

## Les enseignes Casino lancent officiellement

### « CAP' avec Casino Agissons pour la Planète »

## Un manifeste avec 10 engagements forts et concrets autour de la lutte contre le réchauffement climatique, du bien manger et de la solidarité

**Mercredi 23 septembre 2020** - Les enseignes Casino ont dévoilé officiellement aujourd'hui « CAP' Avec Casino Agissons pour la Planète », le manifeste des enseignes Casino, intégrant **10 engagements forts et concrets** qui le structurent autour de trois grandes thématiques : la lutte contre le réchauffement climatique, le bien manger et les solidarités.

A travers ce manifeste, les enseignes Casino souhaitent ainsi fixer un cap, et des priorités d'action, pour leurs clients et pour elles-mêmes.

Depuis 120 ans, le **client** est la clé de voûte des actions des enseignes Casino. L'ambition de ce manifeste est de remettre le consommateur au centre des aspirations environnementales des enseignes en l'impliquant notamment à travers des **défis**. Et pour être encore plus proches de ses clients les enseignes Casino renforcent leur implantation territoriale avec l'ouverture en 2020 de **plus de 100 nouveaux magasins de proximité**.

Ce manifeste s'inscrit au cœur de la stratégie des enseignes Casino et capitalise sur les atouts qui font leurs forces : **la culture client, l'innovation et la proximité**.

**Retrouvez en détails Le Manifeste « CAP' » avec 10 engagements forts autour de 3 thématiques majeures : la lutte contre le réchauffement climatique, le bien manger et les solidarités.**

- ↳ **CAP' d'agir pour le climat** : Pour contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique et réduire les émissions de CO2, 4 engagements sont pris :
  1. Favoriser la distribution de produits locaux et régionaux
  2. Diminuer drastiquement le plastique et optimiser les emballages
  3. Préserver la biodiversité, les écosystèmes terrestres et marins
  4. Réduire les émissions indirectes liées en particulier à la consommation d'énergie, une priorité incarnée notamment par la mise en œuvre de Contrats de performance

énergétique (CPE) pour l'ensemble des hypermarchés et 90% des supermarchés qui sont également certifiés ISO 50 001.

- ↳ **CAP' de mieux manger :** Accompagner les clients dans leur quête du mieux manger est une priorité. Parmi les 4 engagements :
  5. Proposer une alimentation plus saine, en optimisant le profil nutritionnel des produits à marque propre.
  6. Offrir une alimentation irréprochable dès le plus jeune âge avec un profil nutritionnel et une composition optimisés sur les marques Bébés et Enfants
  7. Proposer des fruits et légumes à marque propre verts et vertueux : aujourd'hui 100% de l'offre fruits et légumes Casino est bio ou sans résidus de pesticides.
  8. Proposer une offre large de produits issus de l'agriculture biologique au cahier des charges exigeant : aujourd'hui, 2 000 références bio à marques propres sont proposées dont 1 000 en alimentaire, garanties sans huile de palme ni sirop de fructose-glucose.
  
- ↳ **CAP' d'être plus solidaires :** La crise sanitaire actuelle a renforcé cette ambition : la solidarité et le « collectif » ont été largement mis en avant. Ces sujets sont essentiels dans la vie des enseignes Casino. A ce titre, 2 engagements sont pris :
  9. Devenir collectivement acteurs du changement en interne, avec des perspectives d'évolutions professionnelles renforcées grâce au plan triennal, un investissement dans l'apprentissage (une politique ambitieuse en matière d'alternance dès les années 1990, 750 alternants chaque année) et l'engagement en faveur de la diversité et de l'égalité professionnelle (double renouvellement des labels Diversité et Egalité, il y a un an)
  10. Agir pour les plus fragiles via le don alimentaire (8 400 tonnes de denrées alimentaires données en 2019) et le soutien à des causes telles que les violences faites aux femmes, l'éducation, l'aide aux plus démunis ou encore la lutte contre le cancer par le financement de la recherche...

## La culture client et l'innovation, au cœur de la stratégie des enseignes Casino

- ↳ **Un management interne qui intègre la culture client :** une Direction « Culture client » a été créée, et illustre ainsi la volonté des enseignes de pérenniser cette stratégie centrée sur le client. La nouvelle approche managériale repose sur **la méthode 4x4 : 4 prérequis incontournables (prix, propreté, produit de qualité, pas d'attente) et 4 comportements (créatif, chaleureux, compréhensif et conciliant)**. Le client pourra évaluer sa satisfaction via un mode de recueil multicanal, et des référents clients par magasin seront nommés pour fluidifier les interactions entre clients et collaborateurs.

- ✚ **Développer le commerce phygital** : Allier le meilleur du commerce physique et du digital, telle est l'ambition des enseignes Casino. Ce mariage concourt à enrichir l'expérience clients en magasin. La poursuite du déploiement des magasins ouverts en mode autonome les dimanches après-midi, la nuit et les jours fériés, mais aussi le déploiement des portiques Cmax, permettant aux clients de limiter le temps d'attente en caisse et de payer grâce à l'application *Casino Max*, après avoir scanné l'ensemble de leurs articles, participent pleinement de cet esprit d'innovation au service des clients.
- ✚ **Toujours plus de corners dans les hypermarchés** : Avec un temps d'avance sur les autres acteurs, les enseignes Casino poursuivent la transformation des hypermarchés en réduisant leurs surfaces de vente et en accélérant l'implantation de « *shop in shop* » pour proposer au client une offre non-alimentaire innovante et adaptée à ses envies, avec des enseignes référentes dans leurs secteurs. Comme par exemple : Claire's, Cdiscount, Feu Vert, HEMA et C&A. A la fin de l'année 2020, 229 shop in shop seront implantés dans 137 hypermarchés et supermarchés Casino.

## Les enseignes de proximité, un axe prioritaire de développement stratégique

- ✚ Le commerce de proximité constitue l'un des piliers des enseignes Casino. Fort d'un ancrage territorial de près de 3 800 magasins Spar, Vival, Sherpa et Le Petit Casino notamment, Casino Proximités souhaite poursuivre le déploiement de ces formats (100 à 1 500 m<sup>2</sup> avec le déploiement de formats de petits supermarchés). Cela représente plus de 100 nouvelles ouvertures en 2020, et l'étude de plus de 200 dossiers d'ouvertures fin 2021 (par création, rattachement, transfert ou agrandissement) via le recrutement également de franchisés et de locataires gérants.
- ✚ Renforcer l'implantation territoriale des enseignes de proximité répond à l'appétence des clients pour une offre alimentaire de proximité, à taille humaine. La crise sanitaire et la période de confinement ont confirmé cette tendance. Ces magasins répondent à cette attente, surface de vente et offre adaptées dans un esprit « **épicerie de quartier** ».
- ✚ L'autre enjeu est de répondre aux besoins en matière d'offre de proximité dans les territoires ruraux. L'ouverture d'une enseigne Casino Proximités, c'est la possibilité de redynamiser la vie d'un village, offrir une solution complète et pratique pour les habitants, en proposant au-delà d'une offre alimentaire une offre de services qui n'est pas présente sur la commune (relais poste, retrait colis, Presse...).

**À propos de Géant Casino :** enseigne du groupe Casino, est présente à travers tout le territoire avec 109 hypermarchés. L'enseigne propose une offre parmi les moins chères du marché avec un concept d'hypermarchés à taille humaine, proches de leurs clients et garantissant les prix les plus bas sur les produits de grande consommation. <https://www.geantcasino.fr/>

**À propos de Casino Supermarchés :** enseigne du groupe Casino, implantée au cœur des villes ou en milieu rural, Casino Supermarchés compte 411 magasins d'une surface moyenne de 1 600 m<sup>2</sup>. L'enseigne distribue une offre complète et compétitive de produits alimentaires, avec en moyenne 13 000 références sur les produits de grande consommation avec une forte présence des produits de marque Casino, des produits frais, et une sélection de produits reflétant les spécialités locales. L'offre non alimentaire, très diversifiée, permet de répondre aux besoins quotidiens de la clientèle. Le positionnement de l'enseigne se définit par un triple engagement : des prix bas, une qualité assurée et une vie facile. <https://www.supercasino.fr/>

**À propos de Casino Proximités :** Casino proximités est la branche dédiée aux commerces alimentaires de proximité du groupe Casino. Aujourd'hui, cette proximité existe à travers quatre marques bien distinctes, qui répondent au nom de Le Petit Casino, SPAR, SPAR Supermarché et Vival.

- Le Petit Casino, Petit Casino, Casino Shop : Ces magasins de proximité inscrits au cœur des villes proposent un commerce à visage humain. L'offre, accessible à tous grâce aux nombreuses opérations promotionnelles, fait la part belle aux producteurs locaux, au vrac et aux produits à marque propre. (790 points de vente)
- Spar : Forts de la notoriété internationale de l'enseigne, les magasins et supermarchés de proximité Spar sont leaders dans les zones touristiques où ils proposent une offre locale et régionale ainsi que des rayons traditionnels qui mettent en valeur l'expertise des commerçants. (870 points de vente)
- Vival : Concept de magasin de proximité adapté à chaque territoire, Vival est un point de vente multiservices qui répond à tous les besoins de ses clients jusqu'à devenir un lieu de rencontre et d'échanges. Il se décline également en corner (380) pour s'intégrer à des commerces locaux. (1990 points de vente)
- Sherpa : Implanté en zones de montagne, l'enseigne en cultive les valeurs : nature, fraîcheur, vitalité, authenticité et performance. Sherpa s'est adapté au marché des sports d'hiver et devient la référence en station. (119 points de vente)

#### **CONTACTS PRESSE**

##### **Enseignes Casino (en France)**

Hélène Jadot-Hennechart - [hjadot@groupe-casino.fr](mailto:hjadot@groupe-casino.fr) / 01 78 68 00 74 - 06 73 98 43 21

##### **Agence Patricia Goldman**

Valentine Fabry - [vfabry@patricia-goldman.com](mailto:vfabry@patricia-goldman.com) / 01 47 53 65 67 - 06 80 13 51 75

Ursula Luzolo - [uluzolo@patricia-goldman.com](mailto:uluzolo@patricia-goldman.com) / 01 47 53 65 68