortes d'étiquetage ont ainsi été apposées sur des produits et testés dans 40 magasins dont 12 supermarchés Casino. À l'issue de cette expérimentation, les pouvoirs publics ont décidé en 2017 de soutenir l'adoption volontaire du système "Nutri-score", basé sur l'analyse des nutriments, afin d'informer le consommateur de la qualité nutritionnelle des produits alimentaires et de faciliter son acte d'achat. Ce logo coloriel classe les produits en cinq catégories de A à E, allant du produit le plus favorable sur le plan nutritionnel ou moins favorable en prenant en compte la teneur en nutriments et aliments à favoriser (fibres, protéines, fruits et légumes) et en nutriments à limiter (énergie, acides gras saturés, sucres et sel). Début 2018, le groupe Casino a déployé ce système de notation, dont l'affichage reste facultatif, sur 600 produits à marque propre commercialisés sur "Casino drive" dans un premier temps.

Casino est aussi le premier distributeur à utiliser Allergobox.com, plateforme web destinée aux consommateurs allergiques ou intolérants : 3 300 produits Casino alimentaires sont renseignés dans la base de données pour permettre aux consommateurs de savoir si ces produits sont compatibles avec leurs restrictions alimentaires.

À l'international, Éxito continue à développer sa démarche volontaire d'étiquetage nutritionnel sur ses produits en appliquant le référentiel "Guidelines Daily Amount (GDA)", (équivalent des repères nutritionnels journaliers), indiquant le positionnement de la teneur en énergie et en macronutriments des produits alimentaires par rapport aux apports nutritionnels conseillés (ANC) (plus de 1 000 produits de marque propre concernés). Les ANC sont basés sur des données scientifiques relatives aux besoins alimentaires et fournissent des indications sur la quantité moyenne de nutriments clés nécessaire dans le cadre d'une alimentation équilibrée. Éxito a lancé en 2017 une campagne "Bueno para ti" (bon pour vous). Plus de 1 700 produits sont identifiés avec le sceau "Bon pour vous" qui regroupe des produits sans gluten, bio ou des produits présentant des bénéfices nutritionnels.

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

Promouvoir des modes de consommation équilibrée

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

- Éxito encourage ses clients à adopter un mode de vie sain par des campagnes de sensibilisation des consommateurs, des employés (via les magazines internes d'Éxito, Carulla, Surtimax et Super Inter) et le sponsoring d'événements sportifs, afin de promouvoir l'activité physique. Ainsi, Éxito a lancé une grande campagne de sensibilisation appelée "Cuidarte es bueno, hacerlo es fácil" ("Prendre soin de toi est une bonne chose, le faire est facile") visant à adopter un mode de vie équilibré en consommant des produits sains et adoptant les bons régimes alimentaires.
- Éxito a par ailleurs mis en place une politique d'autorégulation de la publicité à destination des enfants de moins de 12 ans. En adéquation avec les recommandations de l'OMS sur la promotion des aliments et des boissons non alcoolisées pour les enfants, et les indications de l'OPS "Expertos de la Organización Panamericana de la Salud", Éxito s'engage à promouvoir des habitudes de consommation saines auprès des enfants et à réduire leur exposition aux publicités incitant à la consommation de produits moins bons pour la santé. Ainsi, Éxito ne réalise pas de publicités sur des aliments considérés comme moins bons pour la santé à destination des enfants, sur des plages de publicité où

l'audience des moins de 12 ans est supérieure à 35 %, et améliore les qualités nutritives des produits à marques propres à destination des moins de 12 ans en accord avec les engagements nutritionnels définis par Éxito.

- Dans le cadre de sa politique RSE, Disco a mis en place depuis fin 2015, un grand programme appelé "Vida Saludable" ("Vie Saine") dont le but est de sensibiliser et d'accompagner les consommateurs vers un mode de vie plus sain notamment sur le plan alimentaire. Le programme comprend un volet éducatif avec des affiches et des pastilles de signalisation qui identifient clairement les produits plus sains en magasin et qui doivent guider le client vers les bonnes habitudes alimentaires à acquérir pour améliorer sa santé. Ces produits ont été sélectionnés par des diététiciens professionnels pour leurs qualités nutritionnelles et pour permettre à chacun de satisfaire des besoins spécifiques. Huit grandes catégories ont été choisies telles que sans gluten, sans sucre, pauvre en sodium, pauvre en calories, issu du bio...

8.2.2.3. ENCOURAGER UNE CONSOMMATION PLUS RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA BIODIVERSITÉ

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

Pour permettre à ses clients de consommer des produits plus respectueux de l'environnement, le groupe Casino commercialise dans ses magasins plus de 26 680 produits responsables certifiés (+ 36 % par rapport à 2016). Mis en avant auprès des consommateurs dans des univers dédiés ou par le biais d'opérations commerciales et/ou promotionnelles, ces produits représentent une part croissante du chiffre d'affaires des entités.

Soutenir l'agriculture biologique et les bonnes pratiques agricoles

Le Groupe offre une large gamme de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique avec plus de 17 420 produits commercialisés dans les magasins du Groupe (+ 26 % par rapport à 2016) dont plus de 2 400 produits alimentaires à marque propre. Par ailleurs, le Groupe développe en France son enseigne dédiée au bio avec Naturalia et, depuis le second semestre 2017, Franprix Noé, privilégiant le bio et offrant des produits qui s'inscrivent délibérément dans une consommation plus responsable (cf. chapitre 8.2.2.5 "Sensibiliser les clients à la consommation responsable").

Afin de soutenir les producteurs bio, le Groupe a organisé en 2017 avec la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France un salon dédié exclusivement aux producteurs biologiques français permettant de référencer de nouveaux produits. Quinze fournisseurs ont été récompensés pour leur engagement. Il accompagne aussi les agriculteurs dans la reconversion vers le bio avec son enseigne Naturalia en apposant sur le produit "issu de vergers en conversion vers l'agriculture biologique".

En partenariat avec le réseau social des consommateurs "C'vous" (150 000 membres en 2017), le groupe Casino a organisé un temps fort consacré à la mise en avant de produits/marques bio, tout en ajoutant une pédagogie autour des sujets de Développement Durable qui a rassemblé plus de 5 500 participants, et enregistré près de 30 000 visites.

À l'international, près de 1 860 produits alimentaires issus de l'agriculture biologique sont commercialisés par les enseignes du Groupe. Ces produits sont mis en avant auprès des clients soit dans des corners dédiés, soit dans les rayons concernés et font l'objet de campagnes commerciales. À titre d'exemple, GPA l'enseigne Pão de Açúcar met en avant les produits issus de l'agriculture biologique lors des "jeudis bio" en offrant 20 % de réduction aux clients.

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

En France, Casino commercialise une centaine de produits frais sous la marque "Terre et Saveurs" qui garantit des produits issus de culture en pleine terre, de producteurs engagés dans de bonnes pratiques agricoles ou d'élevage (méthodes de culture alternatives, limitation voire absence de traitement après récolte, respect des besoins réels des végétaux, respect du milieu aquatique, etc.). Plus de 319 produits commercialisés sous la marque "Club des Sommeliers" répondent également à un cahier des charges respectueux de bonnes pratiques de production.

À l'international, le Groupe incite ses fournisseurs à l'utilisation du référentiel "Good Agricultural Practices (GAP)". Ainsi, Éxito a mis en place un programme de certification aux bonnes pratiques agricoles (plus de 700 produits frais sont concernés en 2017) et GPA a intégré de nouvelles exigences dans son protocole de GAP incluant la réalisation d'audits des zones de production, l'application et le suivi de plans d'actions correctifs.

Développer l'offre de produits végétariens

Pour réduire l'impact de la consommation sur le climat et l'environnement, plusieurs études démontrent la nécessité de modifier l'empreinte carbone de l'assiette alimentaire des Français en consommant moins de protéines animales et davantage de fruits, légumes et légumineuses. Aussi, le groupe Casino développe des gammes de produits végétariens et *vegan* permettant de répondre aux nouvelles attentes de consommation. Ainsi Casino a lancé la gamme

"Veggie", une offre de plats cuisinés végétariens, et des boissons végétales bio, Monoprix la gamme "Le Végétal", des plats principalement à base de produits végétaux. Naturalia a ouvert en 2017 quatre magasins bio et 100 % Vegan proposant 2 000 produits du quotidien 100 % végétaux, Franprix Noé propose une offre de produits végan diversifiée.

OGM

En France, dès 1997, le Groupe s'est engagé à garantir que les produits de marque propre du Groupe commercialisés dans les enseignes en France (Casino, Monoprix, Leader Price, Franprix) soient garantis exempts d'OGM, tant au niveau des ingrédients utilisés que des additifs et des arômes.

À l'international, les filiales respectent pour leurs produits à marque propre les réglementations en vigueur, et les règles d'étiquetage comme au Brésil, où les produits sont contrôlés et indiquent la présence d'OGM si elle est supérieure à 1 %.

Réduire l'impact des emballages

Développement du "Vrac"

En France, afin de réduire les emballages utilisés, les enseignes Casino, Franprix, Naturalia et Monoprix développent les concepts de vente en vrac : fruits et légumes secs biologiques, céréales, fruits secs, café, pâtes...

Franprix propose de nouveaux concepts dans plusieurs magasins : lessive, assouplissant et liquide vaisselle au poids, achat de vin en bouteille réutilisable et rechargeable.

À l'international, GPA déploie son programme "Reutilizar Project", qui offre aux consommateurs la possibilité d'apporter leurs propres contenants en magasin afin de ne pas utiliser des emballages jetables. En outre, le projet permet aux consommateurs d'acheter la quantité de produits requise pour leur consommation. Dans les magasins participants, près de 40 produits alimentaires – tels que les grains, les céréales, le poivre, ou les noix sont concernés.

Éco-conception des produits

Le Groupe soutient une meilleure éco-conception des produits à marque propre.

- En incitant ses fournisseurs à développer une démarche d'éco-conception. Ainsi GPA veille à chaque création de produits à la réduction des emballages et utilise également pour ses emballages du carton certifié FSC (*Forest Stewardship Council*). En Colombie, Éxito accompagne ses fournisseurs de produits sous marque "Taeq", "Carulla" et "Cautivia" dans la réduction des emballages. En complément, il développe des produits dont l'emballage est 100 % recyclable. Monoprix a lancé en 2017 des références de vin certifié bio en bouteille éco-conçue.
- En mettant à disposition de ses fournisseurs de marque propre en France un outil en ligne "mieuxproduire.fr" leur permettant de calculer l'indice environnemental des produits, de connaître les principales sources d'impact et de faire des simulations afin de réduire celui résultant du packaging ;

- En étant partenaire du Pôle Éco-conception de Saint-Étienne où il participe à sensibiliser et à faciliter l'accès des PME-PMI à cette démarche ;
- En menant des programmes d'économie circulaire. À l'international, le programme d'économie circulaire "Novo de Novo", initié en 2009 par GPA, permet de réutiliser les emballages collectés pour fabriquer de nouveaux emballages pour les produits à marque propre Taeq et Qualita. La centaine de stations de recyclage présentes dans les magasins Extra et Pão de Açúcar ont permis de collecter plus de cent mille tonnes de matières recyclables depuis 2001, et de les recycler et les réutiliser pour produire plusieurs millions d'emballages de produits à marque propre.

Prévention des risques

Afin de prendre en compte les inquiétudes des consommateurs pour leur santé de la migration des huiles minérales présentes dans les emballages alimentaires, le Groupe s'est engagé en France à mener des campagnes d'analyses régulières du taux d'huiles minérales utilisées dans les emballages sur les marques propres afin de s'assurer que ce taux soit inférieur aux seuils admissibles fixés par le Groupe et à ne recourir qu'à des emballages recyclés utilisant des matériaux capables de freiner le processus de migration de ces huiles ou, si ce n'est pas possible, à utiliser des fibres vierges pour tout nouveau développement en 2017.

8.2.2.4. LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Compte tenu des enjeux financiers, environnementaux et sociétaux liés au gaspillage alimentaire, le Groupe agit depuis plusieurs années afin de réduire les sources de gaspillage en proposant des solutions aux clients et aux collaborateurs, et en mettant en place des dispositifs de réduction de la casse et des invendus, d'une part, et de don, d'autre part. Le Groupe a signé en 2013 le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, mis en place par le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire. Les leviers d'action permettant de lutter contre le gaspillage alimentaire portent sur :

- l'amélioration continue du fonctionnement des magasins : optimisation des commandes ; limitation de la casse par la formation et la sensibilisation des personnels ; amélioration du stockage promotionnel des produits abîmés ou à date de conservation courte ;
- le don des produits aux associations telles que la Fédération Française des Banques Alimentaires lorsque les produits présentent une date limite de consommation courte. Le Groupe a signé depuis 2009 un partenariat avec la FFBA et, en 2015, avec plusieurs acteurs de l'économie sociale et solidaire tels que Phénix qui collecte les produits dans plus de 100 magasins avec une ramasse qui s'effectue plusieurs fois par semaine. En France, plus de 13 100 tonnes de produits alimentaires ont été données aux associations en 2017, soit une augmentation de 33 % par rapport à 2016 démontrant l'impact des actions menées (chapitre 8.2.5.2) ;
- la sensibilisation des collaborateurs et des clients :
 - plus de 60 % du gaspillage alimentaire est dû aux comportements de consommation des consommateurs. Aussi, afin de les sensibiliser à mieux consommer, les enseignes déploient des actions de sensibilisation auprès de leurs clients. À l'occasion de la journée nationale contre le gaspillage alimentaire en 2017, un *leaflet* a été réalisé et distribué au sein des enseignes, et sur les sites administratifs. Le Groupe a réalisé également une animation à destination du public et des collaborateurs, communiquée via le site Groupe et les sites des enseignes portant sur les bons gestes et pratiques anti-gaspi. Les collaborateurs sont également sensibilisés via un guide des "Eco-Gestes" qui est à disposition des employés de Casino pour réduire la casse et optimiser la gestion des déchets. En 2017, un parcours de formation pour lutter contre le gaspillage alimentaire a été mis à disposition des collaborateurs. GPA a mené une campagne de sensibilisation "Zéro gaspillage" pour encourager les magasins à réduire le gaspillage alimentaire s'appuyant sur une vidéo pour former les employés des magasins sur le recyclage et le compostage des déchets ;
- la collaboration avec les fournisseurs afin :
 - d'allonger des DLC (Date limite de consommation) sur les produits, sans augmenter le risque sanitaire,
 - de supprimer les DLUO (dates limites d'utilisation optimale) sur certaines catégories de produits,
 - d'optimiser des conditionnements des produits alimentaires avec le développement d'offres unitaires ou portionnables,
 - de partager leur expérience pour lutter contre le gaspillage alimentaire : redistribution en circuits locaux des produits non conformes aux standards du marché, transformation (avocat/guacamole ; pommes/jus de pomme...). Cette démarche a été mise en place par Monoprix dans le cadre des "partenariats agricoles" sur la filière fruits et légumes (fournisseurs, acheteurs...) ;
- le développement de nouveaux concepts tels que :
 - la vente en vrac : les enseignes Pão de Açúcar, Casino, Naturalia, Monoprix et Franprix, notamment Noé, proposent à la vente des fruits et légumes secs biologiques en vrac. Une démarche qui s'accompagne d'actions de sensibilisation vers les clients, avec notamment des étiquettes explicatives sur les produits concernés (cf. chapitre 8.2.2.3),
 - la transformation des produits frais abîmés : Monoprix qui commercialise également les confitures Re-Belles faites à partir de fruits abîmés, propose depuis 2017 le service "Shop and Give" qui permet au moment de la livraison à domicile aux clients de donner les produits non périmés, les fruits et légumes ainsi que les piles et ampoules usagées au livreur,
 - le développement du tri organique des produits alimentaires non consommables (viande, poisson...) afin de les valoriser en alimentation animale, en méthanisation ou en compostage (cf. chapitre 8.2.4.7 "Triier et recycler les déchets d'exploitation des magasins").

8.2.2.5. SENSIBILISER LES CLIENTS À LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Développer les concepts d'enseignes plus responsables

Les enseignes du Groupe, qui proposent déjà une offre de produits responsables importante et diversifiée, développent et renforcent aussi les enseignes dédiées à la consommation responsable avec l'enseigne bio Naturalia qui possède 161 magasins et Naturalia Vegan qui a ouvert son 4^e magasin en 2017. Franprix a inauguré en septembre 2017 son nouveau concept "Noé", qui privilégie les produits bio et Équitable, labélisé, bon et sain, un large choix de vrac (vin, lessive, céréales bio, farine, légumes secs, graines...), des viandes et volailles bio... En Colombie, Grupo Éxito a ouvert son premier magasin Carulla Fresh Market, dédié à la consommation responsable avec une offre renforcée de produits locaux, issus de l'agriculture biologique. Dans l'ensemble du magasin, près de 3 000 références sont proposées, parmi lesquelles 170 produits bio, des produits sans gluten, des produits allégés en sodium et/ou en sucre ainsi que des produits dédiés aux consommateurs végétariens et végétaliens.

Promouvoir les produits responsables

Afin de sensibiliser ses clients à l'impact environnemental de leur consommation, Casino a été le pionnier de l'étiquetage carbone sur les produits de marque propre. L'indice carbone initié en 2008 a été progressivement remplacé par l'indice environnemental. En 2017, c'est une nouvelle étape qui est franchie, avec l'affichage de l'Impact Environnemental, qui utilise cette fois-ci des données publiques et un référentiel national. Depuis juillet 2017, le groupe Casino a mis gratuitement à disposition de ses fournisseurs industriels de l'agroalimentaire un outil collaboratif de collecte des données et de calcul de l'Impact Environnemental dénommé "Mieux Produire". Cette démarche permet au Groupe de mieux connaître les impacts environnementaux de ses produits à marque propre (Casino, Franprix et Monoprix), mais aussi d'informer et sensibiliser ses clients par l'intermédiaire du site public www.mieuxproduire.fr. Enfin, l'outil propose un module de simulation qui permet d'accompagner les fournisseurs dans leur recherche d'améliorations.

Le groupe Casino promeut les produits responsables par des campagnes de communication et de promotion, par exemple, sur les produits issus de l'agriculture biologique, locaux et, à titre d'exemple, le soutien à des initiatives telles que "C'est qui le patron ?!", la marque du consommateur. En 2016, le Groupe a lancé le lait "C'est qui le patron ?!"

dans ses magasins, et depuis le 1^{er} novembre 2017, 100 % de la gamme de lait UHT à marque Monoprix (en brique, en bouteille, entier, demi-écrémé...) est produite selon le cahier des charges "C'est qui le patron ?!" c'est-à-dire avec une rémunération juste du producteur, trois à six mois de pâturage et du fourrage local et une alimentation garantie sans OGM. Il a lancé aussi une fourme AOP de Montbrison, et le beurre bio "C'est qui le patron ?!". Le Groupe soutient aussi les éleveurs des Monts du Forez avec la gamme laitière "Ensemble les éleveurs" et, depuis 2017, ceux des Pyrénées-Atlantiques et du Val-de-Loire. Les enseignes Casino ont organisé en juillet des actions commerciales afin de promouvoir les produits locaux et régionaux en sélectionnant une offre de 180 fournisseurs.

Réduire la distribution de sacs plastiques

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

- En France, depuis 2016, les enseignes du Groupe ne distribuent plus de sacs plastique à usage unique conformément à la réglementation en vigueur.
- À l'international, les filiales du Groupe multiplient les actions afin de développer l'utilisation de sacs réutilisables (information en magasins, incitations *via* les programmes de fidélité, etc.) et de réduire celle des sacs plastique à usage unique. Au Brésil, GPA a mis en place un système pour récompenser ses clients qui n'utilisent pas de sacs plastique et propose de nouveaux sacs design réutilisables. Dans la ville de São Paulo, GPA et les principaux autres distributeurs ont arrêté en mai 2015 la distribution gratuite de sacs plastique. Dans le cadre de son programme "Reutilizar #praserfeliz", GPA ajoute à sa gamme de sac une nouvelle ligne de sacs réutilisables tendance et respectueux de l'environnement appelés "Sacolas do Brazil". Dans le cadre de son programme RSE "Juntos en Acción", Libertad déploie dans ses magasins des actions de réduction de l'utilisation des sacs plastique notamment en réservant des caisses spécifiques à ses clients appelées "caisse verte" (*caja verde*).

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

8.2.3. Le groupe Casino, un partenaire de confiance

Compte tenu de ses activités de distributeur, la démarche de responsabilité sociale d'entreprise du Groupe prend en compte les risques, opportunités et enjeux liés à sa chaîne d'approvisionnement.

L'un des axes prioritaires de la politique RSE est de contrôler et d'améliorer les impacts sociaux et environnementaux de la chaîne d'approvisionnement en :

- déployant une démarche d'évaluation des risques sociaux, humains et environnementaux de ses fournisseurs et filières ;
- renforçant la démarche de contrôle et d'amélioration des fournisseurs des produits à marque propre situés dans les pays à risque, notamment au regard du devoir de vigilance ;
- soutenant les filières de production locales ;
- et en favorisant les démarches RSE des fournisseurs.

8.2.3.1. PLAN DE VIGILANCE

Engagement

Le plan de vigilance du groupe Casino s'appuie sur les engagements qu'il a pris envers ses parties prenantes et les initiatives auxquelles il participe depuis le début des années 2000.

Ainsi, le Groupe a réaffirmé dans sa Charte Éthique Groupe au travers de neuf engagements, son respect des valeurs, principes et droits humains définis dans :

- la Déclaration universelle des droits de l'homme ;
- le Pacte international relatif aux droits civils et politiques ;
- le Pacte international relatif aux droits économiques et sociaux ;
- les huit Conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) portant sur la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective (Conventions n° 87 sur la liberté syndicale et la protection du droit syndical et n° 98 sur le droit d'organisation et de négociation collective) ; l'élimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire (Conventions n° 29 sur le travail forcé, et n° 105 sur l'abolition du travail forcé) ; l'abolition effective du travail des enfants (Conventions n° 138 sur l'âge minimum et n° 182 sur les pires formes de travail des enfants) ; l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession (Conventions n° 100 sur l'égalité de rémunération et n° 111 sur la discrimination).

Il est par ailleurs signataire des :

- 10 principes du Pacte mondial des Nations Unies depuis 2009 qui rappellent ces engagements (dont principe 2 : les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'Homme ; principe 4 : les entreprises sont invitées à éliminer toute forme de travail forcé ou obligatoire ; principe 5 : les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants ; principe 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) ;

- et des Principes d'autonomisation des Femmes "Women's Empowerment Principles" de l'ONU Femmes depuis 2016 (principe 2 : traiter tous les hommes et les femmes de manière équitable au travail – respecter et soutenir les droits humains et agir contre les discriminations) ;
- il soutient les 17 Objectifs de Développement Durable, notamment le numéro 5 en faveur de l'égalité de sexes ; l'objectif 8 sur le travail décent et la croissance économique ; l'objectif 12 sur la consommation et la production responsable.

Membre fondateur d'Entreprise pour les Droits de l'Homme, le groupe Casino soutient les initiatives multisectorielles permettant d'identifier et de prévenir les risques de violations des droits humains, pour la santé et sécurité des travailleurs et de dommages graves sur l'environnement.

Il soutient et participe aux travaux pluripartites :

- du *Consumer Good Forum* menés par le GSCP (*Global Social Compliance Program*) dont il est membre depuis 2007 ; la résolution du CGF pour la lutte contre le travail forcé ; ainsi que le "Cerrado Manifesto statement of support" en faveur de la protection du Cerrado au Brésil afin de lutter contre la déforestation ;
- de l'Initiative Clause Sociale ICS, dont le Groupe est membre depuis 2000 et utilise le protocole d'audit de l'ICS afin de contrôler et d'améliorer les conditions sociales et environnementales de fabrication des usines ;
- du BSCI, dont le Groupe est membre depuis 2017, afin de participer à l'harmonisation des standards et de renforcer ses plans de contrôle ;
- de l'Accord *on Fire and Building Safety* depuis 2012 afin de soutenir le travail collectif pour améliorer les conditions de sécurité dans les usines au Bangladesh, et prendre en compte les spécificités de ce pays ;
- d'ABVTEX, au Brésil, initiative réunissant les acteurs de la distribution généraliste et spécialisée, afin de contrôler et d'améliorer les conditions de fabrication au Brésil.

Les engagements sont promus :

- auprès des collaborateurs au travers de la Charte Éthique Groupe et du Code d'éthique et de conduite des affaires complété en 2017 pour réaffirmer en particulier l'engagement du Groupe dans la prévention et la lutte contre la corruption (voir chapitre 8.1.1) ;
- auprès des parties prenantes, au travers de son soutien aux initiatives mondiales et sectorielles (cf. paragraphe ci-dessus) et de sa stratégie RSE mise en place depuis 2011 ;
- et auprès des fournisseurs au travers notamment de sa Charte Éthique fournisseurs.

Enfin, le groupe Casino entretient un dialogue ouvert et constructif avec ses parties prenantes (cf. chapitre 8.1.6). Ainsi, il a signé dès 2014 un premier Accord sur la RSE avec les quatre organisations syndicales représentatives, qui a été renouvelé en 2016 pour une durée de trois ans. Cet Accord reconnaît, pour les signataires, l'importance :

- d'inciter les fournisseurs à prendre en compte la RSE dans leur propre chaîne d'approvisionnement et à promouvoir leurs offres de produits responsables ;
- de leur devoir de vigilance ;
- et la nécessité de continuer à former les acheteurs aux exigences définies dans la Charte Éthique fournisseurs et à la prise en compte, dans la sélection des fournisseurs, des critères sociaux et environnementaux ; d'auditer les usines des fournisseurs dans les pays dits à risque et de les accompagner, dans la mesure du possible, dans la mise en place de plans d'actions correctives lorsqu'ils sont nécessaires.

Comité Devoir de vigilance

Le groupe Casino a mis en place en 2017 un Comité Devoir de vigilance. Ce Comité est composé de la Secrétaire du Conseil d'administration du Groupe, du Conseiller du Président pour la Sécurité juridique et la Prévention, du Secrétaire général d'AMC, du Directeur des Risques et de la Conformité Groupe, du Directeur de la RSE Groupe, du Directeur des Assurances Groupe, du Directeur de l'Audit et du Contrôle interne Groupe et du Directeur Qualité Groupe.

Le rôle de ce Comité est :

- de s'assurer de la bonne mise en œuvre de la loi française n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et donneuses d'ordre qui vise à identifier et prévenir les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes ainsi que l'environnement, résultant des activités de la société et des sociétés qu'elle contrôle et de sa chaîne d'approvisionnement ;
- de définir la méthodologie et de s'assurer de la mise en œuvre de la cartographie des risques liés aux activités du Groupe et de ses fournisseurs ;
- d'analyser les résultats de la cartographie des risques ;
- de s'assurer de l'existence des plans d'action d'atténuation des risques et de prévention des atteintes graves et d'évaluer leur efficacité ;
- de s'assurer de la mise en place d'un mécanisme d'alerte permettant le signalement d'éventuelles violations.

Le travail de cartographie des risques sera suivi et revu annuellement, afin de prendre en compte l'efficacité des plans d'action du Groupe et les échanges avec les parties prenantes.

La démarche de cartographie des risques de corruption et de mise en place d'un dispositif de prévention et de lutte contre la corruption, conforme aux exigences de la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016, a été menée séparément sous le contrôle du Comité d'éthique Groupe (cf. chapitre 8.1.9).

Cartographie des risques

Afin de renforcer l'analyse des risques liés aux activités du Groupe (cf. chapitre 7.1.2 "Risques opérationnels"), le Comité Devoir de vigilance a défini et déployé une cartographie des risques permettant d'appréhender les risques spécifiques d'atteintes graves portant sur les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité au travail, et les dommages environnementaux liés aux activités directes du Groupe au regard des procédures mises en place. Une évaluation des procédures existantes pour prévenir ces risques a été réalisée au regard des politiques ressources humaines, qualité, achat, RSE et environnementales déployées. Les principaux risques identifiés portent notamment sur les discriminations et les risques liés au non-respect des procédures de référencement des fournisseurs.

Le groupe Casino a établi une cartographie des risques associés à ses fournisseurs. Cette cartographie identifie les risques vis-à-vis des achats marchands (marques nationales et marques propres) et des achats frais généraux du Groupe, qu'ils soient de matériels ou de services.

12 principaux risques ont été pris en compte au regard des activités du Groupe dont le risque de travail d'enfants, de travail forcé, de discrimination, de santé et sécurité des travailleurs, et pour l'environnement le risque de déforestation, et de pollution des sols. Un poids a été attribué à chacun des risques afin de refléter la gravité relative de chacun d'entre eux au regard de l'activité du Groupe.

Le groupe Casino considérant que le risque fournisseur est lié en premier lieu au type de composés qui sont présents dans les produits qu'il achète, la méthodologie employée repose en priorité sur une analyse du risque lié à ces composés. La cartographie prend en compte quatre critères principaux :

- Le nombre de composés présents dans le produit acheté au fournisseur et le niveau de risque de chaque composé au regard des 12 risques évalués : le niveau de criticité propre à chaque composé a été analysé de façon systématique en utilisant des sources documentaires (études internationales, rapports des ONGs, enquêtes, articles de presse) et en s'appuyant sur les expertises internes. 200 composés à risques ont ainsi été identifiés, évalués et classés selon leur niveau de criticité.
- Le pays d'approvisionnement et son niveau de risque au regard du produit et de ses composés éventuels ; le groupe Casino a mis en place depuis plusieurs années une analyse des risques des pays dans lesquels les produits à marques propres sont fabriqués, qui a permis d'évaluer et de prendre en compte pour chaque composé les risques liés au pays de fabrication ou de provenance connue (voir paragraphe "politique de référencement des usines dans les pays à risques").
- Le volume d'achat du produit : la probabilité d'occurrence du risque vis-à-vis du Groupe augmente en fonction du volume.
- Le nombre de fournisseurs par catégorie de produits, considérant que plus les fournisseurs sont nombreux et de petite taille, plus les contrôles des chaînes en amont sont complexes.

Afin d'évaluer le risque global des produits achetés aux fournisseurs au regard du devoir de vigilance, les critères de risque présentés ci-dessus ont été pondérés selon l'ordre d'importance décroissant suivant : la criticité des composés, le pays d'approvisionnement puis le volume d'achat associé et, enfin, le nombre de fournisseurs.

Cette analyse a permis de construire une cartographie des risques des achats du Groupe et de les classer selon leur niveau de criticité.

L'analyse menée a mis en exergue les catégories de produits présentant les risques les plus élevés au regard des 12 risques identifiés compte tenu des composés présents dans les produits, dont :

- les produits contenant de l'huile de palme ;
- les produits liés à l'élevage bovin au Brésil ;
- les produits textiles.

Les fournisseurs concernés constituent le champ d'action prioritaire en matière de vigilance pour l'année à venir.

La mise en place de la cartographie des risques fournisseurs a été présentée au TFT Earth, spécialiste de l'impact des chaînes d'approvisionnements et des matières premières sur l'environnement et la déforestation. La démarche mise en place pour cartographier les risques sera présentée début 2018 aux organisations syndicales représentatives.

Actions d'atténuation et de prévention

Le groupe Casino déploie depuis de nombreuses années des plans de prévention et des programmes d'atténuation des risques visés par la loi française sur le devoir de vigilance, qui sont présentés ci-après. En effet, parmi les risques internes identifiés liés aux activités du Groupe, des programmes de prévention sont mis en place et renforcés depuis plusieurs années pour éviter les risques de violations envers les droits humains, la santé et la sécurité au travail et de dommages environnementaux majeurs, notamment dans le cadre des politiques ressources humaines du Groupe (cf. chapitre 8.2.1.3. portant notamment sur le dialogue social et la politique Santé et Sécurité au travail, chapitres 8.2.1.1 et 8.2.1.2 portant sur la politique diversité du Groupe et en faveur de l'égalité femmes-hommes), sociétales (chapitre 8.2.5 portant sur les politiques de solidarité), achat et qualité (cf. chapitre 8.2.2) et environnementales (chapitre 8.2.4 portant sur la politique environnementale).

Pour les catégories de produits les plus à risque, le groupe Casino déploie auprès de ses fournisseurs, tout particulièrement de textile à marque propre, depuis plusieurs années, des plans de prévention et d'atténuation des risques au sein de sa chaîne d'approvisionnement. De même, les fournisseurs de produits à marque propre contenant de l'huile de palme ou liés à l'élevage bovin au Brésil font l'objet d'actions de prévention des risques d'atteintes graves.

Les fournisseurs du Groupe à marque propre et à marque nationale ayant dans leur portefeuille les composés présentant le niveau de risque le plus élevé identifié dans la cartographie des risques feront l'objet en 2018 d'un plan d'action renforcé ou complémentaire et de suivi.

Mécanisme d'alerte et des recueil des signalements

Le groupe Casino a mis en place un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements relatifs à l'existence ou à la réalisation des risques d'atteintes graves visés par la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017. Tout signalement peut être reporté au groupe Casino en utilisant l'adresse électronique suivante : contact75g@deontologue.com.

Ce dispositif complète celui mis en œuvre en interne à destination des collaborateurs du Groupe (cf. 8.1.9).

Procédure d'évaluation et actions d'atténuation des risques ou de prévention des fournisseurs à marque propre

La Charte Éthique fournisseurs, applicable au sein de la chaîne d'approvisionnement du Groupe, rappelle l'engagement du groupe Casino de promouvoir un commerce responsable et de s'assurer notamment :

- de proscrire toutes pratiques illicites en matière de relations commerciales et l'obligation de se conformer aux lois, principes, normes et réglementations internationales et nationales en vigueur et applicables, ainsi qu'à la politique anti-corruption appliquée par le Groupe ;
- de respecter les droits humains (interdiction du travail des enfants, interdiction du travail forcé, lutte contre les discriminations et mauvais traitements, liberté d'association, rémunération dans le respect des *minima* légaux, etc.), et la santé-sécurité au travail ;
- de privilégier une approche respectueuse de l'environnement notamment quant à l'utilisation optimisée des ressources naturelles, la gestion des déchets, la lutte contre les pollutions, etc.

La diffusion et la signature de la Charte Éthique fournisseurs sont une étape clé du processus de référencement des usines fabriquant des produits à marque propre. En signant cette Charte, le fournisseur reconnaît ainsi la prééminence des principes énoncés dans les textes suivants :

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

Par son adhésion, le fournisseur souscrit aux engagements du Groupe et sauf accord formalisé le recours à la sous-traitance n'est pas autorisé. Cette adhésion implique également de sa part l'acceptation que des vérifications puissent être faites sur le respect de ces engagements suivant les conditions détaillées dans le "Manuel Fournisseur du Programme de Conformité" du groupe Casino.

Politique de référencement des usines dans les pays à risques

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

Elle s'appuie sur une procédure de référencement stricte consistant en l'acceptation de la Charte Éthique fournisseurs, de contrôles externes réalisés par des cabinets d'audit indépendants, et la mise en place des plans d'actions correctives lorsque nécessaire.

La Direction RSE met à jour chaque année une analyse des risques pays et les règles de référencement des sites de fabrication selon le niveau de risque des pays et des secteurs. Cette analyse des risques pays évalue et combine plusieurs indicateurs : le nombre de conventions fondamentales ratifiées par le pays, l'Indice de Développement Humain (HDI) de l'UNDP, le pourcentage de travail d'enfant selon l'Unicef, la prévalence du travail forcé de l'OIT, les Indicateurs de Gouvernance Mondiaux (WGI) de la banque mondiale, l'Indice de Performance Environnementale (EPI) des universités de Yale et Columbia. Elle a été revue en 2017. Elle permet de définir la liste des pays où le *sourcing* du Groupe est autorisé ; interdit ; ou qui fait l'objet de procédures de contrôle renforcées, tels qu'au Bangladesh, en Inde ou en Chine. Ainsi, sur les 105 pays où le *sourcing* est autorisé par le Groupe, 67 pays font l'objet de procédures renforcées.

La procédure de contrôle et d'audit, ainsi que les engagements à respecter par le fournisseur et les sites de fabrication sont présentés dans le "Manuel fournisseur du programme de conformité du groupe Casino – SCOP" remis aux fournisseurs.

Campagne annuelle d'audits sociaux

Le Groupe soutient la mise en place de standards harmonisés et exigeants au niveau national et international. Impliqué depuis 2000 au sein de l'Initiative Clause Sociale (ICS), il a adhéré en 2017 à la Business Social Compliance Initiative (BSCI) et soutient les travaux menés par le Consumer Good Forum au niveau international et notamment sa résolution pour éradiquer le travail forcé. Au Brésil, le Groupe participe également au travers de sa filiale GPA à l'initiative locale

"Associação Brasileira do Varejo Têxtil" (ABVTEX) qui regroupe tous les distributeurs de textile brésiliens. Celle-ci certifie les fournisseurs et sous-traitants nationaux quant au respect de 18 critères d'exigence, dont l'interdiction du travail d'enfants et du travail forcé.

Une campagne d'audits cible annuellement en priorité les usines situées dans les pays les plus susceptibles de présenter des risques de non-respect des droits de l'homme (risque de travail d'enfants, de travail forcé, santé et sécurité des travailleurs...) et des normes du travail et les catégories de produits les plus à risque, avec des audits récurrents notamment en Chine, en Inde et au Bangladesh.

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

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

Suite à son adhésion à la BSCI, le Groupe prend également en compte un certain nombre d'audits dont la méthodologie de mise en œuvre permet d'établir une équivalence avec le processus ICS déjà en place.

Enfin, 116 usines brésiliennes ont été certifiées par l'ABVTEX en 2017.

Accompagnement des fournisseurs

Les audits des sites de production donnent lieu à l'établissement d'un rapport d'audit et, si nécessaire, d'un plan d'actions correctives que les usines concernées s'engagent à mettre en œuvre dans un délai donné. Les bureaux locaux du Groupe jouent un rôle essentiel pour aider les fournisseurs et leurs usines à mieux comprendre les attentes du Groupe et la mise en œuvre des plans d'actions correctives éventuels.

Des audits de suivi internes et/ou externes permettent de s'assurer de la bonne mise en œuvre des actions correctives figurant dans le plan.

Actions de sensibilisation et de formation des acheteurs

La Direction de la RSE mène des actions de sensibilisation récurrentes tant auprès des équipes achats que des bureaux locaux auxquels la Charte Éthique est présentée.

Sur l'ensemble du Groupe, en 2017, environ 89 % des acheteurs concernés ont ainsi été formés ou sensibilisés à nouveau à la démarche d'éthique sociale.

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

Cdiscount a réalisé plusieurs sessions de formation à l'attention de tous les acheteurs de produits à marque propre. GPA organise également des sessions régulières de formation et de sensibilisation. Monoprix a déployé un programme de formation en digital qui a été suivi par une centaine de collaborateurs en 2017.

Actions spécifiques – Bangladesh

Pour tenir compte de la situation particulière du Bangladesh, le Groupe continue à auditer l'intégralité des usines de premier rang travaillant pour ses marques propres de textile dans ce pays. Il a mis en place des audits systématiques non annoncés de préférencement et renforcé ses contrôles sur les conditions de sécurité des usines.

Le groupe Casino, qui ne travaillait pas avec les ateliers du Rana Plaza, a adhéré en juillet 2013 à l'« Accord on Fire and Building Safety », afin de soutenir la démarche collective et collaborative mise en place et de participer ainsi à l'amélioration des conditions de sécurité dans les usines. Les usines produisant pour le Groupe au Bangladesh sont suivies dans le cadre de l'Accord et font l'objet d'audits et de plans d'actions correctives. Le Groupe continuera de soutenir les actions de l'Accord du plan de transition qui entrera en vigueur en juin 2018. Le taux de mise en conformité des usines fournissant le Groupe déclarées à l'Accord s'établit à plus de 80 % fin 2017.

Ces actions permettent d'évaluer la situation des fournisseurs et de déployer les actions de prévention et d'atténuation des risques identifiés.

Procédure d'évaluation et actions d'atténuation des risques ou de prévention des fournisseurs des filières à risque

Filière huile de palme

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

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

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

- obtenir la transparence quant à l'huile de palme utilisée dans ses marques propres alimentaires en identifiant, dans un premier temps, le raffineur ou le premier metteur en marché, afin, à terme, d'avoir une visibilité de la chaîne d'approvisionnement en huile de palme jusqu'aux moulins ;
- utiliser, à terme, une huile de palme sans déforestation et sans exploitation, c'est-à-dire provenant de plantations dont l'exploitation respecte les forêts à haute valeur de conservation ⁽¹⁾, les forêts à haute valeur en carbone ⁽²⁾ et les tourbières ⁽³⁾ ; qui favorise le développement des petits producteurs et respecte les communautés locales et le droit des travailleurs ;
- soutenir les producteurs locaux responsables dans les pays producteurs où le Groupe est présent (Brésil, Colombie) ;
- communiquer les avancées, actions et prochaines étapes mises en place.

Dès 2015, plusieurs actions ont été déployées auprès des fournisseurs à marques propres alimentaires. Ils ont été informés par courrier de la politique huile de palme du Groupe et des séminaires de travail ont été organisés au Brésil afin de les sensibiliser à cette politique. Le Groupe a publié à destination des collaborateurs concernés le « group Casino Palm Oil Procurement » afin de promouvoir la politique du Groupe. Plusieurs réunions de travail ont permis de mobiliser les équipes concernées dans les différentes enseignes. Le Groupe a calculé l'empreinte de l'huile de palme utilisée dans ses produits alimentaires à marque propre et collecté les informations permettant de tracer l'huile de palme jusqu'au premier importateur (nom et adresse) et/ou des raffineurs.

L'empreinte huile de palme des produits alimentaires à marque propre du groupe Casino – Casino, Monoprix, Leader Price – est estimée à 3 610 tonnes (4 900 en 2015). 80 % de l'huile de palme est certifiée RSPO, dont 71 % est ségréguée. Plus de 69 % est traçable jusqu'au premier importateur. Une analyse des engagements « zéro-déforestation » de ces premiers importateurs a été réalisée avec le TFT en 2016 et 2017. Cette analyse porte sur quatre critères primordiaux :

- la politique de l'entreprise sur l'huile de palme ;
- la réputation de l'entreprise en lien avec ses activités liées au palme ;
- la transparence de ses chaînes d'approvisionnement ;
- les actions mises en place pour appliquer sa politique ou améliorer son approvisionnement.

Suite aux résultats de cette analyse, un web séminaire a été organisé en septembre 2016 afin de présenter les résultats aux fournisseurs concernés en France et les engager à promouvoir cette politique auprès des raffineurs identifiés. Les fournisseurs n'apportant pas suffisamment de garantie sont sollicités par le groupe Casino pour s'assurer de la prise en compte des actions nécessaires à une amélioration de leur politique zéro déforestation.

(1) Zones à haute valeur de conservation sont des zones qui contiennent une forte valeur biologique, sociale et culturelle qu'il est important de conserver, en incluant les espèces et habitats rares. Pour plus d'information, <https://www.hcvnetwork.org/>

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

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

Les filiales en Amérique latine sont également fortement mobilisées sur la politique huile de palme.

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

Filière élevage bovin

Conscient des enjeux sociaux et environnementaux liés à la production de bœuf au Brésil, GPA a adhéré dès 2009 au Groupe de Travail sur le Bétail Durable (GTPS). Il est signataire du Pacte national en faveur de l'éradication du travail esclave depuis 2005, et inclut dans les contrats avec les fournisseurs des clauses portant sur la lutte contre le travail infantile. En 2014, le département de gestion des risques de GPA, en lien avec le département RSE, a mis à jour la cartographie des risques sociaux et environnementaux dans les chaînes d'approvisionnement de GPA. La viande bovine ayant été identifiée comme présentant un fort niveau de risque, GPA a lancé en 2015, avec l'aide du TFT, une étude afin de cartographier l'ensemble de ses fournisseurs de viandes de bœuf, d'identifier la provenance, la traçabilité, les conditions d'élevage et les risques potentiellement présents.

La politique d'achat de viande bovine a été lancée en mars 2016, en partenariat avec le TFT.

Dans le cadre de cette politique, GPA s'engage à :

- promouvoir ses engagements auprès de ses fournisseurs (plus de 20 réunions ont été organisées avec les fournisseurs en 2017) et met à disposition un manuel de procédure et de présentation de la politique de GPA ;
- identifier la localisation précise des fermes directes qui livrent les fournisseurs de GPA ;
- vérifier que les fermes ne se situent pas dans des zones à risque ;
- intervenir si tel était le cas.

Afin de tracer l'information, et notamment les fermes (rang 2), GPA utilise l'outil "Safe Trace" : les fournisseurs directs ont été invités à intégrer les données de leurs fermes dans cet outil afin de permettre le suivi de la traçabilité de la viande bovine et s'assurer que la chaîne d'approvisionnement n'est pas liée à la déforestation, au travail forcé ou à l'exploitation de terres indigènes. Les trois principaux fournisseurs de GPA ont adhéré à cette politique ainsi que la majorité des petits fournisseurs. Aussi, plus de 98 % du volume de viande bovine provient de fournisseurs ayant mis en place un programme de contrôle d'origine de la viande. Sept fournisseurs ont refusé d'adhérer à cette politique de traçabilité et ne peuvent plus travailler pour GPA.

Les fournisseurs directs déclarent dans Safe Trace la localisation des fermes directes d'où les bovins proviennent permettant ainsi de s'assurer que l'origine est conforme à la politique de GPA. En effet, l'outil Safe Trace peut géolocaliser les fermes et connaître la situation socio-environnementale de la ferme, grâce aux partenariats mis en place. Dans le cas où les fournisseurs ne disposent pas des informations de géolocalisation des fermes, GPA a mis en place un partenariat avec l'association "Aliança da Terra" et la société Bovcontrol qui permet au travers d'une application "producing Right" de récupérer les informations de géolocalisation et d'obtenir une analyse de la situation environnementale des fermes.

Depuis le lancement du programme, plus de 7 451 fermes directes ont été identifiées. Plus d'informations sont disponibles sur www.gpabr.com/en/sustainability/transforming-the-value-chain/

En Colombie, Éxito travaille à la mise en place d'une politique bovine responsable en collaboration avec WWF, Climate Focus, la Fundación Natura et la Nueva Federación de Ganaderos (Fédération des éleveurs de Bétail). L'objectif est de développer les capacités de production des élevages tout en garantissant une utilisation durable des sols et protégeant les écosystèmes. Ainsi, des exigences techniques spécifiques ont été définies afin de contrôler les exploitations de bétail sur un ensemble de thématiques telles que la conservation des ressources hydriques. En 2017, Éxito a commercialisé dans son enseigne Carulla des viandes certifiées par *Rainforest Alliance* permettant de garantir des pratiques durables.

Filière pêche

La filière des produits de la mer, tout particulièrement liée au thon en conserve à marque propre, présente des risques élevés quant aux conditions de travail et à l'approvisionnement (surpêche). Aussi, pour favoriser une pêche plus durable, le Groupe Casino s'engage à :

- lutter contre la pêche illicite en s'assurant que les bateaux de pêche fournissant les enseignes ne sont pas sur la liste des navires de l'INN (illicite, non déclarée, non réglementée) ;
- améliorer la traçabilité et les bonnes pratiques de pêche en :
 - incitant les fournisseurs à adhérer à l'ISSF (*International Seafood Sustainability Foundation*) et à utiliser des poissons pêchés par des bateaux inscrits sur le PVR (*Proactive Vessel Register*),
 - interdisant les techniques de pêche les plus destructrices et notamment la pêche à la palangre,
 - définissant un cahier des charges responsable : pour sa marque Casino, des thons albacore entiers et supérieurs à 20 kg sont utilisés, permettant à la fois une meilleure traçabilité et d'éviter la prise de juvéniles ;
- favoriser un approvisionnement durable en thon sur les boîtes de conserve à marque propre Casino et tous les jours avec pour courant 2018 les objectifs suivants :
 - *a minima* 60 % du thon albacore est pêché sur bancs libres (sans DCP). Le restant est pêché soit à la canne, soit dans le cadre d'un FIP (*Fishery Improvement Project*), programme mettant en place une gestion durable de la ressource,
 - *a minima* 20 % du thon listao est pêché sur bancs libres et au moins 50 % dans le cadre d'un FIP ;

- répartir les approvisionnements dans les différentes zones de pêche de manière à limiter la pression sur les stocks ;
- permettre de consommer de façon plus responsable en :
 - améliorant l'information au consommateur (indication de l'espèce et de l'océan de pêche sur les boîtes),
 - adaptant l'offre en magasins en fonction des ressources disponibles ;
 - ne développant pas l'offre à base de thon albacore.

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

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

De même, le Groupe s'est engagé depuis de nombreuses années dans une démarche d'amélioration de son offre marée. Casino a pris plusieurs mesures depuis 2007 en faveur des ressources halieutiques, notamment en arrêtant progressivement de commercialiser les principales espèces de grand fond menacées : empereur, lingue bleue, sabre, grenadier, brosmes et, depuis fin 2016, requins-hâ et requins peau bleue. D'autres espèces menacées ne sont pas commercialisées telles que l'aiguillat Atlantique Nord-Est, les anguilles, les civelles et le thiof. Enfin, compte tenu de l'impératif de la reconstitution des stocks mis en évidence par les avis scientifiques, Casino s'engage, dès 2018, à ne plus vendre de bar (*Dicentrarchus labrax*) de pêche en provenance de la zone Nord (mer du Nord, Manche et mers celtiques) et à limiter ses approvisionnements du Golfe de Gascogne et de Méditerranée à la seule pêche à la ligne, ceci durant les mois de février et mars, sa période de reproduction. Ces décisions responsables favorisent le renouvellement de cette espèce.

Cette politique est partagée et soutenue par les autres enseignes du Groupe. À titre d'exemple, Éxito a arrêté la commercialisation des espèces menacées, et s'engage dans la protection des espèces de poissons d'eau de mer et de rivières en danger d'extinction. La filiale colombienne s'assure, par exemple, du respect des quotas de pêche locale. En 2017, il a sélectionné 1 000 familles de pêcheurs qui pratiquent la pêche artisanale garantissant que les poissons sont pêchés dans les zones autorisées et respectent la taille minimale autorisée des poissons pour garantir l'avenir des espèces.

8.2.3.2. FAVORISER LES DÉMARCHES RSE DES FOURNISSEURS

Entretenir des relations de proximité avec les PME

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

En France, le groupe Casino, a développé plusieurs initiatives à destination des fournisseurs dans ce sens. Il a nommé un

réfèrent PME afin de faciliter les relations avec la centrale de référencement, ainsi qu'un médiateur pour les différends commerciaux. Le Groupe participe aux travaux de la FEEF et de l'ANIA (Association nationale des industries alimentaires), du Club d'Entreprise Agro-développement et soutient le *think tank* "Open Agrifood", spécialisé dans les innovations de la filière agroalimentaire, qui a organisé un forum sur le thème "Alimentation et valeurs" en 2017. Le Groupe organise des rencontres semestrielles dans le cadre du forum PME afin de prendre en compte les attentes et les problématiques des PME sur leurs marchés.

Conscient que les PME renforcent son ancrage local et la dynamique de l'emploi dans les régions, tout en renforçant la différenciation des enseignes (assortiments, image), le groupe Casino a soutenu et signé dans le cadre des États généraux de l'alimentation, la "charte d'engagement pour une relance de la création de valeur et pour son équitable répartition au sein des filières agroalimentaires françaises" aux côtés de l'ANIA, la FCD, COOP de France et la FEEF. Enfin, le Groupe soutient le label "entrepreneurs engagés", développé par la FEEF, afin de promouvoir les PME auprès des consommateurs en les rassurant sur l'origine et la fabrication des produits, et en contribuant à donner du sens à leurs actes d'achat. Le Groupe a été récompensé par la FEEF (Fédération des entreprises et entrepreneurs de France) avec un prix des Grés d'or, qui valorise les partenariats entre les PME et les enseignes de la distribution, pour le développement de l'offre de vrac "Juste Bio".

Le Groupe entretient aussi un dialogue régulier avec les filières : il a signé la "Charte laitière des valeurs" proposée par la Fédération nationale des producteurs de lait afin de garantir la transparence sur le prix du lait et l'accord "Cœur de gamme" avec la Fédération Nationale Bovine (FNB) pour les races à viande qui vise à mieux valoriser les animaux de race à viande, dans une dénomination "cœur de gamme". Le groupe Casino s'engage à tenir compte du coût de production de l'éleveur et à valoriser en magasin cette offre.

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

Évaluer la performance RSE et environnementale

Afin d'accompagner les fournisseurs dans leurs démarches RSE, le groupe Casino incite ses fournisseurs en France à :

- autoévaluer leurs pratiques RSE en utilisant la plateforme mise en place avec les quatre organisations professionnelles que sont l'ANIA, la FEEF, COOP de France et la FCD dont le Groupe est membre. Ce portail d'autoévaluation RSE des fournisseurs www.valo-rise.com a pour objectifs de rendre plus accessible la démarche d'autoévaluation RSE des fournisseurs, de la TPE aux très grands groupes internationaux, grâce à une saisie unique des données ; d'optimiser l'autoévaluation RSE des fournisseurs avec un référentiel unique, basé sur l'ISO 26000 ; de faciliter le pilotage des démarches RSE ; et de valoriser l'engagement RSE de l'ensemble des acteurs de la chaîne. Mise en place en 2017, cette autoévaluation permet d'appréhender le niveau de maturité des fournisseurs. 180 fournisseurs du groupe Casino ont autoévalué leur politique RSE en 2017 ;

- calculer l'impact environnemental des produits en utilisant la plateforme www.mieuxproduire.fr mise en place par la centrale d'achats du Groupe. Cet outil permet aux industriels de l'agroalimentaire de collecter et de calculer les indices environnementaux de leur produit en respectant les recommandations de l'ADEME. Il calcule l'impact en termes de gaz à effet de serre et d'eutrophisation. En effet, le Groupe a été l'un des pionniers de l'affichage environnemental des produits (indice carbone et indice environnemental). Fort de cette expertise, il a développé un outil permettant à ses fournisseurs à marque propre d'évaluer l'impact environnemental de leurs produits et d'identifier les pistes d'optimisation (cf. chapitre 8.2.2.3. "Promouvoir les produits responsables"). Cet outil est mis à disposition des industriels. Plus de 150 industriels l'utilisent ;

Enfin, le groupe Casino avec sa centrale d'achats engage un dialogue constructif avec ses principaux fournisseurs à marque nationale afin de partager les objectifs RSE et les priorités, et/ou de mettre en place des projets de collaboration. À titre d'exemple, deux projets en faveur des jeunes défavorisés ont été déployés en 2017, respectivement avec le groupe Danone par la mise en place d'une opération de produits partagés au profit de Sport dans la Ville, principale association d'insertion des jeunes par le sport et Coca-Cola au profit de jeunes créateurs d'entreprise soutenus par Nos Quartiers ont du Talent.

8.2.3.3. SOUTENIR LES PRODUCTEURS LOCAUX ET LES FILIÈRES AGRICOLES

Des partenariats de filière de long terme

Le Groupe a développé plusieurs partenariats avec des coopératives et les filières agricoles.

Casino a lancé des filières dédiées en Génisse Primeur avec les coopératives Altitude, Feder Sicarev et Arcadie. Ces partenariats permettent de mettre en place des contrats tripartites à long terme, portant sur des volumes d'achats et des prix stables fondés sur les coûts réels de production, et d'avoir des produits de qualité avec une traçabilité totale. Les volumes ainsi contractualisés représentent près de 30 % des volumes de viande bovine en fonds de rayons.

Le Groupe soutient depuis 2013 les producteurs de lait des Monts du Forez, qui se sont trouvés en difficulté suite à l'arrêt de l'activité de leur transformateur, en commercialisant le "Lait des éleveurs du Monts du Forez". Franprix commercialise également le lait Cant'Avey'Lot sous la marque "Lait de la vallée du Lot" répondant au cahier des charges de la Charte "Bleu Blanc Cœur". Le groupe Casino a aussi repris en mai 2015 un site de conditionnement de volailles qui a permis de créer une filière volaille intégrée 100 % française. En 2017, le Groupe a signé un nouveau contrat pluriannuel pour valoriser les fromages de qualité AOP, IGP de Savoie.

À l'international, Éxito en Colombie s'est engagé à soutenir les producteurs locaux en créant des partenariats avec des ONG et structures reconnues telles que la Clinton Foundation,

Salva Terra Fundación qui ont bénéficié en 2017 à plus de 1900 producteurs. Les petits producteurs bénéficient d'un programme d'accompagnement (assistance technique, amélioration de la productivité, gestion des livraisons...) et d'une garantie d'achat de leurs produits au meilleur prix, contribuant au développement économique et social local. En 2017, 92 % des fruits et légumes commercialisés dans les enseignes du Groupe Éxito proviennent de Colombie dont 82 % achetés localement et directement auprès d'environ 670 petits producteurs nationaux. Enfin, Éxito continue le déploiement de son programme de formation à destination de ses fournisseurs en partenariat avec l'Université EAFIT : 500 employés de PME ont reçu le "Diplomado de Fortalecimiento en la Gestión Empresarial", venant renforcer leurs connaissances dans le domaine de la gestion d'entreprise.

Au Brésil, GPA continue de développer le programme "Caras do Brasil" qui permet à des coopératives artisanales de vendre leurs produits au sein des magasins Pão de Açúcar. Des critères sociaux et environnementaux sont pris en compte lors de la sélection des producteurs de cette gamme de produits régulièrement mise en avant en magasins. Le programme "Quality from the source" permet d'impliquer des fournisseurs de fruits, légumes et œufs afin de contrôler en amont l'utilisation des pesticides, les conditions de transport et de stockage des produits.

De meilleures pratiques agricoles

Dès 1999, Casino a lancé sa propre marque de produits frais traditionnels, "Terre et Saveurs", appuyée par un référentiel qui encourage les bonnes pratiques agricoles (analyse des sols, traitements adaptés et limités aux stricts besoins des plantes...).

Le groupe Casino développe également des marques propres proposant de meilleures pratiques agricoles sous la démarche "Agriplus" de Casino et "TOUS CULTIV'ACTEURS" de Monoprix.

En 2016, la démarche Agriplus issue de collaborations avec les partenaires de Casino déjà engagés dans l'agroécologie, vise à développer et à valoriser des initiatives agricoles innovantes, vertueuses pour l'environnement, pour les producteurs et pour les consommateurs. Cette démarche globale intègre l'ensemble des pratiques agricoles et aquacoles (cultures, élevages et aquaculture).

Elle s'articule autour de quatre axes :

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

Les produits bénéficiant de la démarche sont identifiés par le logo Agriplus facilement identifiable par le consommateur.

Monoprix a lancé le projet "TOUS CULTIV'ACTEURS" qui vise à promouvoir un modèle agricole plus durable, notamment plus respectueux des pollinisateurs. Un accord de trois ans est mis en place avec 38 fournisseurs partenaires, regroupant plus de 500 producteurs, autour d'un cahier des charges co-construit avec le label BEE FRIENDLY® et des experts du monde agricole. L'ambition est d'accompagner les agriculteurs dans une démarche de progrès vers la labellisation de leurs produits par BEE FRIENDLY®. Ce référentiel très exigeant comporte notamment une liste noire de pesticides interdits afin de protéger les pollinisateurs, ainsi qu'un ensemble de bonnes pratiques agricoles pour favoriser la biodiversité sur les exploitations, concevoir des systèmes de production plus résilients et moins demandeurs en produits phytosanitaires et mettre en place des partenariats avec les apiculteurs locaux.

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

La promotion des produits locaux

Engagées auprès des producteurs locaux, les enseignes du Groupe développent et valorisent ces gammes de produits.

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

Depuis 2011, Casino a lancé une gamme intitulée "le Meilleur d'ici" qui comprend des produits locaux fabriqués dans un rayon d'environ 80 km, autour des supermarchés Casino et hypermarchés Géant. En 2017, le Groupe a créé et lancé la plateforme de mise en relation entre les producteurs locaux et les magasins de proximité (Casino Shop, Spar, Vival..) dénommée 1000PRO. L'objectif est de favoriser la distribution des productions agricoles en circuits courts, en permettant aux producteurs de proposer leurs produits aux magasins de leur périmètre et de leur choix.

Monoprix propose sur l'ensemble du territoire français une offre "Made in pas très loin", produits fabriqués à moins de 100 km du magasin, qui représente plus de 4 300 références en 2017 (épicerie, liquides, frais, surgelés).

Vindémia déploie également le concept et soutient ainsi près de 800 producteurs et éleveurs locaux en continuant à développer "Le Meilleur d'ici" et à soutenir les labels "Nou la fé" et "Produits péi".

Pour soutenir la pêche artisanale, Casino continue le déploiement du concept "La Criée" en développant des partenariats avec de nombreux ports d'Atlantique et de Méditerranée. Des moyens de distribution journaliers ont été spécifiquement mis en place pour livrer quotidiennement les magasins en produits de la marée en direct des ports, avec

une coopération de petites entreprises de pêches. Monoprix déploie sa démarche "pêche côtière Monoprix" qui permet la vente de poissons issus d'une pêche plus respectueuse de l'environnement et du renouvellement des espèces. Les magasins Casino et Monoprix proposent des références certifiées par le label MSC (*Marine Stewardship Council*), qui garantit une pêche plus durable.

8.2.3.4. VEILLER AU BIEN-ÊTRE ANIMAL

Principes d'action

Soucieux de proposer des produits plus respectueux du bien-être des animaux, le groupe Casino agit en collaboration avec ses fournisseurs et les filières de production depuis plusieurs années, ainsi que les organisations de protection animale.

Pour favoriser une dynamique de progrès, le groupe Casino valorise le dialogue avec les différentes parties prenantes, incluant les ONG, les vétérinaires, les fournisseurs et filières de production, les consommateurs et collaborateurs. Il souhaite par ces démarches, améliorer et enrichir l'offre de produits plus respectueux du bien-être animal présente en rayon et permettre à ses clients de consommer des produits de meilleure qualité et garantissant de meilleurs traitements des animaux d'élevage.

La démarche initiée consiste à la fois à contrôler les conditions d'élevage, de transport et d'abattage, et à accompagner les filières vers de meilleures pratiques, plus respectueuses du bien-être animal.

Conscient que l'information du consommateur sur le bien-être animal des produits proposés en rayon est indispensable à l'amélioration des conditions de vie des animaux, le Groupe développe un projet d'étiquetage, en collaboration avec trois organisations reconnues de la protection animale. Ce projet a pour objectif d'élaborer une solution qui contribue à la mise en place d'un affichage harmonisé en France. Le Groupe entend ainsi inciter les consommateurs à choisir les produits les plus respectueux du bien-être animal.

La démarche du Groupe en faveur du bien-être animal s'inscrit dans une dynamique inclusive d'innovation et de progrès, impliquant les différents acteurs concernés :

- L'amont : le Groupe s'attache à entretenir un dialogue constructif avec l'amont (élevages et abattoirs), avec l'objectif d'améliorer les pratiques en continu.
- Les acteurs de la protection animale : le Groupe est accompagné par des ONG partenaires – La Fondation Droit Animal (LFDA), *Compassion in World Farming* (CIWF) France et l'Œuvre d'Assistance aux Bêtes d'Abattoirs (OABA).
- Des vétérinaires : le Groupe s'appuie également sur des experts pour une meilleure prise en compte des enjeux du bien-être animal tout au long de la chaîne d'approvisionnement.
- Les consommateurs : le groupe Casino a à cœur la qualité de ses produits et s'applique à mieux informer les consommateurs sur le bien-être animal qui en est une des composantes essentielles.

- Les magasins : les magasins des différentes enseignes du groupe Casino participent à la mise en valeur des produits issus des filières plus respectueuses du bien-être animal.
- Les collaborateurs du Groupe : le Groupe souhaite porter une attention particulière à ses collaborateurs en les sensibilisant aux enjeux du bien-être animal.

Afin de développer sa politique de bien-être animal, le groupe Casino s'appuie sur la reconnaissance des cinq libertés fondamentales énoncées par le *Farm Animal Welfare Council* et admises comme une référence en la matière.

La stratégie de bien-être animal est définie par le Comité stratégique RSE, comprenant 12 membres dont huit du Comité exécutif du Groupe.

En France, la conduite de la politique est assurée par un Comité de pilotage bien-être animal, composé d'une équipe pluridisciplinaire impliquant toutes les parties prenantes concernées :

- Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) ;
- Qualité – dont un référent bien-être animal ;
- Achats ;
- Marketing.

Le Comité de pilotage bien-être animal a pour objectifs :

- d'assurer la coordination opérationnelle de la politique ;
- d'effectuer de la veille et du benchmarking ;
- de définir des indicateurs clés de performance spécifiques au bien-être animal ;
- d'assurer un suivi régulier des progrès ;
- de capitaliser sur les bonnes pratiques observées ;
- de définir des plans d'amélioration.

Engagement

En France, le groupe Casino s'engage pour ses marques propres à :

- définir des impératifs minimaux de bien-être animal applicables à ses marques propres, pour les filières viande, œuf, lait, poisson pour les stades élevages, transport et abattage ;
- définir des plans d'actions par filière pour améliorer progressivement le bien-être animal par filière : viande, œuf, lait, poisson ;
- enrichir l'offre produits plus respectueuse du bien-être animal ;
- améliorer la procédure d'audit fournisseurs sur le bien-être animal, en commençant par le contrôle des conditions d'abattage pour la filière viande ;
- améliorer l'information du consommateur en développant et testant un étiquetage relatif au bien-être animal dans ses magasins, et en participant à la mise en place d'un étiquetage national harmonisé sur le bien-être animal en France.

Conformément à la réglementation française, l'usage d'antibiotiques comme promoteurs de croissance et le recours aux farines animales pour la nourriture des animaux d'élevage sont proscrits.

Filière œuf

Le Groupe s'est engagé à améliorer les conditions d'élevage des poules pondeuses.

Le Groupe est la première enseigne de distribution en France et au Brésil à s'être engagée à arrêter la commercialisation des œufs de poules élevées en cages, prenant ainsi les engagements les plus ambitieux du secteur :

- En France, dès 2013, sa filiale Monoprix a arrêté de commercialiser les œufs de poules élevées en cages pour sa marque propre, puis en 2016 pour les marques nationales. En 2017, les enseignes Casino, Franprix et Leader Price ont pris un engagement similaire pour 2020.
- Au Brésil, sa filiale GPA s'est engagée à ne plus commercialiser d'œufs de poules élevées en cages d'ici 2025 sur ses marques propres dans le respect des conditions sanitaires et des réglementations définies par le ministère de l'Agriculture Brésilien. GPA est la seule enseigne de distribution à s'être engagée au Brésil.

En 2017, GPA a lancé une gamme d'œufs de poules élevées hors cages qui vient compléter ses gammes bio et élevées en plein air.

Filière lait

Le groupe Casino propose dans toutes ses enseignes du lait issu de l'agriculture biologique sous ses marques propres, ainsi que d'autres laits offrant de meilleures garanties sur ses marques propres :

- Casino soutient aussi le "Lait des éleveurs des Monts du Forez" qui offre de meilleures conditions d'élevage. Dans ces petites exploitations familiales des Monts du Forez, les vaches sont nourries essentiellement d'herbe et pâturent plus de six mois par an, dans des prairies situées à plus de 700 mètres d'altitude.
- Franprix propose le lait Cant'Avey/Lot sous la marque "Lait de la vallée du Lot" issu d'une production locale de 30 éleveurs du Cantal, de l'Aveyron et du Lot, et répondant au cahier des charges de la Charte "Bleu Blanc Cœur".

Améliorer les conditions d'abattage

Le Groupe a mis en place un programme de contrôle des abattoirs dès 2015 : plus de 60 % des approvisionnements en viande bovine du Groupe proviennent d'abattoirs qui ont été audités : ces audits permettent de s'assurer de la prise en compte du bien-être animal et que tout est fait pour limiter les souffrances de l'animal notamment sur des postes clés tels que le transport, l'étourdissement et la mise à mort.

Améliorer l'information du consommateur

Avec ses partenaires LFDA, CIWF France et OABA, le groupe Casino a pour objectif de développer et tester les modalités d'un projet d'étiquetage relatif au bien-être animal, dans le but d'élaborer une solution qui puisse contribuer à la mise en place d'un affichage harmonisé.

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

8.2.4.1. POLITIQUE ENVIRONNEMENT

Engagement

Le Groupe a adhéré dès 2009 au Pacte mondial des Nations unies et a défini ses priorités environnementales dans sa démarche de progrès RSE.

Afin de répondre au défi des dérèglements climatiques, le groupe Casino soutient et met en œuvre sa politique environnementale en prenant en compte :

- les objectifs de la Conférence des Nations unies sur le Climat de 2015 (COP 21) ;
- les objectifs de Développement Durable des Nations unies ;
- les objectifs du Protocole de Montréal ;
- les réglementations nationales telles que la loi de transition énergétique pour la France ;
- les recommandations de l'Ademe (feuilles de route 2030-2050) ;

Il s'engage ainsi à mettre en place une stratégie bas carbone alignée avec les objectifs de l'Accord de Paris (scénario 2 °C).

Cette stratégie consiste notamment à :

- réduire la consommation en ressources naturelles non renouvelables du Groupe ;
- lutter contre la pollution et le gaspillage de matières premières, en recyclant les déchets au travers de l'économie circulaire locale ;
- protéger les habitats naturels en diminuant les pressions exercées sur la biodiversité.

Le Groupe est signataire de :

- la Charte Paris Action Climat et de la Charte en faveur d'une logistique urbaine durable mises en place par la Mairie de Paris ;
- la convention entre l'État et la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) prévoyant d'ici à 2020 de fermer avec des portes 75 % des meubles frigorifiques destinés aux produits frais ;
- du Statement of Support "du Manifeste du Cerrado" et de l'initiative TFA 2020, au travers de sa filiale Grupo Éxito, afin de lutter contre la déforestation.

Organisation

Pour piloter cette démarche, le Groupe a renforcé en 2012 son organisation en créant au sein de la Direction RSE, une Direction Environnement en charge de la coordination des priorités environnementales, du partage des bonnes pratiques et du *monitoring* des plans d'action. Chaque entité du Groupe a la responsabilité de mettre en place localement l'organisation et les plans d'action nécessaires pour atteindre les objectifs définis, en prenant en compte les spécificités locales.

Les filiales ont la responsabilité de :

- décliner les priorités du Groupe en matière d'environnement ;
- mettre en œuvre un système de management environnemental s'appuyant sur les indicateurs environnementaux nécessaires au pilotage des plans d'actions des priorités définies. Les performances sont partagées avec les responsables et les collaborateurs de chaque entité concernée et font l'objet d'une revue annuelle par la Direction RSE avec les membres du Comité de direction de chaque unité.

Ainsi, les magasins s'engagent à :

- réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) ;
- améliorer leur efficacité énergétique ;
- réduire et valoriser leurs déchets.

8.2.4.2. DÉMARCHE DE SENSIBILISATION

À destination des collaborateurs du Groupe

Les collaborateurs sont sensibilisés aux enjeux environnementaux par des guides de bonnes pratiques, des séminaires et conférences, et des supports de communication interne (intranets, journaux internes) qui permettent d'expliquer les enjeux du réchauffement climatique, de la gestion des déchets, des économies d'énergie, de la biodiversité et du gaspillage alimentaire. Plusieurs outils sont à disposition des collaborateurs dont le guide des Écogestes en magasin pour limiter les consommations d'énergie, trier les déchets et réduire le gaspillage alimentaire ; la brochure 12 solutions du groupe Casino diffusée aux collaborateurs afin de promouvoir les bonnes pratiques et réalisée pour la COP 21 ; le guide du froid durable réalisé en collaboration avec l'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) afin de sensibiliser les équipes techniques à la réduction des gaz à effet de serre générés par le froid commercial et d'identifier les solutions à mettre en œuvre pour un froid commercial bas carbone.

À destination de ses parties prenantes externes

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

À l'international, Éxito soutient et participe aux campagnes "Limpiemos Colombia" ("Nettoyons la Colombie") en partenariat avec le ministère de l'Environnement et du Commerce et le WWF dont le but est de sensibiliser la population au recyclage des déchets. Au Brésil, l'enseigne Assaí incite ses clients à rapporter leurs emballages pour qu'ils soient recyclés et offre aux clients la possibilité de bénéficier de réductions sur leur facture d'électricité.

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

8.2.4.3. STRATÉGIE BAS CARBONE POUR LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Les principaux postes d'émission de gaz à effet de serre du Groupe sont :

- les émissions directes fugitives des installations frigorifiques (90 % des émissions du scope 1) ;

■ Gaz à effet de serre (GES)

Valeur absolue des émissions GES (en ktonnes eq CO ₂)	Groupe 2016	Groupe 2017	France	Brésil	Colombie	Autres ⁽¹⁾
Scope 1* : émissions directes des combustions et des fluides réfrigérants	1 120	989	481	440	-	63
Scope 2** : émissions indirectes générées par l'énergie consommée	410	403	105	178	85	35
Scope 3*** : estimation des émissions indirectes autres	30 000	30 000				

* Le taux de couverture global pour le scope 1 en m² de surface de vente est de 81 % en 2017 excluant les émissions liées aux fluides réfrigérants et climatisation de Franprix et Éxito (94 % en 2016). À périmètre comparable, les émissions directes des combustions et fluides réfrigérants ont augmenté de 9 %.

** Le taux de couverture global pour le scope 2 en m² de surface de vente est de 98 % en 2017 - périmètre comparable.

*** Le Groupe a réalisé plusieurs études afin d'estimer l'impact du scope 3. En 2012, avec l'appui d'un cabinet de conseil spécialisé, le groupe a calculé le scope 3 pour le périmètre Casino. Puis, en 2016, une étude a été réalisée sur l'impact Biodiversité du groupe en France en lien avec l'Institut Fayol de Saint Etienne et a permis de confirmer cet impact. Enfin, en 2017, le groupe a calculé, à partir des données internes d'achat et des facteurs d'émission, cet impact pour la France. A partir de ces études, des extrapolations ont été réalisées sur le périmètre du groupe. Les émissions de Gaz à Effet de Serre sur ce scope qui comprennent les émissions liées aux produits vendus en magasins sont estimées à environ 30 millions de tonnes eq.CO₂ par an. Cette estimation sera affinée d'ici 2020.

(1) Argentine et Uruguay.

Politique

Les objectifs de réduction de gaz à effet de serre sont définis en cohérence avec la trajectoire 2 °C définie par l'Accord de Paris de 2015.

■ Réduction des émissions liées aux fluides réfrigérants (scope 1)

Pour être en mesure de respecter le protocole de Montréal, le Groupe s'engage à réduire de 18 % des émissions fugitives des fluides réfrigérants à fort pouvoir de réchauffement climatique d'ici 2025 par rapport à 2015.

À cette fin, le Groupe a réalisé un guide de recommandations à l'attention des équipes techniques pour la mise en œuvre d'un froid commercial bas carbone.

Les principales actions mises en place permettent :

- de renforcer le confinement des circuits des installations existantes par la mise en service d'une maintenance préventive basée sur la surveillance du niveau de fluides dans les circuits ;
- d'augmenter la part des fluides à faible pouvoir de réchauffement climatique (hydrocarbures, CO₂, NH₃) dans les installations neuves.

- les émissions indirectes liées aux consommations d'électricité (100 % des émissions du scope 2) ;
- les émissions indirectes liées aux achats de produits vendus en magasins et de services, au transport des marchandises, au transport des personnes, au traitement des déchets (émissions du scope 3).

Performance

Le Groupe s'est engagé à réduire d'ici 2020 de 20 % les émissions de gaz à effet de serre des scopes 1 et 2, par mètre carré de surface de vente par rapport à 2012.

En France, les supermarchés Casino et les magasins Monoprix réduisent leur charge initiale en fluides HFC en mettant en service des installations frigorifiques hybrides produisant leur froid négatif avec des fluides naturels neutres pour le climat. Les dernières installations neuves de Monoprix et Casino Proximité privilégient des installations frigorifiques fonctionnant à 100 % en fluides naturels (CO₂ ou hydrocarbures).

En Amérique du Sud, depuis 2017, GPA et Éxito expérimentent avec leurs partenaires techniques des installations du même type en vue de les déployer.

■ Réduction des émissions indirectes liées à l'énergie (scope 2)

La priorité est donnée à l'amélioration de l'efficacité énergétique des magasins et à la décarbonation de l'électricité consommée par le développement de l'autoconsommation en électricité d'origine renouvelable produite à partir des panneaux solaires installés sur les toitures ou les ombrières des magasins (cf. chapitre 8.2.4.4).

■ Réduction des autres émissions indirectes (scope 3 – toutes autres émissions)

Les postes significatifs d'émission par ordre décroissant sont :

- les produits vendus (hors essence) ;
- les carburants vendus ;
- la mobilité client ;
- le transport des marchandises ;
- les déplacements domicile travail des salariés.

Les produits vendus représentant le principal poste d'émission, la mise en œuvre d'une stratégie bas carbone nécessite d'accompagner l'évolution des modes de production et de consommation vers des produits bas carbone.

Pour atteindre cet objectif, le Groupe soutient, depuis plusieurs années, des modes de production écologique utilisant moins d'engrais de synthèse et en faveur d'une alimentation plus végétalisée pour un meilleur équilibre nutritionnel (cf. chapitre 8.2.2.3 "Commerçant responsable").

Par ailleurs, le Groupe s'engage à réduire les émissions générées par le transport de marchandises en utilisant les leviers d'actions suivants :

- la réduction des kilomètres parcourus ;
- l'augmentation des charges transportées par livraison ;
- le recours aux modes de transports alternatifs à la route (ferré, fluvial) ;
- la modernisation de la flotte de véhicules (GNV, hybride, Euro VI) ;
- l'utilisation de carburants bas carbone comme le biométhane ;
- la formation à l'éco-conduite.

En France, Franprix livre ses magasins parisiens en privilégiant le mode fluvial sur la Seine et poursuit la modernisation de sa flotte de camions en Euro VI. Monoprix soutient l'utilisation du biométhane comme carburant pour ses camions motorisés au gaz. Casino confie 98 % de ses livraisons centre-ville à des camions conformes aux dernières normes de pollution atmosphériques (Euro V, VI) et équipés d'un système de refroidissement par azote particulièrement silencieux. La propulsion au GNV (gaz naturel de véhicule) réduit de 85 % les émissions en particules fines et de 60 % les gaz

à effet de serre lorsque ce gaz est d'origine biologique. La généralisation des supports de manutention empilables permet depuis plusieurs années d'améliorer le taux de chargement des camions.

À l'international, GPA poursuit la modernisation des véhicules par des camions moins émetteurs en CO₂ et en particules fines. L'utilisation de remorques doubles ponts pour augmenter les charges transportées par livraison et réduire les distances parcourues est en cours d'expérimentation. En Colombie, Éxito a diminué les distances parcourues en augmentant les capacités de chargement des camions livrant ses magasins, et a centralisé la coordination des flux import pour optimiser le taux de remplissage des conteneurs.

■ Adaptation au changement climatique

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

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

8.2.4.4. RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS EN RESSOURCES NATURELLES

Énergie

Performance

Valeur absolue des consommations en énergie (en MWh)	Groupe 2016	Groupe 2017	Variation 2017/2016	France	Brésil	Colombie	Autres ⁽¹⁾
Électricité	3 292 714	3 230 301	- 2 %	1 522 220	1 133 913	422 302	151 867
Gaz naturel (MWh PCI)	200 313	205 465	+ 3 %	147 913	21 496	23 341	12 715

Précisions sur les données disponibles : le taux de couverture global en m² de surface de vente est de 98 % (98 % en 2016).

(1) Argentine et Uruguay.

Engagement

Le Groupe s'est engagé à réduire de 20 % la consommation électrique par mètre carré de surface de vente d'ici 2020 par rapport à 2012.

En 2017, la consommation électrique moyenne du Groupe par mètre carré de surface de vente a été diminuée de 4,5 % par rapport à 2015.

Politique

La réduction des consommations d'énergie fait l'objet d'un processus d'amélioration continue basé sur le monitoring des consommations, le diagnostic énergétique des sites, et un programme de rénovation des équipements les plus énergivores.

Le premier poste de consommation en énergie est le froid commercial associé à la climatisation, et le deuxième poste est l'éclairage.

Les moyens mis en œuvre pour réduire les consommations d'électricité consistent à :

- équiper de portes les meubles frigorifiques destinés aux produits frais ;
- mettre en place des dispositifs d'éclairage et de climatisation basse consommation.

En France, le management de l'énergie des hypermarchés Géant, des supermarchés Casino et des Monoprix est certifié conforme à la norme ISO 50001 (norme de référence pour le management énergétique), ainsi que le siège social du Groupe à Saint-Étienne et le site administratif de Franprix et Leader Price à Vitry. En 2017, 96 % des hypermarchés Géant, 73 % des supermarchés Casino et 26 % des magasins Monoprix sont sous contrat de performance énergétique (CPE) leur garantissant une réduction de leur consommation de référence d'au moins 20 %.

À l'international, au Brésil, en 2015 et 2016, les hypermarchés du Groupe GPA ont fait l'objet d'une rénovation énergétique

ayant pour objectif de baisser leur intensité énergétique de 25 %. Ce programme s'est poursuivi en 2017 pour les supermarchés (Extra & Pão de Açúcar) ; dans le même temps, Assaí a remplacé plus de 1 500 meubles verticaux dans ses magasins.

En Colombie, en 2017, Grupo Éxito a concentré ses efforts sur la rénovation des équipements frigorifiques de 21 entrepôts, 12 supermarchés Inter et sept Surtimax. Ce programme est soutenu par une communication interne "Campaña ahorremos planeta" ayant pour objectif d'expliquer la nécessité d'adapter l'éclairage, la climatisation et le froid commercial en fonction de l'activité des magasins. Depuis 2016, Grupo Éxito et GPA ont mis en place pour l'encadrement une rémunération variable basée sur l'atteinte d'objectifs RSE dont la baisse des consommations électriques.

Le Groupe s'engage à soutenir le déploiement des énergies renouvelables par la mise en place de centrales solaires sur les ombrières des parkings des magasins.

En France, après avoir mis en service, en 2016, le premier hypermarché à énergie positive (Géant Vals-Près-le-Puy), Green Yellow a inauguré en 2017 sa première centrale solaire au sol en autoconsommation d'une puissance de 250 kW, qui couvrira 27 % des besoins du centre commercial "G la Galerie Cap Costières". Ce type d'installation permet de valoriser un foncier jusqu'à présent inutilisé et d'approvisionner ses locataires en énergie renouvelable.

Au Brésil, Assaí exploite sept centrales photovoltaïques en autoconsommation. Depuis 2016, en Colombie, Grupo Éxito a mis en fonctionnement deux centrales solaires dont la plus importante de Colombie sur les toits du centre commercial Viva Barranquilla. Au global, Green Yellow, filiale du groupe Casino dédiée à l'énergie, a mis en service plus de 500 000 m² de panneaux solaires depuis sa création en 2008. 65 centrales solaires ont été mises en service depuis 2007 sur les toits des magasins et les ombrières des parkings et 15 centrales solaires en autoconsommation sont exploitées par le Groupe.

Eau

Performance

Valeur absolue des consommations en eau potable (en m ³)	Groupe 2016	Groupe 2017	France	Brésil	Colombie	Autres ⁽¹⁾
Eau potable de réseau	5 398 660	4 738 153	1 516 208	2 584 747	180 070	457 128

Précisions sur les données disponibles : le taux de couverture global en m² de surface de vente est de 65 % (68 % en 2016).

(1) Argentine et Uruguay.

Politique

Les activités du Groupe sont situées dans des zones ne comportant pas de risque élevé selon la cartographie du stress hydrique sur la planète publiée en 2015 par l'ONU. Il faut cependant noter que certaines périodes de sécheresse provoquées par le changement climatique en Amérique latine peuvent ponctuellement perturber les approvisionnements en eau potable ou les productions d'électricité hydraulique de ces pays.

Les actions du Groupe pour réduire les consommations directes en eau consistent à : supprimer progressivement

tous les circuits de refroidissement ouverts et utilisant l'eau comme réfrigérant pour les remplacer par des circuits fermés ; développer des systèmes de récupération en eaux pluviales pour alimenter les besoins en arrosage ou en eau sanitaire des magasins ou des entrepôts ; installer des réducteurs de pression sur les robinets pour réduire les débits ; et à contrôler régulièrement les consommations pour limiter les risques de fuites des réseaux.

L'assainissement des eaux usées se fait en conformité avec les réglementations des pays qui prescrivent les prétraitements adaptés avant déversement dans les réseaux collectifs.

8.2.4.5. LUTTER CONTRE LA POLLUTION ET LE GASPILLAGE DE MATIÈRES PREMIÈRES EN RECYCLANT LES DÉCHETS DANS L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE LOCALE

Performance

Tonnages déchets valorisés	Groupe 2016	Groupe 2017	France	Brésil	Colombie	Autres ⁽¹⁾
Cartons	155 240	134 136	98 612	13 664	17 284	4 576
Autres	62 073	53 981	32 591	3 257	13 995	4 138
TOTAL	217 313	188 117	131 203	16 921	31 279	8 714

Précisions sur les données disponibles : le taux de couverture global en m² de surface de vente est de 66 % (85 % en 2016).
 (1) Argentine et Uruguay.

Politique

Le Groupe s'est engagé depuis plusieurs années dans une politique de valorisation des déchets d'exploitation de ses filiales afin de réduire et d'éliminer, à terme, le stockage en décharge et la combustion partielle en incinérateur sans valorisation énergétique.

■ Trier et recycler les déchets d'exploitation des magasins

Les principaux déchets d'exploitation des établissements sont les emballages de transport et de manutention des produits vendus (cartons, plastiques, papiers, palettes bois), la casse et les invendus des produits fermentescibles.

Le Groupe s'engage à mettre en place et assurer le tri des déchets, afin de réduire les déchets en mélange destinés à l'enfouissement et soutient le développement des filières de recyclage locales.

En 2017, le Groupe a valorisé plus de 188 000 tonnes de déchets (cartons, papiers, plastiques, organiques, verre, bois, ferrailles...).

En France, les magasins et les entrepôts ont trié plus 130 000 tonnes de déchets, pour valorisation par des prestataires agréés. La quantité de déchets valorisés par mètre carré de vente a progressé de 14 %.

Au Brésil, GPA (Multivarejo) a poursuivi dans ses magasins son programme interne d'extension du geste de tri pour le carton et les déchets organiques (Assaí a expérimenté le tri des déchets organiques sur six magasins et amélioré son monitoring de la performance de tri). En Colombie, Éxito mène une politique ambitieuse de gestion des déchets avec des délégués environnement en charge de la sensibilisation et de la formation des collaborateurs et de la sensibilisation des clients. Ainsi, Éxito a valorisé plus de 31 000 tonnes de déchets d'exploitation. Gérée par la Fondation Éxito (cf. chapitre 8.2.4), la revente des matériaux recyclables contribue à hauteur de 38 % de ses ressources financières.

■ Collecter et recycler les produits usagés

Pour faciliter l'émergence d'une économie circulaire utilisant les produits usagés comme sources de matières premières, le groupe Casino met à disposition de ses clients dans ses magasins des bornes de collecte des produits usagés en vue de leur valorisation. Ces produits sont collectés par les magasins auprès des clients, puis valorisés dans des filières agréées.

En 2017, les clients ont déposé en magasin 299 tonnes de piles, 78 tonnes d'ampoules, plus de 3 000 tonnes d'appareils électriques et électroniques (DEEE), 11 tonnes de cartouches d'encre, et 3 560 tonnes de papiers cartons, qui ont été confiées à des filières agréées pour être recyclées.

À l'international, les stations de collecte mises en place à l'entrée des magasins Pão de Açúcar, Extra et Assaí ont permis le recyclage de plus 10 540 tonnes de retours clients (cartons, verres, acier, aluminium, plastiques). Les magasins Éxito et Carulla mettent à disposition des clients des bornes de collecte pour les piles déchargées, les appareils électriques et électroniques usagés, ou encore les médicaments périmés. Libertad propose dans ses magasins des espaces de collecte pour le verre, certains emballages ou encore les huiles automobiles usagées en partenariat avec les filières de recyclage locales.

■ Lutter contre la pollution atmosphérique et contre le bruit

En France, l'utilisation des modes de transport alternatif (fluvial, ferré) par Franprix et Monoprix participe à la diminution de la pollution des centres-villes. Casino privilégie les prestataires de transport disposant de camions moins polluants (Euro V et VI) et plus silencieux (conformes à la norme Piek certifiant un niveau sonore inférieur à 60 décibels) ou de véhicules hybrides pour assurer le dernier kilomètre des livraisons nocturnes en centre-ville en mode silencieux. Depuis 2016, Casino, Monoprix et Franprix soutiennent l'utilisation de véhicules motorisés au GNV (gaz naturel véhicule) moins polluants en NOx et en particules fines.

■ Lutter contre la pollution des sols

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

8.2.4.6. CONSTRUCTION DURABLE

Le Groupe poursuit ses partenariats avec les foncières qui déploient des programmes de certification de leurs centres commerciaux pour garantir à leurs locataires une construction et des services respectueux de l'environnement.

En 2017, pour sa deuxième participation au GRESB (*Global Real Estate Sustainability Benchmark*) Mericialys, partenaire du Groupe, a conservé le label "Green Star" (plus haute catégorie du classement) et se classe à la 26^e place dans la catégorie "Retail Monde", réalisant une progression de 42 places. Ce classement témoigne de l'excellence mise en œuvre dans les centres commerciaux notamment en matière de management environnemental.

Grupo Éxito a reçu du Conseil colombien de la construction durable (CCCS) et de l'*United States Green Building Council* une distinction pour le développement de projets immobiliers durables dans le cadre de "Construverde", considéré par la profession comme l'événement le plus important du pays en matière de construction durable.

8.2.5. Le groupe Casino, un acteur local solidaire

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

À travers ses fondations et des partenariats de solidarité, le Groupe intervient dans quatre domaines d'action principaux : l'aide alimentaire en faveur des plus démunis, le soutien aux enfants en difficultés sociales, l'insertion professionnelle des jeunes défavorisés et la lutte contre l'exclusion sociale sous toutes ses formes.

8.2.4.7. PROTÉGER LES HABITATS NATURELS EN DIMINUANT LES PRESSIONS EXERCÉES SUR LA BIODIVERSITÉ

L'analyse des pressions exercées par les activités du Groupe sur la biodiversité fait ressortir que le principal impact découle des modes de production et de consommation des produits commercialisés dans les magasins. En effet, ces produits ont un impact sur la biodiversité, tout particulièrement ceux impliquant les filières huile de palme, bœuf, soja, pêche.

Afin d'atteindre l'objectif de diviser par quatre les émissions de gaz à effet de serre en France, il est nécessaire d'accompagner un report partiel de la consommation de protéines animales vers des protéines végétales, une réduction des surconsommations protéique et glucidique, ainsi qu'une réduction à hauteur de 60 % du gaspillage alimentaire (rapport de vision prospective à 2050 de l'ADEME).

Pour réduire l'impact indirect sur la biodiversité, le Groupe accompagne cette transition alimentaire en développant des gammes de produits à moindre impact environnemental et incitant ses clients à consommer de façon plus respectueuse de l'environnement.

Les principales actions du Groupe sont présentées dans les chapitres 8.2.2.3 et 8.2.4.3.

8.2.5.1. SOUTENIR L'AIDE ALIMENTAIRE EN FAVEUR DES PLUS DÉMUNIS

Dans les pays où le Groupe intervient, de nombreuses personnes vivent sous le seuil de pauvreté et font appel à l'aide alimentaire pour se nourrir. Le Groupe est engagé dans le soutien des réseaux des banques alimentaires dans ces pays, et contribue en mettant en place dans ses magasins, des ramasses journalières de produits frais et de produits proches de la date limite de consommation, mais encore consommables, et en soutenant les actions de collecte nationale.

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

Groupe	2016	2017	Variation 2016/17
Dons des magasins et entrepôts (ramasse) (en tonnes)	16 104	20 800	+ 29 %
Collecte auprès des clients (en tonnes)	2 789	2 736	- 1 %

En France, le Groupe s'engage en faveur des plus démunis en mobilisant ses magasins et ses clients pour soutenir la Fédération française des banques alimentaires (FFBA). Le Groupe accompagne la FFBA depuis 2009, et a renouvelé son partenariat en 2016 pour une nouvelle période de trois ans. Dans le cadre de cet accord, le Groupe, au travers de ses enseignes, agit pour le don de produits à DLC courte et s'engage notamment à augmenter le nombre d'établissements s'impliquant lors de la Collecte nationale des banques alimentaires qui se déroule en novembre. Vindémia agit pour le ramassage de produits dans ses magasins et l'organisation de collecte auprès des clients en partenariat avec la Banque alimentaire des Mascareignes. Ces dons bénéficient aux réseaux des banques alimentaires mais également à plusieurs associations solidaires telles que la Croix Rouge, le Secours populaire et les Restos du cœur en France.

- À l'international, GPA qui met en place la même démarche en partenariat avec des associations telles que "Amigos do Bem", a organisé pour la cinquième année consécutive une grande journée de collecte de denrées alimentaires : "Dia de Solidariedade". Cette journée, qui s'est déroulée dans plus de 880 magasins, a impliqué 10 000 volontaires et a permis la collecte de 765 tonnes de dons alimentaires.
- En Argentine, depuis 2013, Libertad soutient le réseau argentin des Banques Alimentaires (*Red Bancos de Alimentos*) en organisant des collectes en magasins et en participant à la campagne "Camina contra el hambre" pour promouvoir le sport tout en collectant des dons alimentaires. Des accords avec des fournisseurs ont également été mis en place pour la collecte de produits invendus.
- En Colombie, Grupo Éxito poursuit le partenariat engagé depuis plusieurs années avec les banques alimentaires locales et a contribué à hauteur d'environ 1 900 tonnes de marchandises en 2017. Grupo Éxito soutient également un programme de récupération des excédents agricoles dans les zones rurales : plus de 3 200 tonnes d'excédents agricoles ont bénéficié ainsi à environ 580 familles.

8.2.5.2. SOUTENIR LES ENFANTS EN DIFFICULTÉS

En France, au Brésil et en Colombie, le groupe Casino s'engage, au travers de ses quatre Fondations, en faveur de l'enfance par la mise en place de programmes d'éducation et de lutte contre la malnutrition infantile.

L'éducation par le théâtre et la musique

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

Elle développe deux programmes majeurs autour du théâtre :

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

Les projets sont sélectionnés par un Comité composé de membres du Conseil d'administration de la Fondation, ainsi que d'experts artistiques et pédagogiques. La première promotion de deux ans s'est terminée en juin 2016 et la troupe d'élèves lauréate a été invitée par la Fondation à présenter sa création à l'Odéon-Théâtre de l'Europe lors d'une soirée événement réunissant élèves, professeurs et artistes, ainsi que des collaborateurs du Groupe. Suite à un nouvel appel à projet en 2016, 12 projets théâtre "Artistes à l'école" sont actuellement financés et suivis par la Fondation. La représentation du projet lauréat de cette deuxième promotion se tiendra en juin 2018.

- Le programme "Parrains engagés" soutient des projets associatifs ayant pour objectif l'éducation des enfants par le théâtre. Sont privilégiés les projets proposés et parrainés par des collaborateurs du Groupe. En 2017, une dizaine de projets associatifs d'éducation par le théâtre ont été sélectionnés sur l'ensemble du territoire par un Comité composé de collaborateurs du Groupe. Les projets soutenus visaient notamment à sensibiliser le jeune public à la culture par le théâtre et ont bénéficié à 1 200 enfants.

La Fondation Casino associe les collaborateurs à son engagement pour le théâtre au travers de "Tous en scène", une opération annuelle solidaire nationale déployée dans les magasins Casino, Franprix, Leader Price, les restaurants, les entrepôts et les sites administratifs du Groupe. L'opération de vente de produits partagés en magasin permet de mobiliser les collaborateurs des enseignes autour d'un challenge photos. Cette 3^e édition a permis de récolter des fonds pour les associations partenaires de la Fondation "Apprentis d'Auteuil" et "Tréteaux Blancs" afin de développer huit nouveaux projets théâtre au profit de plus de 500 enfants éloignés de la culture.

L'Instituto GPA est aussi reconnu pour son programme d'apprentissage de la musique : fondé en 1999, le Programme Musica & Orquestra Instituto GPA a formé, en plus de 15 ans, plus de 15 500 jeunes défavorisés âgés de 10 à 18 ans. Le programme proposé est une formation gratuite d'environ deux ans, qui permet à des jeunes issus de milieux défavorisés de suivre une formation musicale théorique et pratique. L'orchestre se produit en magasins mais aussi dans des théâtres, des festivals, au Brésil et à l'étranger.

Combattre la malnutrition infantile

Autre axe d'intervention, la Fondation Éxito en Colombie a développé une expertise nationale reconnue par les parties prenantes dans la lutte contre la malnutrition infantile. Elle déploie ses actions dans le cadre de son programme appelé "Gen Cero" qui a pour objectif qu'aucun enfant colombien âgé de 0 à 5 ans ne souffre de malnutrition à horizon 2030.

Dans le cadre de ce programme, la Colombie a célébré, en août 2017, pour la troisième année consécutive le "Mois de la nutrition infantile". Lancé par la Fondation Éxito et le programme alimentaire mondial de l'ONU, cet événement a pour but de sensibiliser aux enjeux de la malnutrition chronique des enfants. L'initiative a notamment reçu le soutien de la présidence de la République colombienne. Par la mise en place de partenariats avec de grandes instances publiques colombiennes, la Fondation Éxito vient en soutien pour garantir une alimentation saine et équilibrée aux enfants et futures mères issus de milieux défavorisés, et sensibiliser à une meilleure nutrition. En 2017, environ 8 millions d'euros ont été investis dans des programmes qui ont bénéficié à plus de 51 800 enfants. La dernière enquête menée au niveau national a montré une baisse du taux de malnutrition dans le pays de l'ordre de trois points entre 2010 et 2015.

Éxito qui mène aussi des actions de plaidoyer a joué un rôle moteur dans la création de la loi de protection de la petite enfance en Colombie (*Ley Integral de Atención a la Primera Infancia/Comprehensive Early Childhood Care Act*). Elle a par ailleurs déployé le programme "Goticas" depuis plusieurs années, permettant aux clients des enseignes d'Éxito de faire un don lors du passage en caisse pour lutter contre la malnutrition des enfants.

Autres initiatives d'aide à l'enfance

Pour répondre à la pluralité des besoins, le Groupe organise de nombreuses opérations pour des associations qui interviennent en faveur de l'enfance.

En France, en 2017, le Groupe a choisi de soutenir dans ses enseignes (Casino, Franprix, Leader Price et Monoprix) l'association "Les Amis de Mikhy" qui participe au développement des soins de support hospitalier pour les enfants atteints d'un cancer et en particulier d'une tumeur cérébrale. Franprix a également réalisé deux opérations de produits partagés avec Micro Don pour l'association "Petits Princes" et l'AFM-Téléthon et des dons de produits pour soutenir l'association Princesse Margot. La filiale restauration du Groupe s'est mobilisée en faveur de l'association "Make a Wish", qui réalise les vœux d'enfants atteints de maladie grave. Enfin, à l'occasion de la Journée internationale des droits de l'enfant, la Fondation Monoprix a soutenu trois associations qui œuvrent en faveur de l'enfance suite à l'appel à projets "Enfance et solitude en ville" créé en partenariat avec Ulule, plateforme de financement participatif.

À l'international, le programme de solidarité de Libertad, "Donemos sonrisas" ("Donnons des sourires") permet de soutenir, par la collecte des pièces de monnaie des clients

dans les magasins, les actions locales d'aide à l'enfance. Plus d'une dizaine de fondations et associations reçoivent des fonds chaque année. Dans le même sens, les enseignes du groupe Disco en Uruguay accompagnent des fondations qui agissent principalement en faveur des enfants.

8.2.5.3. AIDER À L'INSERTION DES JEUNES DÉFAVORISÉS

Le Groupe met en place plusieurs dispositifs afin de soutenir l'insertion professionnelle des jeunes, notamment défavorisés, en soutenant des associations intervenant au plus près des territoires.

En France, le Groupe soutient, depuis 2016, le programme d'insertion professionnelle de l'association "Sport dans la ville" qui intervient auprès des jeunes issus de quartiers populaires. Organisée entre septembre et décembre 2017 dans l'ensemble des enseignes du Groupe en France, l'opération "Du sport à l'emploi" a permis de soutenir financièrement le programme de sport dans la ville pour préparer 1 000 jeunes femmes à l'emploi. Un programme de parrainage est aussi mis en place avec le réseau "C'est avec elles" du groupe Casino. En partenariat avec Coca-Cola, il a soutenu l'association NQT (Nos Quartiers ont du Talent) en sélectionnant des jeunes créateurs d'entreprise accompagnée par cette association afin de leur accorder des bourses.

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

À l'international, l'*Instituto* GPA développe des programmes d'éducation pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes de milieux sociaux modestes au Brésil. Elle soutient en partenariat avec le gouvernement de Rio de Janeiro, le centre de formation professionnelle NATA ("Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos") qui permet à plus de 340 élèves issus de familles modestes de se former aux métiers de la boulangerie et du lait. Enfin, l'*Instituto* poursuit son partenariat avec la Fondation Getúlio Vargas pour déployer un programme de bourses au mérite dénommé "Prosperar" : 30 étudiants bénéficient de ce programme.

8.2.5.4. AGIR CONTRE LES EXCLUSIONS SOCIALES

Membre fondateur de la Fondation Agir contre l'exclusion et fort de son ancrage local, le groupe Casino agit comme un intermédiaire fédérateur de la société, et déploie de nombreuses initiatives locales afin de soutenir les personnes en situation d'exclusion. Le Groupe mobilise aussi bien ses fondations, que ses enseignes, magasins et site administratifs afin de répondre à la diversité des besoins des territoires.

En France, cette année, le groupe Casino a déployé un dispositif global de solidarité pour les victimes de l'ouragan Irma avec la mise en place de plateformes dédiées permettant aux collaborateurs d'effectuer des dons à la Croix-Rouge française abondés du même montant par la Fondation Casino et la Fondation Monoprix. Easydis a fait un don de marchandises et Franprix a mis en place l'arrondi en caisse dans 450 magasins avec MicroDon. Au total plus de 83 000 euros et 45 tonnes de produits ont été collectés.

Les enseignes du Groupe soutiennent les associations la Croix Rouge, Emmaüs, le Secours populaire, les Jardins de Cocagne, par la mise en place notamment de l'Arrondi en caisse, déployé avec l'entreprise de l'économie sociale et solidaire "Micro Don" dans plusieurs de ses enseignes (Franprix en 2014, Naturalia). Ce dispositif permet aux clients d'arrondir le total de leur ticket de caisse à l'euro supérieur et les montants collectés par ces microdons sont ensuite reversés aux associations.

La Fondation Monoprix concentre son action à la lutte contre l'isolement relationnel dans les villes. En 2017, neuf projets ont été soutenus dans ces deux domaines d'action pour un budget de 140 000 euros, au profit de plusieurs associations : Voisins malins, Secours populaire, Solidarité Nouvelle, Face au Chômage, Femmes SDF, l'Accorderie, Le Carillon et Autre Monde. Elle poursuit par ailleurs son partenariat signé sur trois ans avec Unis Cité, pour soutenir le programme "Intergénéreux" en faveur des personnes âgées isolées. Des jeunes en service civique interviennent en équipe dans les maisons de retraite ou à domicile pour réaliser des visites de convivialité, proposer des sorties et recueillir les mémoires. En 2017, 20 magasins se sont engagés dans des actions solidaires dans le cadre de ce programme.

Enfin, autre moyen d'intervention, plusieurs opérations de collecte de produits non alimentaires auprès des clients au profit de différentes associations : Monoprix a mis en place une collecte pour la rentrée des classes avec les Apprentis d'Auteuil, une collecte de jouets avec l'association Rejoué, une collecte de linge de maison dans toute la France au profit d'Emmaüs ; GPA a lancé en 2017 la campagne *Winter Warmth* dans les sites administratifs et magasins Assai qui ont permis de collecter plus de 24 tonnes de vêtements et couvertures bénéficiant à plus de 17 000 personnes.

8.2.5.5. DÉVELOPPER L'ENGAGEMENT CITOYEN DES COLLABORATEURS

Le Groupe encourage l'engagement citoyen des collaborateurs sous toutes ses formes considérant qu'il favorise l'épanouissement personnel et professionnel.

À l'issue d'une enquête interne sur l'engagement qui a confirmé l'intérêt des collaborateurs pour s'investir bénévolement auprès d'associations de solidarité, et convaincu que l'engagement citoyen des collaborateurs est une source d'épanouissement et de développement des compétences, la Fondation Casino a lancé en 2016 un programme de bénévolat de compétences dénommé "Engagement Citoyen". Ce dispositif de soutien comprend la mise à disposition d'un catalogue de missions de bénévolat sur une plateforme web dédiée, qui s'effectuent au bénéfice d'associations partenaires de la Fondation Casino. Un "guide de l'engagement citoyen" a également été diffusé sur les sites administratifs. La Fondation Casino a initié en 2017 le prix de l'Engagement citoyen, en partenariat avec l'Institut de l'Engagement, visant à récompenser un collaborateur engagé bénévolement auprès d'une association. Le premier prix de l'engagement citoyen a été remis au Responsable commercial du drive au Géant Casino de Villefranche-sur-Saône, bénévole auprès de l'association Le Refuge qui vient en aide aux jeunes adultes homosexuels rejetés de leur famille. La Fondation a également lancé un appel à bénévoles pour la collecte des banques alimentaires en novembre 2017 permettant de mobiliser plus de 100 bénévoles pour des missions ponctuelles ou régulières.

Autre forme d'engagement, le groupe Casino a signé en décembre 2017 une convention de soutien à la politique de la réserve militaire avec le ministère des Armées. Les collaborateurs réservistes opérationnels du Groupe peuvent désormais bénéficier d'un régime conventionnel plus favorable et plus protecteur que le régime existant, permettant de susciter un plus fort volontariat : cinq jours annuels supplémentaires d'absence autorisée au-delà du dispositif légal de cinq jours ; la modulation et la réduction de la durée de préavis de notification de l'absence à l'employeur ; une souscription de la "clause de réactivité" permettant de réduire le préavis de 30 jours de notification d'une période de réserve à l'employeur ; le maintien du salaire des collaborateurs réservistes durant leur absence et le cumul avec la solde militaire ; la garantie du maintien des droits à protection sociale (mutuelle, prévoyance) durant l'accomplissement de la période de réserve ; la garantie que les absences des réservistes sont sans effet négatif sur le calcul de leur rémunération variable et les éventuelles augmentations de salaire. Enfin, afin de faire de ce dispositif une démarche collective et partagée et innovante, un « fond de congés pour la réserve opérationnelle » reposant sur le don de jours de congés et RTT par des salariés non réservistes souhaitant soutenir cette démarche, abondés par l'entreprise a été mis en place. Les jours d'absence additionnels des réservistes seront ainsi financés par le biais de ce fond.

8.3. Performances extra-financières

Engagements	Indicateurs	2016	2017	Var.
Employeur engagé				
Promouvoir la diversité	% des femmes dans l'effectif	53 %	53 %	-
	% des femmes Cadres	37 %	38 %	+ 1 point
	Nombre de personnes déclarées handicapées au 31/12 (CDI, CDD)	7134	7 465	+ 5 %
	Part des effectifs déclarés handicapés sur l'effectif total	3,1 %	3,3 %	+ 0,2 point
Faciliter l'insertion professionnelle des jeunes	Part des effectifs < 30 ans	39 %	39 %	-
	Nombre d'alternants / apprentis dans le Groupe au 31/12	7 071	7 434	+ 5 %
Favoriser l'évolution des collaborateurs	Nombre total d'heures de formation	4 050 876	4 389 459	+ 8 %
	Nombre d'heures de formation/personne	17,9	19,5	+ 9 %
Agir pour la santé et le bien-être au travail	Nombre de maladies professionnelles (France)	260	247	- 5 %
	Taux de fréquence des accidents du travail	16,3	18,9	+ 2,6 points
	Taux de gravité des accidents du travail	-	0,8	-
	Taux d'absentéisme pour accidents du travail et maladies	-	4,8 %	-
Commerçant responsable et partenaire de confiance				
Agir pour la santé des consommateurs et encourager une consommation respectueuse de l'environnement et de la biodiversité	Nombre de produits responsables certifiés	19 684	26 687	+ 36 %
	Nombre de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique (produits Marques Propres et Marques Nationales)	13 838	17 422	+ 26 %
Lutter contre le gaspillage alimentaire	Dons des magasins et entrepôts (ramasse) (tonnes)	16 104	20 800	+ 29 %
Renforcer la démarche d'éthique sociale	Nombre d'audits sociaux ICS menés par le Groupe	349	885	+ 154 %
Acteur impliqué en faveur de l'environnement				
Réduire les émissions de gaz à effet de serre	Bilan GES scope 1 (tCO ₂) ⁽¹⁾	907 663	988 843	+ 9 %
	Bilan GES scope 2 (tCO ₂)	332 846	402 877	- 2 %
Maitriser les consommations en ressources naturelles	Électricité totale consommée (MWh)	3 292 714	3 230 301	- 2 %
	Électricité/m ² (kWh/m ²)	577	581	+ 0,7 %
	Consommation d'eau (m ³) ⁽²⁾	5 397 209	4 738 153	- 12 %
Limiter et valoriser les déchets	Masse de déchets d'exploitation valorisés (tonnes) ⁽³⁾	182 271	185 709	+ 2 %
	Taux de valorisation des déchets (dons alimentaires exclus) ⁽⁴⁾	57 %	54 %	- 3 points
Acteur local solidaire				
Développer l'action des fondations et les partenariats de solidarité de proximité	Montant versé au titre de la solidarité (dons et fondations) (K€)	76 420	84 696	+ 11 %
	Dons de marchandises alimentaires en équivalent repas	32 209	41 601	+ 29 %
	Nombre de personnes bénéficiaires des actions des fondations ou partenariats de solidarité (Fondation Casino, Fundacion Éxito, Instituto GPA)	96 057	102 565	+ 7 %

(1) Donnée révisée hors Éxito hors Franprix.

(2) Hors Franprix. Taux de couverture de la donnée : 96 % du chiffre d'affaires du Groupe.

(3) Hors MV et Vindémia. Taux de couverture de la donnée : 79 % du chiffre d'affaires du Groupe. Les données 2016 ont été retraitées pour garantir la comparabilité avec les données 2017.

(4) La donnée couvre les entités Casino, Leader Price, Monoprix (hors Naturalia), Cdiscount, Assai et Éxito. Taux de couverture de la donnée : 71 % du chiffre d'affaires du Groupe. Les données 2016 ont été retraitées pour garantir la comparabilité avec les données 2017.

8.4 Tables de correspondance – ODD – GRI

Nos 15 axes prioritaires	Objectifs de Développement Durable des Nations unies	Nos engagements Nos actions
Promouvoir la diversité Lutter contre les discriminations Agir en faveur de l'emploi des travailleurs handicapés Agir en faveur de l'égalité femme hommes	  	8.2.1.1/8.2.1.2
Faciliter l'insertion professionnelle des jeunes Développer l'alternance et l'accès à une première expérience professionnelle Faciliter l'orientation et l'insertion des élèves Déployer des programmes en faveur des jeunes issus des milieux défavorisés	 	8.2.1.1
Favoriser l'évolution des collaborateurs Rémunérer les collaborateurs pour développer la performance individuelle, collective et RSE Former les collaborateurs pour développer l'employabilité Accompagner les évolutions de l'entreprise		8.2.1.3
Agir pour la santé et le bien-être au travail Favoriser le dialogue social Déployer des actions de prévention des risques professionnels Améliorer les conditions de vie au travail Mettre en œuvre des actions relatives aux enjeux de santé publique		8.2.1.3
Agir pour la santé des consommateurs Améliorer le profil nutritionnel et la composition des produits à marque propre Développer des gammes de produits spécifiques Proposer des produits et des modes de production plus respectueux de la santé Informer le consommateur sur le profil nutritionnel des produits Promouvoir des modes de consommation équilibrée		8.2.2.2
Encourager une consommation respectueuse de l'environnement et de la biodiversité Soutenir l'agriculture biologique et les bonnes pratiques agricoles Réduire l'impact des emballages Sensibiliser les clients à la consommation responsable	  	8.2.2.3/8.2.3.3 8.2.3.4
Lutter contre le gaspillage alimentaire Sensibiliser les clients et les collaborateurs Développer de nouveaux concepts d'achat et de produits		8.2.2.4
Renforcer la démarche d'éthique sociale et le plan de vigilance dans la chaîne d'approvisionnement		8.1.9/8.2.3.1
Soutenir les filières de production locale Développer des partenariats de filières de long terme Promouvoir les produits locaux	 	8.2.3.3

Nos 15 axes prioritaires	Objectifs de Développement Durable des Nations unies	Nos engagements Nos actions
Favoriser les démarches RSE des fournisseurs Entretenir des relations de proximité Évaluer la performance RSE et environnementale		8.2.3.2
Développer l'action des fondations Soutenir l'aide alimentaire en faveur des plus démunis Soutenir les enfants en difficultés Développer l'engagement citoyen des collaborateurs	  	8.2.5.2/8.2.5.3
Développer les partenariats de solidarité Aider à l'insertion des jeunes défavorisés Agir contre les exclusions	 	8.2.5.1/8.2.5.2/8.2.5.3
Réduire les émissions de gaz à effet de serre Mettre en œuvre une politique bas carbone		8.2.4.3/8.2.4.1/8.1.1/8.1.6/8.1.8
Améliorer l'efficacité énergétique Réduire la consommation énergétique par m ² Déployer les énergies renouvelables	  	8.2.4.4
Limiter et valoriser les déchets Trier et recycler les déchets d'exploitation des magasins Collecter et recycler les produits usagés		8.2.4.5

GRI Sustainability Reporting Standards

Standard GRI 101 : Introduction

1. Principes de reporting	Chapitres 8.1/8.5
2. Utilisation du GRI standard dans le reporting	-
3. Réclamations concernant l'utilisation des normes GRI	-

Standard GRI 102 : Information Générales 2017

1. Profil de l'organisation	Chapitre 1
2. Stratégie	Chapitres 8.1/8.2
3. Éthique et intégrité	Chapitre 8.1
4. Gouvernance	Chapitres 5/8.1
5. Implication des parties prenantes	Chapitre 8.1
6. Pratique de reporting	Chapitres 8.1/8.5

Standard GRI 103 : Approche managériale 2017

1. Explication du sujet matériel et de ses limites	Chapitre 8.1
2. L'approche managériale et ses composants	Chapitre 8.2
3. Évaluation de l'approche managériale	Chapitre 8.6

Standard GRI : 200 Économie

201 : Performance économique	Chapitres 7.1/8.1/8.2
202 : Présence sur le marché	Chapitre 8.2
203 : Impacts économiques indirects	Chapitre 8.2
204 : Pratiques d'achat	Chapitre 8.2
205 : Anti-corruption	Chapitres 7.2/8.1
206 : Comportement anticoncurrentiel	Chapitres 7.1/8.1

Standard GRI : 300 Environnement

301 : Matériaux	Chapitres 8.2.4/8.3
302 : Énergies	Chapitres 8.2.4/8.3
303 : Eau	Chapitres 8.2.4/8.3
304 : Biodiversité	Chapitres 8.2.2/8.2.4
305 : Émissions	Chapitres 8.2.4/8.3
306 : Effluents et déchets	Chapitres 8.2.4/8.3
307 : Respect de l'environnement	Chapitre 8.2.3
308 : Évaluation environnementale des fournisseurs	Chapitres 8.2.3/8.3

Standard GRI : 400 Social

401 : Emploi	Chapitre 8.2.1
402 : Relations employeurs/employés	Chapitres 8.1.6/8.2.1
403 : Santé et sécurité au travail	Chapitres 8.2.1/8.3
404 : Formation et éducation	Chapitres 8.2.1/8.3
405 : Diversité et égalité des chances	Chapitres 8.2.1/8.3
406 : Non-discrimination	Chapitre 8.2.1
407 : Liberté syndicale et droit de négociation	Chapitre 8.1.1
408 : Travail des enfants	Chapitre 8.2.3
409 : Travail forcé ou obligatoire	Chapitre 8.2.3
410 : Pratiques en matière de sécurité	Chapitre 8.2.1
411 : Droit des personnes autochtones	-
412 : Évaluation du respect des droits de l'homme	Chapitre 8.2.3
413 : Communautés locales	Chapitre 8.1.6
414 : Évaluation sociale des fournisseurs	Chapitres 8.2.3/8.3
415 : Politiques publiques	Chapitre 8.1.9
416 : Santé et sécurité des consommateurs	Chapitre 8.2.2
417 : Marketing et étiquetage	Chapitre 8.2.2
418 : Vie privée des clients	Chapitre 7.2.3
419 : Conformité socio-économique	Chapitre 8.1.9

8.5. Méthodologie de reporting des indicateurs de RSE

PÉRIMÈTRE DE REPORTING

Les données sociales, sociétales et environnementales concernent, sauf exceptions explicitement mentionnées, l'ensemble des activités sous contrôle opérationnel du groupe Casino ou de ses filiales majoritaires en France et à l'international. Les données s'entendent hors affiliés, franchisés et locataires gérants. La méthode de consolidation retenue est l'intégration globale (les données sont intégrées à 100 %).

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

- le périmètre dit "Groupe" qui intègre les données consolidées de l'ensemble des entités présentes dans les différents pays d'implantation du Groupe ; ces données s'entendent hors activités dites "abandonnées" en application de la norme IFRS 5 ;
- le périmètre dit "Pays" qui intègre les données consolidées des activités magasins et les services supports associés (logistiques, achats, ressources humaines, etc.) des entités présentes :
 - en France : activités sous enseignes Casino, Monoprix (dont Naturalia), Cdiscount, Franprix, Leader Price, situées en France ainsi que de l'ensemble des activités du Groupe Vindémia (île de la Réunion, Mayotte, Maurice et Madagascar),
 - au Brésil : activités du groupe Pão de Açúcar (GPA) dont ses entités Multivarejo, et Assai. Conformément à la norme IFRS 5, les activités de GPA dites "abandonnées" ne sont pas incluses dans ce périmètre à savoir Viavarejo et Cnova Brésil,
 - en Colombie : activités de Grupo Éxito,
 - en Uruguay : activités de Grupo Disco et de Devoto,
 - en Argentine : activités de Libertad.

Le périmètre dit « Casino » est constitué des activités sous enseignes Casino en France et des services supports associés.

PÉRIODE DE REPORTING ET RÈGLE DE COMPTABILISATION

Les données collectées hors environnementales couvrent l'activité de la ou des entités concernée(s) sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre de l'année de référence N et intègrent les sites ouverts ou fermés pendant l'année, à l'exception, pour le périmètre "Casino", des taux de fréquence et de gravité des accidents du travail, et des heures d'absence qui couvrent une période allant du 1^{er} décembre 2016 au 30 novembre 2017.

Les données environnementales couvrent les sites administratifs, logistiques ainsi que les magasins ayant eu une activité sur 12 mois pleins, du 1^{er} octobre 2016 au 30 septembre 2017.

MODALITÉS DE COLLECTE DES DONNÉES

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

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

Ce protocole précise :

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

MODALITÉS DE CONSOLIDATION ET DE CONTRÔLE DES DONNÉES

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

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

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

AUDIT EXTERNE

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

Les conclusions de cette vérification sont disponibles dans le chapitre 8.6 du Document de Référence.

ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

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

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

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

SPÉCIFICITÉS MÉTHODOLOGIQUES ET PRÉCISIONS DE PÉRIMÈTRE

Données sociales

- Effectif : les indicateurs se référant aux effectifs sont comptabilisés au 31 décembre, en excluant les contrats se terminant à cette date. Les contrats suspendus ne sont pas comptabilisés dans les effectifs.
- Travailleurs handicapés : le statut de travailleur handicapé est défini par les lois en vigueur dans chaque pays d'implantation du Groupe. En France, il s'agit des dispositions relatives à l'article L. 323-3 du Code du travail.
- Le taux de fréquence des accidents du travail s'exprime en nombre d'accidents par million d'heures travaillées. Il s'agit du "Nombre d'accidents du travail" rapporté au "Nombre d'heures travaillées effectives". Les heures travaillées effectives sont constituées des heures de travail prévues contractuellement, des heures supplémentaires et complémentaires, auxquelles sont déduites les heures d'absence (maladie professionnelle, maladie ordinaire et accident du travail).
- Le taux de gravité des accidents du travail s'exprime en nombre de jours d'absence par millier d'heures travaillées. Il s'agit du "Nombre de jours perdus pour accidents du travail" rapporté au "Nombre d'heures travaillées effectives".
 - Périmètre 2016 : du fait de la refonte des outils de reporting de GPA, la donnée 2016 n'intègre pas cette entité couvrant 56 % des effectifs.
 - Périmètre 2017 : la donnée intègre l'ensemble du périmètre de reporting.
- Le taux d'absentéisme pour accidents du travail et maladies (dont maladies professionnelles) correspond aux heures d'absence (hors accident de trajet) rapportées au total des heures travaillées. Les heures travaillées sont constituées des heures contractuelles, des heures supplémentaires et complémentaires. Les accidents de trajet sont exclus de ces données.
 - Périmètre 2016 : du fait de la refonte des outils de reporting de GPA, la donnée 2016 n'intègre pas cette entité couvrant 56 % des effectifs.
 - Périmètre 2017 : la donnée intègre l'ensemble du périmètre de reporting.

- Formation
 - Sont prises en compte :
 - Les heures de formation initiale et de formation continue ainsi que les actions de formation déployées à distance (*e-learning*) d'une durée réelle de connexion de 10 minutes à 60 minutes et supérieure à 60 minutes dans le cas où la durée théorique de la formation est supérieure à 60 minutes.
 - Ne sont pas prises en compte :
 - Les heures de formation effectuées à l'école dans le cadre de contrats de professionnalisation (apprentissage, alternance) ; les heures de formation dispensées aux effectifs externes à l'entreprise ; les démarches d'accompagnement réalisées sur site par des superviseurs ; les formations pour lesquelles les justificatifs ne sont pas reçus à la date de clôture du reporting, ce qui peut entraîner une minoration de la donnée reportée.

Données Produits et fournisseurs

- Les produits issus de l'agriculture biologique comprennent les produits alimentaires conformes à la réglementation locale en vigueur dans chaque pays. En France, les produits alimentaires "Bio" sont conformes au règlement européen 834/2007.
- Commerce équitable : les produits à marque propre certifiés issus du commerce équitable sont des références alimentaires et produits frais identifiés par un label de commerce équitable.
- Les produits dits "responsables certifiés" comprennent :
 - les produits alimentaires issus de l'agriculture biologique ;
 - les produits DHP (Droguerie, Hygiène, Parfumerie) biologiques ou écologiques, conformes à la réglementation locale en vigueur dans chaque pays et plus spécifiquement au référentiel Ecocert en France ;
 - les produits issus du commerce équitable ;
 - les produits certifiés attestant une démarche de progrès environnemental labellisés notamment MSC, NF Environnement, FSC, PEFC, Paper by Nature, OK Compost home, Ecolabel européen, Ecofert.

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

Données environnementales

L'ensemble des données environnementales 2016 et 2017 s'entendent hors activités Mayotte, Maurice et Madagascar (< 0,6 % du chiffre d'affaires Groupe 2017).

■ Émissions GES :

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

- les émissions directes des sources fixes de combustion (gaz naturel, fioul) ;
- les émissions directes des sources mobiles à moteur thermique (carburant des véhicules détenus ou en location longue durée) ;
- les émissions directes fugitives notamment celles liées aux fuites de fluides frigorigènes, à l'exception des émissions directes fugitives de Franprix et Éxito non intégrées aux émissions reportées en 2017, correspondant ainsi à un taux de couverture de 87 % du chiffre d'affaires du Groupe.

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

Les facteurs d'émissions utilisés sont ceux de la Base Carbone ou, à défaut, proviennent de sources nationales reconnues (sources : Base Carbone ADEME 2017, GIEC AR5).

- Utilisation durable des ressources : les consommations d'eau, d'électricité et de gaz naturel peuvent être évaluées à partir des relevés de compteurs, ou à défaut, des montants facturés.
 - Périmètre 2017 de la consommation d'eau : hors Franprix (96 % du chiffre d'affaires du Groupe couvert par la donnée).
- Déchets d'exploitation : la masse de déchets d'exploitation valorisés intègre les déchets triés par les établissements du Groupe et remis à des prestataires agréés en vue d'une valorisation. Il s'agit, selon les filiales, des déchets suivants : cartons, plastiques, papiers bureautiques et commerciaux, déchets organiques, consommables d'éclairage, consommables d'impression, huiles alimentaires usagées, graisses de curage, os et suifs, ferrailles et métaux. Les déchets d'emballages ou support de manutention en bois ne sont pas pris en compte dans les valeurs reportées.
 - Périmètre 2017 : hors activité Multivarejo et Vindémia : 79 % du chiffre d'affaires du Groupe couvert par la donnée.
- Les déchets dangereux font l'objet d'une gestion spécifique et locale en fonction des réglementations en vigueur. Ils sont collectés et stockés séparément des autres déchets avant d'être remis à des prestataires spécialisés et agréés en vue de leur traitement. À ce titre, seuls ceux qui font l'objet d'une valorisation par une filière agréée sont pris en compte dans la quantité de déchets valorisés.

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

Exercice clos le 31 décembre 2017

Aux Actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC⁽¹⁾ sous le numéro 3-1050 et membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de la société Casino, Guichard-Perrachon, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2017, présentées dans le document de référence, ci-après les « Informations RSE », en application des dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce.

RESPONSABILITÉ DE LA SOCIÉTÉ

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

INDÉPENDANCE ET CONTRÔLE QUALITÉ

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du Code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles et des textes légaux et réglementaires applicables.

RESPONSABILITÉ DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R. 225-105 du Code de commerce (Attestation de présence des Informations RSE) ;
- d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, de manière sincère, conformément au Référentiel (Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE).

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur la conformité aux autres dispositions légales applicables le cas échéant, en particulier celles prévues par l'article L. 225-102-4 du Code de commerce (plan de vigilance) et par la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 dite Sapin II (lutte contre la corruption).

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes et se sont déroulés entre septembre 2017 et mars 2018 pour une durée totale d'intervention d'environ quatorze semaines.

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

1. ATTESTATION DE PRÉSENCE DES INFORMATIONS RSE

Nature et étendue des travaux

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

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

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

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

CONCLUSION

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

(1) Portée d'accréditation disponible sur www.cofrac.fr

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

2. AVIS MOTIVÉ SUR LA SINCÉRITÉ DES INFORMATIONS RSE

Nature et étendue des travaux

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

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

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

Pour les informations RSE que nous avons considérées les plus importantes⁽²⁾ :

- au niveau de l'entité consolidante, nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions, etc.), nous avons mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le rapport de gestion ;
- au niveau d'un échantillon représentatif d'entités que nous avons sélectionnées⁽³⁾ en fonction de leur activité, de leur contribution aux indicateurs consolidés, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et pour

identifier d'éventuelles omissions et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente en moyenne 20 % des effectifs, entre 18 % et 19 % des informations quantitatives environnementales présentées et jusqu'à 71 % des informations spécifiquement liées aux sujets de santé-sécurité des employés.

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

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

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

CONCLUSION

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

OBSERVATIONS

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'élément suivant :

Comme indiqué dans la note méthodologique publiée dans le chapitre 8 du document de référence, l'indicateur « Emissions de GES – Scope 1 » n'intègre pas les données liées aux fuites de fluides réfrigérants des entités Franprix et Grupo Éxito.

Paris-La Défense, le 9 mars 2018

L'Organisme Tiers Indépendant
ERNST & YOUNG et Associés

Eric Mugnier
Associé développement durable

Bruno Perrin
Associé

(1) Direction de la Responsabilité Sociale d'Entreprise, Direction Environnement et Direction Qualité AMC

(2) **Informations sociales :**

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

Informations environnementales et sociétales :

- Indicateurs (informations quantitatives) : la consommation d'énergie électrique, les fuites de fluides réfrigérants, les émissions de GES, la part des déchets non dangereux valorisés, le nombre de produits responsables ;
- Informations qualitatives : la politique générale en matière environnementale, les mesures de prévention, de recyclage, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets, les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire, le changement climatique (les postes significatifs d'émissions de gaz à effet de serre générés du fait de l'activité de la société, notamment l'usage des biens et services qu'elle produit, l'adaptation aux conséquences du changement climatique), l'importance de la sous-traitance et la prise en compte dans la politique d'achat et dans les relations avec les fournisseurs et sous-traitants des enjeux sociaux et environnementaux, la loyauté des pratiques (les actions engagées pour prévenir la corruption, les mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs), les actions engagées en matière de droits de l'Homme.

(3) Les entités Franprix (France), Grupo Éxito (Colombie), ainsi que les entités Multivarejo (Brésil) et Assaí (Brésil) sur les indicateurs de santé-sécurité uniquement.