



2015

# VOLET RSE

## DU RAPPORT DE GESTION

 Auchan

# INTRO

# DUCTION

## Avant-propos

### CADRE GÉNÉRAL

De plus en plus d'acteurs (pouvoirs publics, ONG, médias...) attendent des entreprises qu'elles collectent et diffusent des informations environnementales et sociétales sur leur activité : il leur est demandé de prouver qu'elles intègrent l'intérêt public dans leur projet économique et que la création de richesse s'accompagne d'une réduction des inégalités et d'un environnement protégé.

Auchan France, qui a créé la Fondation Auchan pour la Jeunesse en 1996 et une Direction de l'environnement en 2001, a commencé à répondre à ces attentes dès 2001 avec la sortie de son premier rapport développement durable.

Cet enjeu de transparence a été réaffirmé par la loi NRE puis par l'article 225 de la loi Grenelle 2 dont le décret d'application est entré en vigueur courant 2013. Cet article dispose que les entreprises entrant dans son champ d'application sont tenues à de nouvelles obligations de RSE, au sein de leur rapport de gestion.

En qualité de société anonyme dépassant les seuils de chiffre d'affaire et de salariés fixés par la loi, Auchan France S.A., qui recouvre l'activité hypermarchés en France d'Auchan Holding, doit publier des informations sur l'ensemble des sociétés et filiales contrôlées directement ou indirectement.

Pour se conformer à ces nouvelles obligations, Auchan France publie depuis 2013 une annexe RSE à son rapport de gestion. Ce volet fait l'objet d'une attestation délivrée par le cabinet Ernst & Young. Cette édition 2015 reprend, met à jour et complète les informations publiées précédemment. Elle est complétée d'un rapport développement durable 2015 sur le nouveau périmètre Auchan Retail France (regroupant l'ensemble des activités commerciales du groupe dans ce pays) et, à ce titre, est publiée sur le site institutionnel d'Auchan Holding.

### REMARQUES GÉNÉRALES CONCERNANT LE REPORTING RSE

Sauf indication contraire, pour permettre une publication au début d'année calendaire, les indicateurs sont calculés sur une année glissante allant du 1er octobre 2014 au 30 septembre 2015.

Pour le calcul de la plupart des indicateurs, la méthodologie utilisée est définie par deux protocoles de reporting, un sur le volet social et un sur le volet environnemental et sociétal. Ces documents sont disponibles sur demande adressée à la direction de la communication d'Auchan Retail France.

L'évolution des différentes données est commentée dans le corps du texte et indiquée dans les tableaux d'indicateurs. Du fait d'évolutions méthodologiques ou de problèmes rencontrés dans les données précédemment transmises, certains indicateurs ont été recalculés lorsque cela était possible.

Pour plus de détails sur les indicateurs, il convient de se reporter au chapitre méthodologie.

# INTRODUCTION

## Stratégie RSE d'Auchan France

### UNE STRATÉGIE INSCRITE DANS LES POLITIQUES DE L'ENTREPRISE

En 2013, ce qui était alors la VISION de Groupe Auchan définissait son identité comme « une fédération d'entreprises autonomes de commerçants audacieux, partageant des valeurs et des convictions communes au service d'un développement économique et humain durable », avec une raison d'être ambitieuse d'un point de vue sociétal et social : « améliorer le pouvoir d'achat et la qualité de vie du plus grand nombre de clients avec des collaborateurs responsables, professionnels, passionnés et considérés ».

Ce document qui sera amené à être modifié (cf. encadré ci-dessous) n'en résume pas moins l'ambition d'Auchan France, à savoir celui d'être une entreprise soucieuse d'un développement durable, exerçant concrètement sa responsabilité sociale, environnementale vis-à-vis de la société. »

## FOCUS

### Changement de gouvernance et d'organisation

Pour améliorer ses leviers de performance, donner plus de marge de manœuvre à chacun de ses trois grands métiers et gagner en souplesse et en rapidité, Groupe Auchan a décidé de simplifier son organisation et sa gouvernance.

C'est ainsi que Groupe Auchan, renommé Auchan Holding, s'organise désormais en trois grandes entreprises autonomes :

• Auchan Retail qui réunit tous les formats du commerce alimentaire, hypermarchés, supermarchés, proximité, drive et e-commerce.

- Immochan, pôle d'immobilier commercial du groupe,
- Oney Banque Accord pour les activités bancaires du groupe.

Dans chaque pays, des fonctions d'appui sont créées pour tous les canaux. Au sein d'Auchan Retail France, depuis décembre 2015, la Direction de la responsabilité et de l'innovation sociale des entreprises anime les politiques RSE en étant intégrée à la Direction des ressources humaines, considérant que les collaborateurs sont à la fois les premiers acteurs et bénéficiaires de cette ambition.

Ces changements ayant eu lieu fin 2015, leurs impacts sur les politiques RSE et les priorités de travail de la Direction RSE ne sont pas encore connus.

À ce titre, un focus particulier sera rédigé dans le volet RSE du rapport de gestion 2016 pour détailler les politiques de cette nouvelle Direction.

### UNE STRATÉGIE ET UN REPORTING DÉVELOPPEMENT DURABLE AU PLUS PRÈS DES RÉALITÉS DU TERRAIN

L'animation des politiques RSE est décentralisée pour mieux répondre aux besoins locaux. Les acteurs de terrains, DRH, Directeurs de magasin, responsables techniques magasins ou bien encore membres des comités DD se réfèrent à un réseau d'experts pour les sujets nécessitant des connaissances techniques particulières.

Pour assurer le reporting RSE d'Auchan France, la Direction de la communication et la Direction RSE s'appuient sur deux types d'interlocuteurs :

- les relais locaux prennent souvent des initiatives locales originales et permettent d'identifier les bonnes pratiques mises en place ;
- les experts de l'entreprise fournissent une analyse des principales avancées au niveau national ainsi que les données quantitatives de leur domaine de spécialité. Celles-ci font l'objet d'un contrôle de cohérence par la Direction RSE, qui peut être amenée à recalculer les informations ou à demander diverses actions correctrices.

### CADRES ET RÉFÉRENTIELS INTERNATIONAUX

La démarche de l'entreprise s'inspire des principaux textes et initiatives internationaux relatifs aux droits de l'homme et à la responsabilité sociale des entreprises (RSE) dont les principes du Pacte mondial des entreprises (Global Compact) des Nations unies et la norme d'orientation sur la responsabilité sociale ISO 26000.

Auchan France est membre du Pacte mondial (Global Compact) depuis 2004. Cette initiative, lancée en 2000 par le secrétaire général de l'ONU, propose aux entreprises d'adopter et de souscrire à un ensemble fondamental de valeurs. Les entreprises qui y adhèrent s'engagent à appliquer individuellement les 10 principes du Pacte mondial dans les domaines

des droits de l'homme, des normes internationales de travail, de l'environnement et en matière d'éthique des affaires.

Pour ses audits sociaux, l'entreprise se réfère plus particulièrement :

- aux principes directeurs de l'OCDE relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme ;
- à la déclaration de principes tripartite de l'OIT concernant les entreprises multinationales et la politique sociale.

# INTRODUCTION

## Relations avec les parties prenantes

Le dialogue d'Auchan France avec ses parties prenantes est aujourd'hui très décentralisé et se décline sous de nombreuses formes, tant au niveau national qu'au niveau local (voir tableau ci-dessous).

Il s'accompagne d'une démarche collaborative au sein du secteur professionnel lorsque les questions concernent l'ensemble des grands distributeurs, notamment via la FCD<sup>1</sup>. Par ailleurs, Auchan participe activement aux travaux menés par certaines associations et forums professionnels ou avec les représentants de la société civile sur des sujets d'intérêt général. Enfin, l'entreprise noue de nombreux partenariats permettant des échanges d'expertises sur des thématiques variées (ex : gaspillage alimentaire, politique Forêt, solidarité).

### PRINCIPAUX MODES DE DIALOGUE POUR QUELQUES PARTIES PRENANTES

Familles de parties prenantes	Exemples	Principaux modes de dialogue
Clients	Clients, associations d'usagers	Enquêtes de satisfaction, rencontres clients, visites chez l'habitant
Salariés	Salariés, représentants du personnel, syndicats	Réunions DP, CHSCT, CE, signatures d'accord collectifs, baromètre d'opinion interne, bilan social, outils de communication interne, réunions d'informations.
Fournisseurs et prestataires	Producteurs agricoles, PME, transporteurs	Voix des PME, participation au Club Déméter, Charte Transport et comité de suivi de la charte, co-construction des produits, organisation de forums régionaux...
Pouvoirs publics	Etat, collectivités territoriales, élus locaux	Rendez-vous institutionnels, visites magasin
Acteurs territoriaux	Pôle emploi, écoles	Partenariats avec Pôle emploi et les écoles, interventions dans les écoles, projets de solidarité animés par les magasins...
Associations professionnelles	FCD, Club Demeter, FEEF, ICS, Club Agro-développement, éco-organismes, Perifem	Participation aux groupes de travail, co-construction de projets...
Société civile	Médias, ONG, associations, fondations	Partenariats locaux, accompagnement par des ONG spécialisées (ex : TFT), communiqués de presse, rapport développement durable, volet RSE du rapport de gestion, salons DD, projets soutenus par la Fondation Auchan pour la jeunesse...

<sup>1</sup> Fédération des entreprises de commerce et de la distribution.

<sup>2</sup> Fédération des entreprises et entrepreneurs de France (cf. p.30).

<sup>3</sup> Initiative Clause Sociale (cf. p.32).



# COLLABORATEURS

Pour assurer la sortie de ce document en temps voulu, les données sociales présentées ci-dessous sont calculées sur une année glissante (à savoir du 1<sup>er</sup> octobre 2014 au 30 septembre 2015) et non sur une année civile, sauf indications contraires.

Les méthodes de calcul et les définitions utilisées pour ce document correspondent à celles établies dans le protocole de reporting RSE de Groupe Auchan. Celui-ci est disponible sur demande adressée à la Direction de la communication. La comparabilité des données entre ce document et le Bilan Social est de fait limitée.

## PRÉSENTATION DES EFFECTIFS ET DE L'ORGANISATION DU TRAVAIL

### PRÉSENTATION DES EFFECTIFS

Au 30 septembre 2015, Auchan France compte 55 221 collaborateurs, en hausse de 1,9% par rapport à la même période.

Les femmes représentent 50,7% de l'effectif, en très légère hausse (+0.3 points). Pour la seconde année consécutive, la part des salariés âgés de moins de 25 ans progresse sensiblement (+2,2 points) tout comme, dans une moindre mesure, la part des salariés âgés de 50 ans et plus (+ 0.5 points).

Les salariés exploitation représentent 92,9 % des effectifs CDI, les services approvisionnement-logistique 2,8% et les autres services 4,3%.

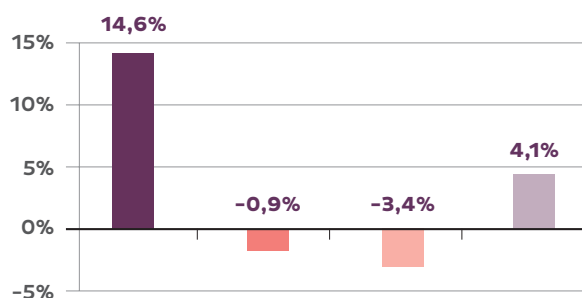
#### EFFECTIFS AU 30 SEPTEMBRE 2015

Tous types de contrats confondus	<b>55 221</b>
----------------------------------	---------------

Dont :	
Salariés âgés de moins de <b>25 ans</b>	<b>19,7%</b>
Salariés entre <b>25 et 35 ans</b>	<b>21,3%</b>
Salariés entre <b>35 et 50 ans</b>	<b>37,7%</b>
Salariés de <b>50 et plus</b>	<b>21,3%</b>

#### ÉVOLUTION DES EFFECTIFS ENTRE 2014 ET 2015

en pourcentage, par catégories d'âge



### ÉVOLUTION DES EFFECTIFS

Le nombre d'embauches en CDI (dont transformations de CDD) est passé de 5 976 à 6 835, soit une progression de 14,4%. Cette hausse découle essentiellement de l'ouverture de drives et des nouveaux magasins de Roissy et Epinay.

Durant la période de reporting, Auchan a conduit et finalisé un Programme d'Adaptation des Compétences à la Transformation de l'Entreprise (PACTE).

Lancé en juin 2014, ce programme a été élaboré pour poursuivre le plan de modernisation des organisations d'Auchan France initié en 2013 dans sa dimension managériale.

Il s'inscrit dans une démarche d'accompagnement de l'évolution des organisations et des métiers au sein des équipes commerce en magasin, cette évolution offrant à tous les collaborateurs qui le souhaitent la possibilité d'élargir leur champ de responsabilités.

Cette démarche vise à installer un modèle managérial collaboratif basé sur la co-construction permettant à l'ensemble des collaborateurs de prendre des initiatives pour mieux servir l'habitant.

Les trois objectifs clés inscrits dans ce programme sont de :

- Favoriser la prise d'initiatives et la responsabilisation des employés en renforçant le management de proximité ;
- Redonner de la profondeur aux métiers et favoriser la promotion interne ;
- Recentrer les fonctions d'encadrement sur l'accompagnement des collaborateurs, le pilotage des résultats, le développement du commerce, par une connaissance approfondie des habitants et des tendances de marchés ;

Ce programme a entraîné le recrutement de 494 employés supplémentaires au sein des équipes du périmètre commerce concernées par cette démarche soit l'équivalent de 430 équivalents temps plein et une diminution de 800 postes sur les effectifs d'encadrement. La mise en œuvre de ce programme a fait l'objet d'un accord majoritaire de gestion pour l'emploi des équipes d'encadrement affectées au périmètre commerce des magasins, signé le 3 juin 2014 avec les partenaires sociaux de l'entreprise. Cet accord intègre des mesures d'accompagnement à la mobilité interne et externe.

Une des dispositions de PACTE comprend la possibilité de partir en préretraite totale, mesure dont ont bénéficié 202 collaborateurs, et qui a pris fin le 30 juin 2015.

Les mesures d'accompagnement à la mobilité externe également prévues par PACTE ont pris fin le 30 septembre 2015.

Les mesures d'accompagnement à la mobilité interne se poursuivront quant à elles jusqu'au 31 décembre 2016.

La mise en œuvre de cette démarche managériale a permis la promotion de 217 managers commerce dont 60% sont issus de la population agents de maîtrise et 40% de la population employés.

615 employés ont été promus employé commercial et ont de ce fait changé de niveau de classification.

Le nombre des licenciements est passé de 1 427 à 1 507 soit une hausse de 5,6%. Ce nombre comprend les départs volontaires formalisés par les ruptures d'un commun accord, selon les modalités prévues par PACTE.

Par ailleurs, durant la période de reporting un certain nombre de sites et d'activités ont été cédés. Le magasin Prixbas situé à Mulhouse a été confié en location-gérance à Schiever et l'ensemble des 11 agences de Voyages Auchan ainsi que son site internet ont été cédés au groupe Marietton au printemps 2015.

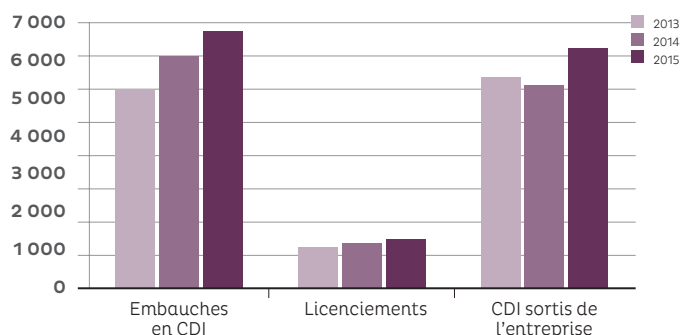
En conséquence, le taux de turn-over des salariés en CDI est en augmentation de près de deux points à 12,7%.

#### EVOLUTION DES EFFECTIFS

		Evolution
Embauches en CDI, dont transformations de CDI en CDD	<b>6 835</b>	↗
Licenciements de salariés en CDI	<b>1 507</b>	↗
Taux de turn-over	<b>12,7%</b>	↗

#### EVOLUTION DES EFFECTIFS SUR TROIS ANS

Données calculées sur la période de reporting, cf. méthodologie pour plus de détails



## ORGANISATION DU TRAVAIL

En 2015, 70,6% des collaborateurs disposent d'un contrat de travail à temps complet. L'accord d'entreprise sur l'organisation et l'aménagement du temps de travail a été rénové en 2012 et signé début 2013. Il a pour objectif de répondre aux attentes des collaborateurs et de permettre de mieux concilier vie professionnelle et personnelle, tout en intégrant les nécessités de l'activité de l'entreprise.

Travail de nuit, dimanche, jours fériés et journée de solidarité font l'objet de modalités d'applications particulières. Le travail du dimanche ou d'un jour férié s'organise sur la base du volontariat

et fait l'objet, au choix du salarié, d'une récupération ou d'un paiement à 150%. Le travail de nuit concernait en 2014 un peu plus de 14% des collaborateurs.

Un accord d'entreprise permettant de décaler les heures de nuit de 22h à 7h (au lieu de 21h à 6h) a été signé le 27 juillet 2015. Il prévoit un passage de 5% à 20% de majoration sur la tranche 21h-22h, même si cette tranche ne constitue plus du travail de nuit, ainsi qu'une majoration de 5% sur la tranche de 6h-7h.

Auchan France met par ailleurs en place un ensemble de dispositifs liés à la question du temps de travail (temps complet,



temps partiel, modulation, îlots, poly-activité, forfaits jours, forfait spécifique agents de maîtrise) : légaux ou améliorés par accord d'entreprise spécifique, la plupart d'entre eux ont été aménagés et négociés avec les partenaires sociaux.

L'îlot a pour objectif de permettre aux collaborateurs de se positionner sur les différents créneaux horaires proposés par le manager. Cette organisation est surtout développée sur le secteur caisse mais peut aussi convenir à toute autre activité. Elle vise à concilier les attentes des collaborateurs avec les contraintes de l'entreprise. Un animateur ou une animatrice est dédié(e) à cette mission pour coordonner les souhaits de chacun.

La démarche Temps complet choisi, engagée fin 2007, permet aux collaborateurs à temps partiel de bénéficier du forfait horaire hebdomadaire qu'ils souhaitent. La possibilité de passer au temps complet répond aux besoins grandissants des collaborateurs en matière de pouvoir d'achat et développe les compétences et l'employabilité des bénéficiaires de cette démarche.

En effet, celle-ci s'accompagne généralement d'une poly-activité (via la conclusion d'un avenant au contrat de travail) pour que le collaborateur parvienne à un temps de travail de 35 heures par semaine. La démarche a bénéficié à plus de 3 300 collaborateurs depuis son lancement.

La part des salariés travaillant à temps complet est en léger recul (-0,5 point) sur un an, passant de 71,1% à 70,6%.

La très grande majorité de l'effectif possède un contrat de travail à durée indéterminée (88,5%) bien que cette proportion soit en baisse (-1,9 points). Cette régression s'explique essentiellement par la forte augmentation du nombre d'alternants (cf. ci-dessous), ainsi que par une légère baisse du nombre de salariés en CDI (-0,3%). En un an, les salariés en CDD augmentent de 22,6%.

ORGANISATION DU TRAVAIL		Evolution
Part de salariés en CDI	<b>88,5%</b>	↘
Part de salariés travaillant à temps complet	<b>70,6%</b>	↘
Heures travaillées sur la période de reporting (en millions)	<b>79,7</b>	=

## DONNER TOUTE SA PLACE AU DIALOGUE SOCIAL

Les échanges avec les salariés et leurs représentants sont menés aussi bien au niveau local (réunions mensuelles du Comité d'Etablissement et des Délégués du personnel, réunions trimestrielles du CHSCT...) qu'au niveau national (réunions du Comité Central d'Entreprise, réunions paritaires, commissions...).

Plus de 6000 réunions se sont déroulées sur la période de reporting, soit plusieurs centaines de réunions supplémentaires à celles prévues par la réglementation.

Les différents syndicats représentant les collaborateurs présents au sein d'Auchan France sont :

- la CFDT (Confédération française démocratique du travail),
- la CFTC (Confédération française des travailleurs chrétiens),
- la CGT (Confédération générale du travail),
- FO (Force ouvrière),
- SEGA CFE/CGC (Syndicat national des entreprises du groupe Auchan, Confédération française de l'encadrement, Confédération générale des cadres).

Un accord sur le Dialogue Social a été signé par 4 organisations syndicales le 28 mai 2015. Il précise les moyens mis à disposition des représentants du personnel allant au-delà des obligations légales: crédits d'heures, prise en charge des frais de déplacements, autorisations d'absences...

Il fixe également le détachement à temps complet du Délégué syndical central et institue un accompagnement du collaborateur tout au long de son mandat. Grâce à des entretiens formalisés en début, en cours et en fin de mandat, celui-ci peut envisager sereinement un retour à une activité professionnelle plus importante et mieux valoriser ses compétences acquises.

En 2015, 9 accords et avenants ont été signés :

- un accord relatif au travail de nuit ;
- un accord relatif à la prise en charge de l'entretien des tenues de travail dont le port est obligatoire ;
- un avenant à l'accord pénibilité ;
- un accord relatif au développement du dialogue social ;
- un accord relatif à la négociation annuelle obligatoire ;
- un accord relatif à la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences ;
- un accord de Groupe de participation ;
- un avenant à l'accord de plan d'épargne d'entreprise de Groupe Auchan ;
- un avenant à l'accord d'entreprise portant adaptation des systèmes de garanties collectives Décès Invalidité Incapacité

**DIALOGUE SOCIAL**

Nombre de réunions entre les employeurs et les représentants du personnel	<b>6 169</b>	↗
---	--------------	---

**DONNER LEUR CHANCE À TOUS LES PROFILS**

**GARANTIR L'EMPLOYABILITÉ DES COLLABORATEURS PAR LA FORMATION**

Délivrée par l'IFE, l'institut de formation interne d'Auchan, par des collaborateurs ou par des prestataires extérieurs, la formation vise à renforcer l'employabilité et la mobilité des collaborateurs d'un poste à un autre, tout en leur permettant de monter en puissance dans leur métier.

En 2015, 1076 membres de l'encadrement (610 en 2014) ont suivi une formation sur cette nouvelle posture de « Servant Leader » dont 91 directeurs (137 en 2014), 385 membres de comités de direction / managers de managers (473 en 2014) et 590 managers de proximité.

Pour accompagner la transition du métier de chef de secteur vers celui de responsable commerce et de chef de rayon vers celui de manager commerce, un parcours de formation spécifique a été mis en place. Il permet l'appropriation de la nouvelle mission et le développement de compétences spécifiques (vision prospective, coacher un collaborateur, définir un projet commercial). 1 332 managers commerce et 234 responsables commerce en ont bénéficié en 2015.

Pour relancer la promotion interne à tous les niveaux hiérarchiques, le parcours Déclic a été actualisé et deux nouveaux parcours (Passerelles et Talents) ont été créés (cf. ci-dessous).

Pour la population employés, une nouvelle offre de formation intitulée "Cartes en mains" a été créée et déployée en 2015. Cette offre est originale puisqu'elle intègre les domaines du développement personnel et du commerçant connecté, le tout au travers d'une pédagogie ludique. Les modules de formation traitent par exemple du servant leadership, de la relation client, de la prise de parole en public, de l'usage de l'outil informatique, de la confiance en soi ou encore de la compréhension de la construction du prix de vente...

Autant de sujets parmi lesquels les collaborateurs peuvent piocher en fonction de leurs besoins. Sa durée de deux heures pour chaque module la rend facilement déployable.

Près de 911 000 heures de formation ont été dispensées en 2014, soit une baisse de 11,9% par rapport à 2013. Les heures de formation sont également en forte régression au cumul 8 mois (de l'ordre de 20 % tous périmètres confondus).

Plusieurs raisons expliquent cette baisse :

- La formation de « pair à pair » s'est fortement développée durant la période de reporting, notamment au travers de l'équipe professionnalisation mise en place fin 2014. A ce jour, ces actions de formation ne sont pas prises en compte dans le calcul des heures de formation, et ce même si tous les acteurs (direction, collaborateurs, partenaires sociaux) s'accordent sur l'intérêt de cette nouvelle approche.
- Lors de la définition des plans de formation, en octobre 2014, une partie importante de l'encadrement des hypermarchés a été impactée par la mise en place de la démarche PACTE. Les managers se sont en partie désinvestis des entretiens professionnels de leur équipe, car étant parfois en questionnement sur leur devenir au sein de l'entreprise. De ce fait, en janvier 2015, peu d'heures de formation avaient été objectivées.
- Peu de cursus prise de fonction ont été mis en place au cours de l'année 2015, en conséquence de la baisse des effectifs encadrement depuis deux ans. Ce cursus représentait une part importante des heures de formation en 2013.

**OUVRIR LES EMPLOIS À TOUS LES TALENTS ET FAVORISER LA PROMOTION INTERNE**

Auchan France compte plus de 600 métiers, pour la plupart accessibles sans conditions d'expérience ou de diplômes. L'entreprise développe une politique visant à favoriser la diversité des profils recrutés et à permettre à tous les talents d'accéder à l'emploi, avec des dispositifs comme le recrutement par simulation ou les stages d'adaptation.

L'une des priorités de la politique ressources humaines est de permettre à chaque collaborateur de devenir une référence sur son métier. Dans ce but, Auchan propose des opportunités de promotion interne en s'assurant, par exemple, que les postes d'encadrement sont accessibles aux employés.

Pour accompagner l'ensemble des collaborateurs et valoriser leur professionnalisme, la pratique de l'entretien de gestion du développement individuel (GDI) est généralisée depuis plusieurs années. Ayant lieu pour la première fois après 6 mois de présence du salarié dans l'entreprise puis tous les ans, l'entretien de « GDI » est un moment privilégié entre le collaborateur et son manager, permettant de faire le bilan de l'exercice passé.

Il vise en particulier à s'assurer de la qualité de la tenue de poste du collaborateur, à voir avec lui les pistes de progression sur son métier et à proposer une évolution professionnelle.

<sup>4</sup> Institut de Formation à l'Excellence.

Pour les collaborateurs les plus expérimentés, cet entretien est l'occasion de fixer, d'un commun accord, des objectifs pour l'année en cours.

Afin de favoriser le développement des compétences et relancer la promotion interne, différents parcours (Déclic, Talent, Passerelles) sont mis en place avec pour objectif de développer le potentiel des collaborateurs et leur permettre d'accéder à une fonction de niveau supérieur. La prise de fonction sera alors accompagnée par un cursus spécifique (Ecole des managers, Ariane, Pépinières).

A la fin de l'année 2015 :

- 100 personnes auront démarré le parcours Passerelles (pour évoluer d'un statut employé à agent de maîtrise - manager de proximité),
- 90 personnes auront démarré le parcours Talents (pour évoluer d'un niveau manager de proximité à un niveau membre de comité de direction),
- 63 personnes auront démarré le parcours Déclic (pour évoluer d'un niveau membre de comité de direction à un niveau direction).

La mise en place progressive du plan de transformation de l'entreprise, CAP 2020, doit permettre d'élargir les champs de responsabilités de chaque collaborateur et de formaliser un parcours de l'employé, plus cohérent, axé autour de trois grandes étapes : professionnalisation, responsabilisation et finalement promotion.

## INTÉGRER ET PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ

### PROMOUVOIR LA MIXITÉ À TOUS LES NIVEAUX HIÉRARCHIQUES

De 2009 à 2014, Auchan a mené une politique volontariste pour garantir la promotion des femmes aux postes à responsabilités. Ainsi, la démarche « Mixité », menée de 2009 à 2011, a permis à plus de 70 des 85 participantes de bénéficier d'une promotion. « Talents de femme » a quant à elle bénéficié à 108 femmes chef de rayon en 2013 et 2014.

La Direction des ressources humaines a souhaité faire évoluer ces parcours de développement vers des dispositifs destinés à tous, permettant ainsi un effet démultiplicateur. Il s'agit des parcours Passerelles, Talents et Déclic. La diversité a été inscrite dans les 3 parcours comme une des 4 thématiques en fil rouge (avec l'innovation, l'ouverture et le palier personnel et professionnel). Chacun de ces parcours intègre systématiquement une journée dédiée à la diversité et la mixité. Cette approche a été récompensée en novembre 2015 par un Trophée de la diversité décerné par le cabinet Diversity Conseil.

En 2013, Auchan et les partenaires sociaux ont souhaité poursuivre les actions en faveur de l'égalité professionnelle et s'engager sur des actions aux résultats mesurables dans le cadre d'un nouvel accord d'entreprise.

Il s'articule sur quatre grands axes :

- la formation ;
- la rémunération ;
- la promotion professionnelle ;
- l'articulation vie privée et vie professionnelle.

Cet accord a permis la mise en place d'un suivi et d'un accompagnement spécifique en cas d'écart salarial dans certains métiers et la prise en charge de 100% de l'ancienneté durant la première année de congé parental (contre 50% prévu dans la loi). Pour 2016, une campagne sur le partage des responsabilités familiales sera organisée en interne afin de sensibiliser les collaborateurs à cet enjeu et redonner les grandes mesures prévues dans l'accord d'entreprise.

Durant la période de reporting, le nombre de femmes exerçant une responsabilité de manager est en diminution (-13,5%) suite à l'application de PACTE. La part des femmes parmi les managers est toutefois en hausse de 0.8 points, à 36,9%.

#### MIXITÉ

		Evolution
Femmes exerçant une responsabilité de manager	<b>1 727</b>	↘
Part des femmes parmi les managers	<b>36,9%</b>	↗

## S'OUVRIR AU HANDICAP

Dans le cadre de sa politique ressources humaines, Auchan mène depuis 1993 de nombreuses actions en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap. Cet engagement s'est concrétisé par la signature de sept accords d'entreprise successifs, permettant des avancées concrètes.

Fin 2014, le taux d'emploi a atteint 6,03 %, remplissant ainsi l'obligation légale de 6 % de travailleurs handicapés dans l'entreprise. Le nombre de collaborateurs en situation de handicap était de 3840 au 31/12/2014 contre 3 672 à la même date en 2013.

Le 7<sup>ème</sup> accord d'entreprise portant sur la période 2014-2017 s'articule autour de 4 axes majeurs :

- Le recrutement : L'entreprise s'est engagée à recruter chaque année d'application de l'accord : 40 CDI, 50 CDD, 70 contrats d'alternance, 70 stagiaires de plus d'un mois. Pour 2014, ce sont respectivement 29 CDI, 231 CDD dont 66 de plus de 6 mois qui ont été signés ainsi que 54 contrats d'alternance.
- L'insertion et la formation : Auchan s'engage à mettre en place des actions de sensibilisation et de formation auprès des collaborateurs de l'entreprise, dans le but de faire tomber les idées reçues sur le handicap. Des référents handicap sont progressivement formés sur chaque site (2 par site minimum). Ils ont pour mission :
  - d'accueillir et accompagner les nouveaux collaborateurs en situation de handicap,
  - d'accompagner les collaborateurs déjà en poste qui en expriment le besoin,
  - d'être les relais du responsable ressources humaines dans l'animation de la politique handicap, de proposer d'éventuels partenariats avec le secteur protégé.

Fin 2015, plus de 320 collaborateurs ont suivi une formation de trois jours pour devenir référent handicap. Les formations sont aménagées pour être accessibles aux personnes en situation de handicap. Celles-ci sont par ailleurs encouragées et accompagnées dans leurs démarches de bilan de compétences, de VAE ou bilan d'orientation carrière.

- Le maintien dans l'emploi : dans le but d'anticiper et d'éviter le plus possible des situations d'inaptitudes, des commissions de reclassement préventives sont mises en place. Elles permettent de trouver des solutions pour les salariés concernés, notamment par la connaissance des postes disponibles. La mission handicap apporte un soutien financier lors de l'aménagement du poste de travail d'un collaborateur en situation de handicap (par exemple : chaussures de sécurité sur mesure, sièges adaptés, écrans ou logiciels grossissants, transpalettes électriques...). Un budget spécifique est également prévu pour aider les collaborateurs en situation de handicap dans leur accès à l'emploi grâce à différentes mesures : transport spécialisé, formation à l'obtention du permis de conduire, adaptation du véhicule pour les personnes à mobilité réduite, aide à l'hébergement s'il est nécessaire à l'accès d'un emploi, appareillages auditifs, visuels...
- Enfin, des partenariats avec le secteur adapté et protégé continuent d'être mis en place pour des actions de sous-traitance (nettoyage des locaux, entretien d'espaces verts ...).

Lancé en avril 2012, le numéro vert handicap permet de répondre aux collaborateurs ayant des questions sur le sujet du handicap, que ce soit pour eux-mêmes ou pour un membre de leur famille. En cas de besoin, un véritable accompagnement des personnes est offert pour les aider dans leurs différentes démarches.

Plusieurs actions ont été mises en place en 2015 :

- La signature d'une convention nationale alternance et handicap avec l'Agefiph ;
- La signature d'une convention entreprises - université de Lille ;
- La mise en place d'une journée spécifique de recrutement dans toute l'entreprise appelée « Les rencontres Talents et Handicap ».

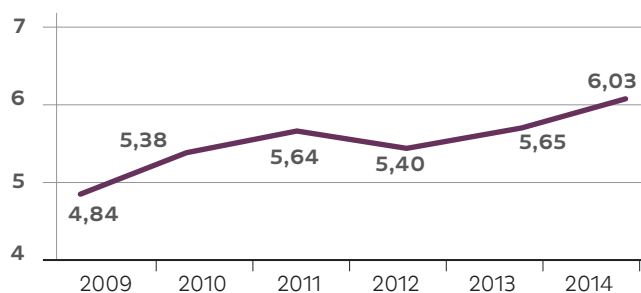
En parallèle, la mission du référent handicap a été réécrite et un appel à candidatures a été lancé dans l'entreprise. Les sites les plus en recul par rapport au taux d'emploi ont continué de bénéficier d'un accompagnement personnalisé et adapté à leur contexte.

### HANDICAP

Salariés en situation de handicap	<b>3 840</b>	↗
Taux de salariés en situation de handicap (2014)	<b>6,03%</b>	↗

### ÉVOLUTION DU TAUX D'EMPLOI DES SALARIÉS EN SITUATION DE HANDICAP DEPUIS 2009

Données du bilan social



## ASSURER LA TRANSMISSION DES SAVOIRS DANS L'ENTREPRISE

Embaucher des jeunes, les accompagner et les former pour leur permettre de développer leur employabilité est un des objectifs de la politique ressources humaines d'Auchan France qui souhaite devenir une entreprise de référence auprès des jeunes et promouvoir l'alternance comme levier majeur de création de ressources.

Dans ce cadre, un accord « contrat de génération » a été signé avec les partenaires sociaux le 30/09/2013.

Cet accord vise 3 objectifs :

- Favoriser l'emploi des jeunes en CDI ;
- Assurer le maintien en activité et le recrutement des salariés âgés ;
- Assurer la transmission des compétences et des savoir-faire.

Les sites (hypermarchés, services centraux, entrepôts logistiques, SAV) établissent des partenariats avec les établissements de niveau secondaire et supérieur en lien avec les métiers exercés. L'entreprise souhaite ainsi transmettre, par l'accompagnement de tuteurs, maîtres d'apprentissages et maîtres de stage, ses savoir-faire aux jeunes en formation

Cet engagement se concrétise par l'accueil de plus de 5 300 stagiaires par an de la 3ème au Master professionnel qui bénéficient de l'accompagnement de professionnels.

La politique alternance d'Auchan s'inscrit dans le cadre de l'accord relatif à « l'orientation et à la formation professionnelle tout au long de la vie » par lequel l'enseigne a souhaité :

- Réaffirmer que l'insertion professionnelle s'adresse à des populations susceptibles d'intégrer l'entreprise (notamment les demandeurs d'emploi, les jeunes et les publics issus des zones à fort chômage) en actionnant tous les leviers de la démarche de diversité,
- Renforcer son engagement en matière d'alternance notamment en s'engageant à recruter plus de 2 100 alternants en 2014, et plus de 2 500 alternants par an à compter de 2015. Ces objectifs ont été dépassés avec 2 374 contrats signés en 2014. Un chiffre qui devrait s'approcher de 2 900 à fin 2015.
- Atteindre un taux de transformation des contrats d'alternance en CDI à hauteur de 15% au minimum.

Les contrats par alternance permettent de développer l'employabilité durable et de qualité des salariés via les mesures d'insertion existantes (apprentissage, professionnalisation).

La politique alternance de l'entreprise s'inscrit dans une démarche "gagnant/gagnant" :

- Pour les alternants : disposer d'une formation qualifiante reconnue permettant de trouver ensuite un emploi durable,
- Pour l'entreprise : recruter des jeunes dans certains métiers de l'hypermarché tels que les métiers de bouche, les métiers de l'encadrement, du commerce, des caisses.

2 374 contrats d'apprentissage et contrats de professionnalisation ont été conclus en 2014 avec des jeunes en vue de l'obtention de diplômes de l'Education Nationale (du CAP au master) ou de certificats de qualification professionnelle de la branche (CQP employés de commerce, hôtes ou hôtesse de caisse). Ces jeunes proviennent d'établissements secondaires et supérieurs ou de CFA, notamment dans les métiers de bouche, et d'organismes partenaires.

Le dispositif d'alternance par intérim créé par la loi Cherpion de 2011 est en cours de test afin de pouvoir continuer à financer les contrats d'apprentissage, notamment pour les alternants bac+3 et bac+5. Un point sera fait au premier trimestre 2016 pour valider ce test et décider son extension éventuelle. Avec plusieurs magasins de la région nord et un magasin de la région sud, une démarche innovante de formation à distance a été initiée pour 8 CQP employé de commerce La progression importante du nombre d'alternants permet d'envisager qu'Auchan France dépassera le seuil du nouveau quota alternance (fixé désormais à 5%).

Comme chaque année, le Grand Prix association étudiante de la Fondation Auchan pour la Jeunesse a été organisé. Il récompense des projets solidaires menés par des étudiants en faveur des jeunes. En 2015, 39 dossiers ont été proposés par les étudiants d'écoles et universités partenaires. La remise de ces prix a été relayée par les magasins avec une importante communication locale et un relais sur les réseaux sociaux avec le soutien de la file recrutement.

Enfin l'entreprise a poursuivi son soutien à l'Association Passerelle handicap qui travaille à faciliter l'intégration d'étudiants handicapés dans les écoles supérieures de commerce et de management.

## PARTAGER LA RÉUSSITE DE L'ENTREPRISE

### PROPOSER UNE RÉMUNÉRATION MOTIVANTE

Malgré un chiffre d'affaires en régression sur la période de reporting, la politique volontariste d'évolution des salaires est maintenue, et ce quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle.

Le système de rémunération d'Auchan est fondé sur le partage des résultats de l'entreprise et se compose :

- d'une partie fixe comprenant le salaire de base et une prime annuelle. La grille des salaires des employés, parmi les meilleures de la profession, débute à 1500 euros bruts par mois ;
- d'une partie variable individuelle ;
- d'un intéressement (prime trimestrielle) ;
- d'une participation annuelle aux bénéfices d'Auchan France ;
- auxquels s'ajoute la possibilité de bénéficier de l'actionariat salarié à travers le fonds commun de placement Valauchan (cf. focus). En 2014, plus de 91 % des ayant droits étaient actionnaires.

Les employés ont vu leurs grilles de référence augmenter de 0,5% en 2015. Les hausses collectives qui leur ont été accordées en 2015 (soit +0,5%) ont été appliquées à l'encadrement en 2015, conformément à l'accord de 1986 relatif à l'individualisation des salaires de base de l'encadrement.

De fait, le forfait moyen des agents de maîtrise a augmenté de 0,8% et celui des cadres de 1,1%.

## FOCUS

L'actuel Plan d'Épargne (PEE) arrivant à son terme le 31 décembre 2015, l'entreprise a proposé son renouvellement aux partenaires sociaux pour le 1er janvier 2016 avec l'accès à un nouveau Fonds d'Actionariat salarié : ValFrance. Le fonds ValFrance se veut le reflet de l'activité Retail France, multi canal et multi format. Il sera composé, hors caisse de rachat, pour 50% d'actions d'Auchan Retail France/Immochan France et pour 50% d'actions Auchan Holding (ex Groupe Auchan).

L'entreprise a proposé aux partenaires sociaux de mettre en place ce nouveau PEE par accord d'entreprise pour le 1er janvier 2016. Néanmoins, en l'absence de communication au moment des échanges des axes stratégiques de la Direction Générale et par manque de visibilité, les partenaires sociaux n'ont pas souhaité apporter leur signature. Ils laissent l'entreprise mettre en place ce PEE de manière unilatérale pour une durée d'un an. Les discussions concernant le renouvellement du fonds auront lieu fin 2016.

### OFFRIR UNE PROTECTION SOCIALE COMPLÉMENTAIRE À TOUS LES COLLABORATEURS

Le projet social de l'entreprise consiste à accompagner ses collaborateurs en leur offrant une protection sociale de qualité, tout en assurant un accompagnement plus spécifique des collaborateurs rencontrant des difficultés (cf. ci-dessous).

Depuis plus de 40 ans, Auchan et les partenaires sociaux font évoluer et complètent les différents dispositifs existants pour répondre aux besoins des collaborateurs. 6 accords d'entreprise ont ainsi été conclus le 23 mai 2013.

Un régime complémentaire santé obligatoire permet de couvrir une famille entière pour moins de 7 € par mois. Il est ouvert à tous les salariés présents depuis plus de six mois dans l'entreprise. D'autres complémentaires, financées en partie par Auchan, sont également disponibles pour les salariés qui veulent bénéficier d'une protection étendue.

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2013, les mêmes garanties prévoyance sont offertes à tous les collaborateurs quelle que soit leur catégorie professionnelle.

Un système d'aides facilite l'accès au logement des collaborateurs. En 2014, plus de 631 collaborateurs ont ainsi été logés avec l'aide de l'entreprise. Chacun peut exprimer sa demande via un site Web dédié, accessible même en dehors de l'entreprise. A fin août 2015, 473 personnes ont été logées avec l'aide d'Auchan (soit +8.25 % par rapport à la même période l'an passé). L'investissement d'Auchan représente plus de 4 730 000 € auquel il convient d'ajouter plus de 2 400 000 € de prêt accordés aux collaborateurs (187 prêts), ainsi que près de 1 600 000 € engagés dans le cadre du Loca-Pass sur la même période.

Depuis de nombreuses années, les collaborateurs bénéficient de dispositifs leur permettant de préparer leur retraite dans les meilleures conditions, (santé, logement, épargne long terme ou de précaution au travers du PEE, de la participation, de Valauchan...). Ils ont été complétés en 2013 :

- Dès 55 ans, Auchan propose des mesures spécifiques à destination des collaborateurs qui expriment le souhait de réduire leur temps de travail plutôt que de continuer une activité temps plein. Elles leur donnent la possibilité de réduire leur temps de travail sans effet sur leur retraite grâce à une indemnité financière compensant la baisse progressive de revenus. Ceux travaillant déjà à temps partiel peuvent cotiser sur un temps plein, l'entreprise prenant à sa charge 80% des cotisations supplémentaires retraite.
- Pour l'encadrement, Auchan a décidé de mettre en place des mesures plus adaptées à la structure de leur retraite, avec un régime de retraite supplémentaire par capitalisation. Ce système est fortement financé par l'entreprise notamment pour les salaires les moins élevés.
- Auchan propose aussi depuis octobre 2013, un moyen d'épargner pour tous les collaborateurs: le PERCO (Plan d'épargne Retraite Collectif), qui complète le Plan d'Epargne Entreprise (PEE). Véritable outil retraite de l'Epargne salariale, Auchan permet aux collaborateurs d'y épargner jusqu'à 5 jours de congés non pris, que l'entreprise abonde à hauteur de 20%.

Plusieurs formations sont proposées sur le sujet de la retraite, adaptées en fonction des préoccupations selon l'âge du collaborateur, à destination des employés et de l'encadrements.

- Préparer sa retraite à 50 ans : elle permet de sensibiliser le collaborateur d'environ 50 ans aux enjeux liés à la retraite.
- Cap 50 : il s'agit d'une formation de sensibilisation à la retraite adaptée à l'encadrement prévue pour être déployée en 2016.
- ATOUT AGE : Elle s'adresse à tous les collaborateurs de 58-60 ans et les aide à préparer leur projet de vie dans le cadre du nouveau départ qu'est la retraite.

L'entreprise a ouvert en décembre 2013 un service d'aide par l'écoute à l'ensemble de ses collaborateurs : « HumaniA ». Ouvert 12 heures par jour, 6 jours sur 7, ce service téléphonique a pour objectif d'aider les personnes à trouver des solutions appropriées aux difficultés qu'elles expriment. Il fournit donc à la fois une aide psychologique (en cas de souffrance au travail ou dans la vie quotidienne) et un accompagnement social (clarification, information, orientation et soutien psychologique et social) pour résoudre des problèmes familiaux, financiers ou de logement par exemple. Les 400 travailleurs sociaux et psychologues du service HumaniA, présents sur tout le territoire national ont reçu plus de 1000 appels depuis son lancement. 487 collaborateurs ont été pris en charge dont 302 dossiers ont fait l'objet d'un accompagnement social et 119 d'une assistance psychologique. Pour 10 dossiers, un accompagnement social de proximité a été engagé. En moyenne, la plateforme reçoit 32 appels par semaine avec une stabilisation à environ 130 appels par mois.

## AMÉLIORER LES CONDITIONS DE TRAVAIL ET ASSURER LA SÉCURITÉ DES COLLABORATEURS

### AMÉLIORER CONSTAMMENT LES CONDITIONS DE TRAVAIL

#### Suivre et traiter les risques santé/sécurité au travail

Depuis 2010, la société Auchan intègre dans son baromètre d'opinion interne (BOI) des questions qui permettent à l'entreprise d'évaluer les risques psychosociaux sur les 4 grandes familles de facteurs. 40 094 collaborateurs (soit un taux de participation à 88%) ont répondu aux questions du BOI entre le 15/09/2014 et le 4/10/2014.

Les résultats ont été communiqués à chacune des directions d'établissement pour détermination et mise en œuvre d'un plan d'actions adaptée à chacune des situations. Les résultats nationaux ont été partagés avec les partenaires sociaux lors d'une réunion paritaire. Malgré une période de grands changements dans un contexte économique difficile, 82% des collaborateurs se déclarent fiers de travailler à Auchan.

Deux populations ont été identifiées comme étant particulièrement sensibles aux incivilités des clients et font l'objet d'un accompagnement spécifique.

La première population est celle du secteur caisse qui bénéficie d'une formation appelée « accueil des clients et gestion des incivilités ». Une simplification des parcours clients est également en cours pour réduire les risques d'énerverment ou d'agacement entraînant des incivilités (cf. ci-après).

Pour permettre aux hôtes et hôtesse de mieux vivre leur mission, des espaces d'autonomie ont été aménagés comme :

- Le choix de la caisse (auto positionnement),
- l'auto pause,
- le choix du planning.

La seconde population est la celle du secteur sécurité. Des formations sont dispensées afin d'éviter que les interpellations ne dégénèrent en situations problématiques.

Dès lors qu'une situation peut être jugée comme traumatisante (braquage, agression, décès sur le lieu de travail...), l'entreprise fait appel à des cabinets spécialisés dans l'accompagnement psychologique. Les collaborateurs témoins ou victimes de ce genre d'événements sont appelés dans les 24 heures par un psychologue afin d'apporter l'aide dont ils peuvent avoir besoin.

En cas de comportements inappropriés (managériaux ou entre collègues), des enquêtes sont réalisées pour établir les faits et d'éventuelles mesures disciplinaires sont prises lorsque les situations sont avérées. Elles peuvent aller jusqu'au licenciement. Par le biais de plusieurs formations, et notamment celle intitulée « Animer et Présider un CHSCT », l'ensemble des directeurs de magasin et des RRH sont formés à la prise en compte d'une alerte et à son analyse.

### Promouvoir le bien-être et la sécurité au travail

Depuis 2013, la Direction des Affaires sociales dispose d'un Pôle qualité de vie au travail (QVT), chargé notamment de la prévention des situations qui peuvent porter atteinte à l'intégrité physique et psychique des salariés.

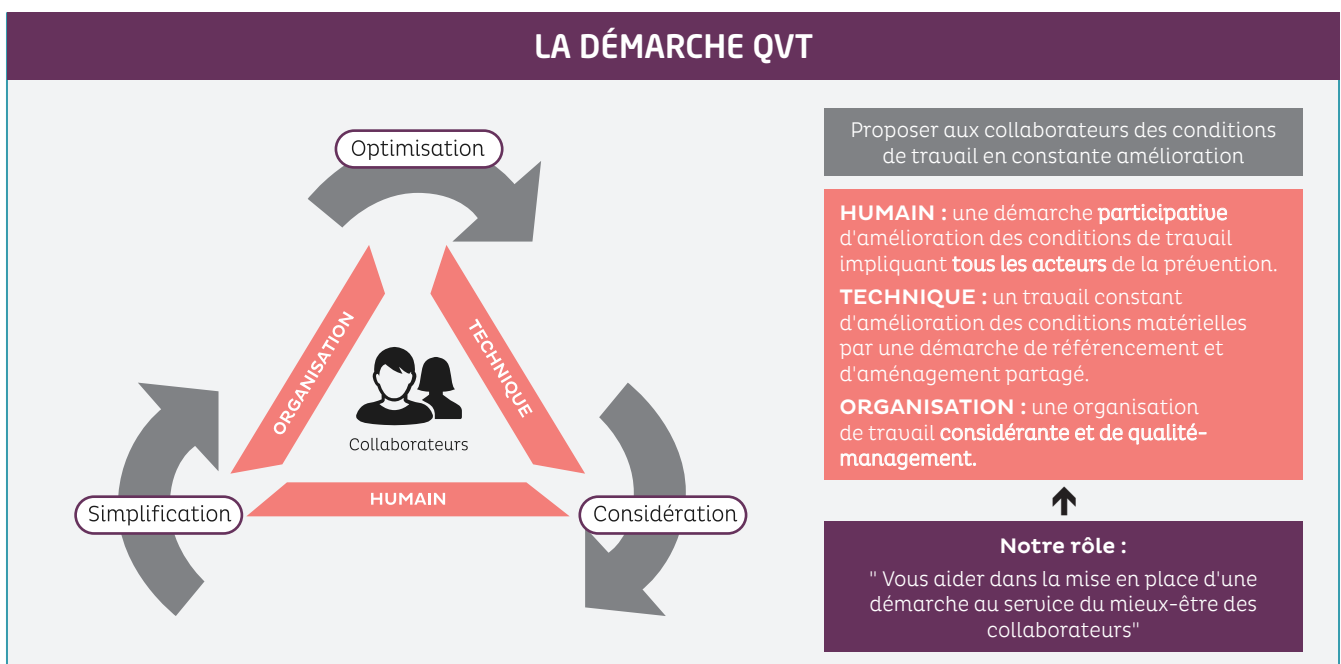
Pour évoluer vers un contenu de travail plus qualitatif, Auchan accompagne ses managers pour que ceux-ci adoptent la posture « Servant-leader » : le manager devient un accompagnateur, un donneur d'envie et d'énergie et un facilitateur qui trouve avec ses collaborateurs les solutions aux problèmes du quotidien.

A terme, ce nouveau mode de management doit générer à terme une situation de mieux être. Pour accompagner ce changement, l'ensemble des managers est progressivement formé en commençant par toutes les directions d'établissement (cf. ci-dessus).

Améliorer le service apporté au client a également des effets bénéfiques en matière de qualité de vie au travail. On peut noter à titre d'exemples différentes mesures de simplification mises en place sur les caisses : Le « oui à l'accueil » (remboursement des articles simplifié), la gestion des prix inconnus (réduction des attentes des clients), le cash management (suppression de la gestion des espèces), la co-construction de l'ergonomie des supports informatiques...

Pour proposer des conditions de travail en constante amélioration, la DRH s'est dotée d'un plan d'actions sur 4 ans de 2014 à 2018. Il repose sur une démarche partagée entre tous les acteurs internes des différents métiers de l'entreprise ainsi qu'avec la participation du service santé au travail et de représentants de l'assurance-maladie. Cette démarche QVT repose sur les 3 volets de la prévention : Humain, Technique et Organisationnel. Au niveau local, des groupes de travail pluridisciplinaires sont en cours de déploiement et réunissent les compétences des collaborateurs pour concilier les impératifs de prévention avec les besoins de l'établissement en matériel performant. En 2015, des actions ont été menées sur chacun de ces trois volets.

### Définition de la qualité de vie au travail et axes de travail de la Direction des ressources humaines





### Sur le volet Humain :

- Un programme de professionnalisation des CHSCT a été mis en place. Il est particulièrement orienté sur la prévention et a été suivi par 77% des directeurs d'établissement et des RRH au 31/08/2015. Une formation de perfectionnement de l'instance est également disponible (60 membres CHSCT formés en 1 an) ainsi qu'une formation destinée aux nouveaux membres (180 bénéficiaires en 1 an).
- Les membres des groupes pluridisciplinaires locaux (RRH/ Responsable sécurité / Responsable Technique) sont formés à la prévention durant 3 jours (60 personnes formées au 30/09/2015). 13 sessions de formation sont prévues sur l'ensemble de l'année 2015.
- La formation des nouveaux embauchés a été retravaillée afin de mieux y intégrer la prévention des risques majeurs.
- Au sein de chacune des Directions Opérationnelles, des référents prévention relais (26 RRH et Responsables sécurité) animent la démarche de prévention et sont aussi acteurs des chantiers prévention réalisés au niveau national.
- Des formateurs, moniteurs et acteurs PRAP<sup>5</sup> continuent d'être formés. L'objectif est de parvenir à terme à deux formateurs sur chaque site.

#### FORMATEURS, MONITEURS ET ACTEURS PRAP PRÉSENTS DANS L'ENTREPRISE AU 31/08

	2014	2015
Formateurs de moniteurs	3	3
Moniteurs	44	200
Acteurs	2935	6707*

\*Dont 2 421 nouveaux acteurs formés sur la période de reporting

### Sur le volet Technique :

Afin de déterminer le matériel le plus adapté à chaque environnement de travail, une procédure de test a été mise en place avec les différentes files métiers. Des mémos avec QR codes (renvoyant à des vidéos) sont également apposés sur le matériel pour sensibiliser les collaborateurs à leur bonne utilisation (cf. exemple ci-dessous).

### Sur le volet Technique :

Au niveau des caisses, des actions ont été mises en œuvre au-delà des innovations réalisées sur les postes de travail.

La polyvalence entre les différents postes d'encaissement (rapid'Auchan, caisse en ligne, caisse Minute, Chariot Express) permet aux hôtes(ses) de caisse d'alterner entre différentes formes d'encaissement et de réduire la sollicitation des membres supérieurs lors des manipulations des articles.

L'accent a été mis sur la nécessité de valoriser le temps consacré à l'installation au poste de travail. Afin de sensibiliser à l'importance de ce moment, divers supports de communication existent. Une vidéo a ainsi été réalisée en reprenant le témoignage d'une hôtesse, ayant 30 ans d'ancienneté et qui applique au quotidien les bons gestes. Un mémo a été réalisé à la suite avec présence d'un QRcode pour revoir la vidéo.

<sup>5</sup> Prévention des risques liés à l'activité physique.

## PRÉVENIR LES ACCIDENTS DE TRAVAIL SUR LES ENTREPÔTS

De nombreux entrepôts ont mis en place des échauffements au travail pour limiter les accidents du travail lors de l'heure qui suit la prise de poste. Le programme de ces échauffements a été élaboré par des kinésithérapeutes qui forment en plus des relais sur chacun des établissements. Cette démarche nécessite de former tous les collaborateurs sur une journée et les référents durant deux journées supplémentaires. Cette démarche a été dupliquée sur certains hypermarchés, notamment en région Ile-de-France.

Par ailleurs, 5 entrepôts logistiques bénéficient désormais d'un label Sécurité (contre 1 en 2013 et 3 en 2014).

La finalité de ce label externe est de garantir un espace de travail sûr de manière à atteindre l'objectif 0 Accident de Travail.

Pour être labellisé, un site doit suivre un guide de 62 items à respecter. Ces items concernent les pratiques et installations en entrepôt, dans les bureaux, en extérieur ainsi que les actions managériales à mener. Pour se réclamer du Label Sécurité, un site doit obligatoirement obtenir un taux de conformité minimum de 95% et avoir connu 150 jours consécutifs sans accident du travail. Les sites logistiques gérés sont audités et notés par un prestataire extérieur. L'obtention du Label n'est pas une finalité en soi mais est surtout le gage d'un haut degré d'exigence

## ÉVOLUTION DES INDICATEURS LIÉS À LA SANTÉ / SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Le taux d'absentéisme maladie est en hausse (+4,4%). Les heures d'absentéisme maladie représentent 4,53% des heures théoriques travaillées. Cette hausse concerne toutes les durées d'absences mais est très sensible sur les arrêts de plus de 90 jours (+10% en heures) et sur les arrêts de 3 à moins de 7 jours (+7%).

Le nombre d'accidents de travail est en baisse sensible (-6%), ce qui représente 310 accidents de moins que l'an dernier. Le taux de fréquence baisse dans les mêmes proportions (-6%).

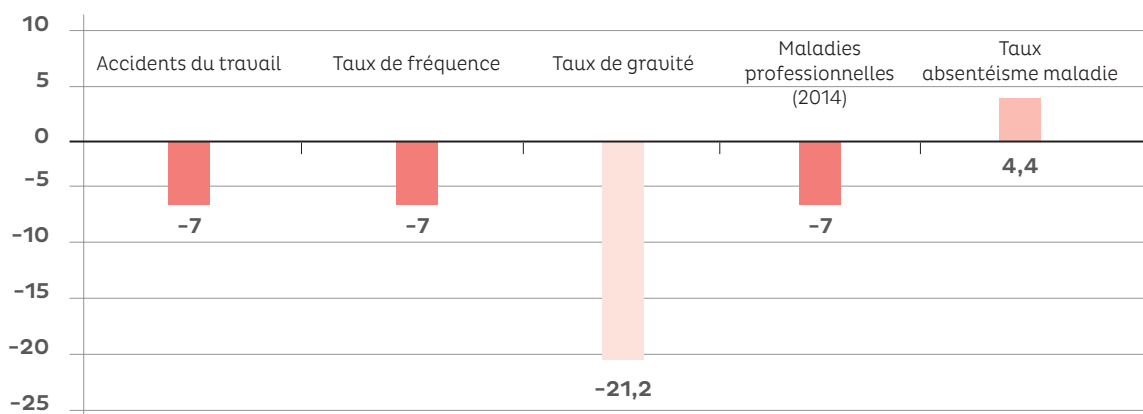
Le taux de gravité est en forte baisse en 2015 (-21,2%), essentiellement à cause d'une modification méthodologique. En effet, l'an dernier les maladies professionnelles étaient comptabilisées dans le calcul des jours d'arrêt de travail dû à un accident.

Le nombre de maladies professionnelles baisse pour la seconde année consécutive (-7%) avec 292 cas en 2014.

### SANTÉ SÉCURITÉ AU TRAVAIL

		Evolution
Nombre d'accidents de travail avec arrêt	<b>4 853</b>	↘
Taux de fréquence des accidents de travail	<b>60,9</b>	↘
Taux de gravité des accidents de travail	<b>1,43</b>	↘
Maladies professionnelles (en 2014)	<b>292</b>	↘
Taux d'absentéisme maladie	<b>4,53 %</b>	↗

### ÉVOLUTION DES INDICATEURS LIÉS À LA SANTÉ / SÉCURITÉ ENTRE 2013



## ASSURER LE RESPECT DES NORMES DE L'OIT

Conformément à la réglementation et aux normes de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), Auchan France s'engage à:

- lutter contre toutes les discriminations en matière d'emploi et de profession ;
- respecter la liberté d'association et du droit de négociation collective ;
- lutter contre toute forme de travail forcé ou obligatoire.

Par ailleurs, Auchan France n'emploie des mineurs (enfant de plus de 16 ans et de moins de 18 ans) que dans le cadre de contrats de professionnalisation ou d'apprentissage, ou bien de « jobs d'été » sous réserve d'accord de l'inspection du travail. En ce qui concerne les audits sociaux des sous-traitants, cf. chapitre Partenaires.



# CLIENTS

## PROMOUVOIR UNE BONNE ALIMENTATION

### PROPOSER UNE OFFRE ACCESSIBLE À TOUS

Tout au long de l'année, Auchan propose :

- une offre alimentaire accessible et de qualité à travers les produits Pouce premiers prix, les 21 références de fruits et légumes premiers prix ou encore le rayon self-discount qui regroupe des produits économiques, vendus en partie en vrac. Les magasins proposent également une offre de produits de qualité à moins de 1 euro en fruits et légumes, viande et surgelés ;
- pour ses clients souffrant d'intolérance au gluten, une gamme de produits « Mieux vivre sans gluten » ;
- une offre de produits issus de l'agriculture biologique accessibles au plus grand nombre : 831 références de produits bio dont 50 à moins de 1 euro tout au long de l'année et plus de 400 références de produits à marque Auchan. Ces derniers sont en moyenne 30 % moins cher que les marques nationales.

Afin de faciliter l'autonomie des personnes non et malvoyantes, sa politique d'étiquetage en braille des produits à marque est unique en Europe et probablement dans le monde. Plus de 2 200 produits Auchan sont à ce jour étiquetés, soit plus de 40 % des produits à marque Auchan alimentaires.

OFFRE DE PRODUITS MDD		Evolution
Produits MDD étiquetés en braille	<b>2 202</b>	=
Produits MDD bio	<b>831</b>	Non comparable

### PROPOSER DES PRODUITS TOUJOURS PLUS SAINS

Pour sensibiliser les ingénieurs produits et packaging à la bonne alimentation, Auchan Production Alimentaire a travaillé depuis 2005 sur les recettes des produits à marque propre, visant à en améliorer les qualités nutritionnelles :

- Depuis 2005, la modification des recettes a permis de réduire le taux en sucre, en sel ou en gras des produits à marque. A volume comparable sur les produits concernés, c'est une économie de 90 tonnes de sel, 800 tonnes de sucre et 810 tonnes de graisse qui a été réalisée ;
- Depuis 2012, une démarche destinée à réduire au maximum l'utilisation d'additifs (colorants, conservateurs, exhausteurs de goût...) dans la composition des produits a été lancée. Les recettes d'au moins 45 produits ont été ainsi reformulées, tout en évitant que la suppression d'un ingrédient n'en modifie la texture ou la stabilité. Pour y parvenir, il peut être nécessaire de précurer certains ingrédients, d'ajouter du jus de citron ou encore de choisir un emballage mieux adapté. Le packaging des produits concernés a ensuite été, dans la plupart des cas, modifié pour permettre aux clients de les identifier plus facilement. Auchan a également lancé trois références de yaourts aux fruits intitulée « Juste trois » comme le nombre d'ingrédients qui les composent (yaourt, fruits et sucre). Ces yaourts intègrent en moyenne deux fois plus de fruits qu'un produit classique ;

- L'enseigne travaille également sur la suppression des graisses hydrogénées ou partiellement hydrogénées dans la totalité de ses gammes, en les remplaçant par d'autres matières grasses. En effet, ce type de graisses contient des acides gras trans, générés industriellement, dont la consommation excessive est peu recommandée. Ce sont ainsi 25 recettes qui ont été reformulées (une recette pouvant être utilisée dans plusieurs plats).

Dans le cadre de la réorganisation d'Auchan Production lancée début 2014, le suivi de la plupart des indicateurs liés au développement durable a été temporairement suspendu. Cette suspension explique l'absence d'évolution des différentes données chiffrées. Durant cette période, la reformulation de produits a fortement freinée, sans que ce travail soit pour autant complétement arrêté.

Le suivi des différents indicateurs sera de nouveau effectif dans le courant du premier trimestre 2016.

## SENSIBILISER TOUS LES PUBLICS À LA BONNE ALIMENTATION

Si les interrogations, voire les inquiétudes, des Français en matière d'alimentation sont importantes, leur niveau de connaissance sur le sujet est paradoxalement assez faible. C'est pourquoi un rôle d'accompagnement et de conseil est parfois nécessaire pour aider les clients qui le souhaitent à adopter une alimentation plus équilibrée.

Un Comité de pilotage sur la bonne alimentation a été constitué mi 2012 pour mobiliser les collaborateurs. Présidé par le directeur marketing et composé d'un Comité Opérationnel, il a recruté plus de 200 « ambassadeurs » répartis sur les magasins et en service d'appuis. 146 d'entre eux ont été formés par une diététicienne et une nutritionniste au module de formation interne "Miam, mais encore".

Les ambassadeurs et le comité travaillent à :

- former tous les collaborateurs aux principes de base d'une bonne alimentation. Début novembre 2015, plus de 4000 salariés ont été formés, contre 1200 collaborateurs fin septembre 2014. Le module de formation sera à terme enrichi de 4 autres modules spécifiques en e-learning dont le premier aura pour thème le « sans gluten » ;
- organiser des actions de sensibilisation auprès des clients;
- formaliser les engagements de l'enseigne sur ce sujet.

Un livret autour de la bonne alimentation a été conçu et envoyé aux 180 000 adhérents du club Rik et Rok, destiné aux enfants de 4 à 10 ans. Il intègre les règles essentielles pour bien se nourrir ainsi que des quizz et jeux.

Une opération sur tract « Semaine équilibrée » a été proposée au national mettant en valeur les clés d'une bonne alimentation. Chaque produit au catalogue était accompagné de la couleur de son groupe d'aliments pour sensibiliser les consommateurs et les inciter à varier leurs habitudes alimentaires.

Pour rendre accessible une bonne alimentation, les marges des fruits et légumes sont volontairement limitées. Pour répondre à l'évolution de la demande et continuer à proposer une vaste gamme de produits frais et sains pour la santé, Auchan développe la fraîche découpe : une offre de fruits « préparés » pour être immédiatement consommables par les clients. Lorsque ceci est possible, ce service est directement assuré par les équipes magasins ce qui permet de réduire l'empreinte carbone du produit.

## PROPOSER DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

### S'ENGAGER À PROPOSER DES PRODUITS PLUS « VERTS »

L'objectif de l'entreprise est de répondre aux attentes actuelles des consommateurs qui souhaitent prendre en compte des aspects environnementaux et sociétaux dans leurs comportements d'achat. La politique de l'enseigne consiste à mieux les informer et à proposer des solutions pratiques, économiques et écologiques qui leur permettent de :

- réduire l'impact de leur consommation sur l'environnement, à travers des produits moins consommateurs d'énergie et/ou de ressources naturelles et en limitant le gaspillage alimentaire ;
- choisir des alternatives performantes aux modes de consommation classiques (produits écolabellisés, biologiques...) que ce soit via l'offre de marques nationales ou avec des produits à marque Auchan (gammes Mieux Vivre Environnement, Mieux Vivre Bio et Équitable) à des prix accessibles, en alimentaire, entretien de la maison, jardin, etc. ;
- mieux recycler leurs produits usagés (cf. p. 25) grâce à des systèmes de collecte agréés situés à l'entrée de ses magasins.

Par ailleurs, dans les rayons traditionnels à fort impact environnemental (boucherie, poissonnerie, fruits et légumes), les équipes mettent chaque année à jour les « Classeurs Verts ». Développés en 2012 sur un modèle lancé par les équipes fruits et légumes, ces outils de travail permettent de mettre à plat l'ensemble des problématiques de développement durable liées au marché en prenant en compte le cycle de vie total des produits, de la production à la commercialisation en passant par le transport, ainsi que les contraintes et besoins de toutes les parties prenantes (producteurs, transformateurs, magasins et consommateurs).

OFFRE DE PRODUITS BIO	Evolution
Nombre de références bio (MDD et marques nationales)	6 957

## RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS DE MATIÈRES PREMIÈRES

Dans le cadre de partenariats avec ses fournisseurs, l'entreprise travaille pour réduire l'utilisation de matières premières vierges sur ses conditionnements. Ce travail passe par la réduction du poids de l'emballage à proprement parler ou par l'introduction de matières recyclées dans les produits. Depuis le lancement de cette démarche, ce sont près de 11 000 tonnes de matières premières vierges qui ont été économisées. Ces économies stagnent cependant depuis quelques années car les principales pistes de progrès ont déjà été repérées et travaillées. En outre, les chefs de produits intègrent de plus en plus l'optimisation des emballages dès la conception des produits.

Pour aller plus loin dans l'éco-conception des produits, sans s'en tenir exclusivement aux emballages, l'enseigne a établi en 2013 une cartographie des différents impacts environnementaux (formules, recettes, process et emballages) de ses gammes de produits. En plus de cette analyse générale, 30 éco-profilés de produits ont été effectués. Grâce à ces cartographies, les bénéfices environnementaux d'une reformulation des produits peuvent être évalués en amont.

Depuis 2014, les briques alimentaires à marques sont fabriquées à partir de carton labellisé FSC (Forest Stewardship Council), issu de forêts exploitées de manière responsable.

Depuis plusieurs années, dans le cadre d'un partenariat externe, Auchan remplace les caisses en cartons à usage unique utilisées pour les fruits et légumes par des caisses vertes en plastique réutilisables.

Equipées d'une puce RFID, ce nouveau contenant permet une traçabilité plus simple du produit. Avec en moyenne 250 000 lectures efficaces par semaine soit environ 14 millions par an, Auchan est l'une des toutes premières enseignes à intégrer cette technologie à cette échelle, ce partenariat restant à ce jour le plus grand projet mondial de suivi à l'unité de matériels par RFID.

Solution permettant de réduire les emballages inutiles et de lutter contre le gaspillage alimentaire, l'offre vrac des magasins est progressivement étendue avec le concept : « D'ici et d'ailleurs ». Ce nouveau rayon offre aux clients la possibilité d'acheter sur-mesure des produits de haute qualité à travers une sélection variée de 400 références de produits d'épicerie fine et frais, porteurs de labels: fruits secs et fruits coques, épices et herbes, thés, cafés, produits de base pâtisseries (poudre d'amande, sucres aromatisés...), olives, céréales, confiseries...

Auchan travaille pour s'adapter à la loi sur la transition énergétique qui entre en vigueur en 2016 et qui interdit la distribution de sacs plastiques de caisse à usage unique ayant une contenance inférieure à 20 litres et d'une épaisseur inférieure à 50 microns. Depuis 2006, l'enseigne ne distribue plus de sacs gratuits et a développé une alternative à son sac de 40 microns, qui tombe sous le coup de l'interdiction. Cette solution fabriquée à partir de plastiques souples issus des magasins Auchan sera disponible au premier semestre 2016.

## PROPOSER DES PRODUITS NE NUISANT PAS À LA BIODIVERSITÉ

Auchan est particulièrement attentif à la préservation de la biodiversité et s'engage lorsque cela est nécessaire sur les sujets liés aux produits vendus en magasins.

A ce titre, sur le rayon poissonnerie, l'entreprise a arrêté la commercialisation de toutes les espèces menacées de requins en 2009 ainsi que celle de l'anguille en 2011. Par ailleurs, Auchan propose certaines espèces d'une taille supérieure à la réglementation européenne afin d'atteindre le seuil nécessaire à leur reproduction et s'interdit de commercialiser certaines espèces (bar sauvage notamment) pendant leur période de reproduction. A chaque fois, ces engagements, parfois coûteux sur le plan économique, ont été pris parce qu'ils répondaient à une problématique importante faisant l'objet d'un consensus au sein de la communauté scientifique.

Soucieux de la préservation du milieu naturel et respectueux de ses partenaires, Auchan a décidé fin 2013 de suspendre la commercialisation de toutes les espèces qui nécessitent un chalutage de très grand fond (en particulier le grenadier) et de ne plus s'approvisionner en poissons pêchés au-delà de 800 mètres de profondeur.

Par ailleurs, la totalité des filets de cabillaud vendus en rayon surgelés en libre-service sont certifiés MSC, un écolabel attestant que l'entreprise qui a prélevé le poisson s'inscrit dans un principe de durabilité et de respect de l'environnement. La totalité des approvisionnements en filets de cabillaud a en effet été confiée à la Compagnie des pêches de Saint-Malo, une PME française attentive au respect de l'environnement marin, des ressources et des hommes.

Lorsque cela est possible, l'huile de palme est supprimée de la composition des produits à marque Auchan. L'objectif est d'améliorer la qualité des produits et la traçabilité de la chaîne d'approvisionnement. Depuis 2005, l'enseigne a ainsi reformulé les recettes de plus 280 produits (gammes Baby, Rik et Rok pour les enfants de 6 à 10 ans, viennoiseries, sandwiches, biscuits apéritifs...), permettant d'économiser l'équivalent de 1 542 tonnes d'huile de palme.

Parallèlement, pour certains produits pour lesquels il est très difficile de se passer d'huile de palme, Auchan impose à ses fournisseurs d'utiliser dans la composition de leurs produits une huile de palme traçable qui :

- est en conformité avec les lois et réglementations ;
- protège les forêts à haute valeur de conservation ;
- assure le consentement libre informé et préalable (CLIP) des populations locales ;
- protège toutes les tourbières ;
- protège des forêts à forte concentration en carbone.

Depuis 2011, Auchan a formalisé sa politique forêt. Ce plan d'actions précis et concret s'appuie sur l'expertise dans la gestion responsable des forêts de The Forest Trust (TFT), une organisation à but non lucratif. Sa mission est d'accompagner l'enseigne dans la mise en œuvre de sa politique, en analysant les chaînes d'approvisionnement des produits ayant un impact sur la forêt. Compte tenu du nombre de produits dérivés du bois, une priorisation des commodités à traiter a été décidée. Ce choix s'est porté sur le charbon de bois, les meubles d'intérieur et extérieur.

La mise en œuvre effective de cette politique s'articule en 3 étapes :

- Tout d'abord, augmenter la connaissance des chaînes d'approvisionnement en réalisant une cartographie des produits vendus à marque propre afin de connaître le parc des fournisseurs amont et les bassins de production et d'évaluer ces filières grâce au concours de TFT.
- Une fois ces informations consolidées, former les équipes achats aux différentes sources responsables de production et de transformation à même d'être tracées.
- Enfin, à chaque nouvel appel d'offre, demander, avant référencement, les informations permettant de mesurer la conformité du produit avec les règles définies.

Après avoir bien avancé sur le bois – 100 % du mobilier de jardin commercialisé est ainsi certifié FSC (Forest Stewardship Council) ou TFT – Auchan a poursuivi cette démarche sur le papier et le charbon de bois à sa marque. Ce dernier provient par exemple à 100 % de forêts françaises gérées durablement.

## FAVORISER LES GESTES ECO-CITOYENS

### LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

En France, un aliment sur trois finit à la poubelle. Même si la part de la grande distribution dans ce gaspillage est bien plus faible que celle des producteurs ou des consommateurs, il s'agit d'un enjeu majeur de développement durable. En 2013, Auchan a ainsi signé le pacte national contre le gaspillage alimentaire en collaboration avec le ministère de l'agriculture.

Par ailleurs, l'enseigne a développé la pratique du BOGOFL (buy one, get one free later) dans ses magasins : pour un produit acheté dans le cadre de ces promotions, le même produit est gratuit la semaine suivante. Le but est d'optimiser les achats pour le client et d'éviter le gaspillage à la maison sur les produits à date de péremption courte. Chaque mois depuis mars 2013, la dernière page de couverture des tracts propose une offre de produits en BOGOFL.

Par ailleurs, pour limiter le gaspillage alimentaire :

- les magasins suivent et analysent quotidiennement les statistiques des produits non vendus ;
- les magasins proposent des produits en vrac, permettant à chacun de choisir une quantité correspondant à ses vrais besoins ;
- les magasins vendent à prix réduit certains produits à DLC (dates limite de consommation) proches qui sont alors signalés par étiquetage ;
- Auchan Production travaille sur l'adaptation des portions ;
- l'enseigne assure des formations en interne ;
- les équipes sur site pratiquent au quotidien le don alimentaire (cf. page 48).

Par ailleurs, la file approvisionnement-logistique travaille à une révision des clauses contractuelles pour réduire la casse chez ses fournisseurs (cf. page 43).



## PROMOUVOIR LES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE CHEZ LES PARTICULIERS

A la suite des engagements pris au niveau européen sur une diminution de la consommation d'énergie à l'horizon 2020, la France a mis en place une nouvelle politique énergétique à travers la loi POPE<sup>6</sup>. Issu de cette loi, le dispositif CEE (Certificats d'Économies d'Énergie) oblige les vendeurs d'énergie, rejoints depuis janvier 2011 par les sociétés distributrices de carburant, à promouvoir activement l'efficacité énergétique auprès de leurs clients.

Directement concerné par ce dispositif, Petrovex, filiale de Groupe Auchan, a créé la Prime Eco Energie Auchan, un programme de sensibilisation et d'incitation des particuliers à la réalisation d'économies d'énergies. Il repose sur une démarche globale de conseil et d'aide financière aux consommateurs.

Les clients peuvent ainsi recevoir jusqu'à 2000 € sur leur carte de fidélité Waaoh! pour des travaux d'éco-rénovation réalisés dans leur logement. Pour cela, il leur suffit de s'inscrire sur le site <http://www.prime-eco-energie.auchan.fr>, puis de contacter l'artisan de leur choix pour la réalisation des travaux et enfin d'envoyer les pièces justificatives dans les 3 mois suivant la fin des travaux. Ils peuvent ensuite dépenser leur prime dans tous les magasins Auchan.

Depuis le lancement du programme en décembre 2010, plus de 50 000 clients ont ainsi bénéficié du conseil et des aides financières. Depuis le début du programme, les économies d'énergie se montent à 7,5 TWh cumac, dont 1,5 pour la seule année 2015.

Ce programme est devenu en 2014 le premier programme de ce type en France à recevoir la certification Qualicert. Fruit d'une démarche volontaire, la certification est attribuée pour 3 ans suite à un audit externe.

Les services sont évalués chaque année par l'organisme certificateur afin de vérifier le respect au quotidien des engagements pris. Cette certification répond à 18 critères de qualité de services. Pour répondre au mieux aux besoins de ses clients, Auchan s'engage notamment sur :

- la qualité d'accueil des conseillers et l'information délivrée ;
- la compétence des gestionnaires sur le traitement des dossiers ;
- l'évolution constante du site Prime Eco Energie Auchan selon les changements de réglementation ;
- l'information à chaque étape d'avancement d'un dossier et la rapidité de son traitement ;
- l'engagement dans le Développement Durable ;
- l'écoute des clients et l'attention à leur satisfaction.

Pour les consommateurs, cette certification atteste de la qualité du service, en phase avec leurs attentes. Pour l'entreprise, cette démarche permet de mettre en avant le professionnalisme et le sens du service de ses collaborateurs.

## ASSURER LA REPRISE EN MAGASIN DE MATÉRIELS USAGÉS ET FACILITER LE RECYCLAGE

Via des « meubles environnement », les clients peuvent déposer des ampoules, piles, cartouches d'encre, petits équipements électriques, etc. dans tous les magasins. Ces meubles ont été mis au point dans le cadre de la participation partenariat d'Auchan à Écosystèmes, organisme à but non lucratif agréé par les pouvoirs publics. Sur la période de reporting, 332 tonnes de piles, 3292 tonnes de D3E<sup>7</sup>, 50 tonnes de lampes et tubes et 40,9 tonnes de cartouches d'encre ont ainsi été collectées.

Auchan a lancé une offre commerciale permanente pour favoriser la reprise des cartouches d'encre, ce qui constitue une première en France pour le secteur de la grande distribution alimentaire. Plus de 7 tonnes de cartouches ont ainsi été récupérées.

Par ailleurs, depuis 2014, tous les nouveaux packagings des produits à marque incluent des consignes de tri pour faciliter le tri et le recyclage des déchets produits par les clients.

## FOCUS

### DONNONS UNE SECONDE VIE À NOS BOUTEILLES

La Société Roxane, fabricant de la marque Cristaline souhaitait intégrer une filière de recyclage pour la fabrication de ses bouteilles plastiques. Pour s'assurer un approvisionnement en matières recyclables exploitables, Roxane a décidé de monter avec Auchan un partenariat original.

Les clients de 16 hypermarchés du Nord sont incités à déposer dans une machine leurs bouteilles usagées contre un bon d'achat symbolique (1 centime d'euros par bouteille) immédiatement utilisable. Les bouteilles sont ensuite broyées et transformées en une nouvelle matière première. Au final, le client est sensibilisé sur l'importance de l'acte de tri, la société Roxane accède à une nouvelle source de matière recyclable et Auchan capitalise sur sa fréquentation client. Aujourd'hui, c'est plus de 4,9 millions de bouteilles qui ont pu être récupérées et recyclées depuis le début de ce partenariat, dont plus de 780 000 bouteilles pour le seul mois de septembre 2015.

<sup>6</sup> Loi de Programmation fixant les Orientations de la Politique Énergétique.

<sup>7</sup> Déchets d'équipements électriques et électroniques.

## MOBILISER TOUS LES PUBLICS AUTOUR DU RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

Pour sensibiliser les clients et le jeune public, les magasins lancent de nombreuses initiatives locales dans les galeries marchandes ou à l'extérieur.

De nombreux magasins organisent des « salons du développement durable » sur une ou plusieurs journées, animés en partenariat avec des associations locales. Certains magasins nouent également des partenariats avec des écoles (primaires ou collège) autour du monde des déchets. A travers la visite des pôles déchets en magasin, les enfants sont sensibilisés à l'importance du tri.

Dans le cadre de sa feuille de route RSE 2015, Auchan France a initié l'opération "A la découverte des secrets du potager". Durant le mois de mai, les enfants membres du club Rik et Rok ont pu être sensibilisés à la question du changement climatique et de l'adaptation des cultures maraîchères. Les enfants présents lors des animations en magasin ont notamment reçu des graines de plantes résistantes aux modifications du climat.

A l'occasion du sommet mondial pour le climat tenu à Paris, 85 hypermarchés français et galeries Immochan se sont associés afin d'organiser une exposition itinérante destinée à montrer aux jeunes publics et à leurs familles, quels sont les grands enjeux du réchauffement climatique et quels sont les leviers d'action à grande échelle qu'Auchan a mis en œuvre, comme ceux à la portée de tous. Six panneaux pédagogiques, illustrés par une mascotte et organisés de façon ludique ont abordé les thématiques de l'énergie, des modes de déplacements alternatifs à la voiture, de l'empreinte carbone de notre alimentation, de l'adaptation aux conséquences du changement climatique, sous le prisme du positivisme et de la responsabilisation de tous. De nombreuses écoles ont été invitées à découvrir l'exposition et des animations ont été proposées par les clubs Rik et Rok ou des équipes du magasin.

## GARANTIR DES PRODUITS SAINS

### GARANTIR LA SÉCURITÉ DES PRODUITS VENDUS

L'entreprise a réalisé en 2015 près de 1500 audits basés sur le référentiel d'inspection IFS Food auprès de ses fournisseurs. 25 000 prélèvements sur des produits vendus ont également été analysés. Chaque fournisseur de produits alimentaires doit obtenir un visa qualité et signer un contrat de sécurité alimentaire.

Auchan France garantit le respect de la chaîne du froid et assure des relevés quotidiens de températures sur tous les magasins. Pour s'assurer qu'aucun produit n'est proposé aux clients avec une date limite de consommation (DLC) dépassée, ceux-ci sont retirés 1 jour, 1 semaine ou 1 mois (selon leur durée de vie) avant leur DLC ce qui laisse aux clients le temps de les consommer.

30 000 analyses bactériologiques ont été réalisées en 2015 sur les produits fabriqués en magasins. Depuis 2011, 100% des magasins à enseigne Auchan sont contrôlés chaque trimestre. Ces contrôles sont réalisés selon le référentiel d'inspection IFS Food Store.

Les inspections peuvent durer jusqu'à deux jours selon la taille des magasins et ont lieu de manière inopinée. Elles sont assurées par des laboratoires indépendants (accrédités comme organismes d'inspection : ISO 17020) qui vérifient dans chaque rayon le respect de la réglementation, de la sécurité alimentaire et de la démarche qualité de l'enseigne.

Par ailleurs, 83 magasins<sup>8</sup> ont enregistré 100% d'analyses satisfaisantes, soit treize de plus qu'en 2014. Ce résultat a notamment été obtenu grâce à l'installation de distributeurs automatiques sur les plonges des magasins. Ce système permet par ailleurs de réduire les risques pour les collaborateurs, qui ne sont désormais plus en contact avec des produits non dilués.

## ENGAGER TOUS LES MAGASINS POUR GARANTIR UNE QUALITÉ OPTIMALE DES PRODUITS

Les résultats des inspections sont complétés par des critères d'évaluation propres à Auchan France tels que la politique fraîcheur, la qualité des productions dans les ateliers, le niveau de maîtrise de la maintenance des installations ou encore le niveau de formation des équipes.

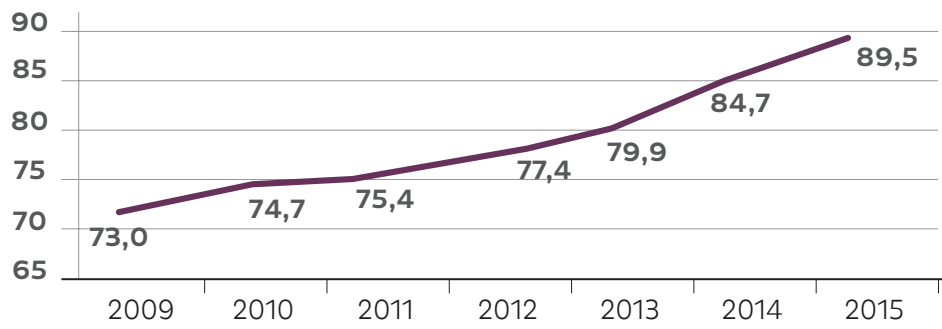
L'ensemble de ces démarches qualité aboutit à la création d'un tableau de bord général, actualisé tous les trimestres. Les magasins y reçoivent une note exprimée sur 100. Ce système de notation permet à Auchan d'évaluer sa politique qualité et de créer une véritable émulation entre magasins.

Le magasin arrivé en tête de ce tableau ainsi que les magasins les mieux classés sur chaque région reçoivent des Trophées Qualité. En 2014, l'hypermarché de Pau a obtenu le Trophée Qualité national avec un résultat de 96,12, devant les magasins de Cognac et du Pontet.

Entre 2010 et 2015, à méthodologie constante, la note moyenne des magasins a progressé de près de 15 points, passant de 74,7 à 89,5.

<sup>8</sup> Y compris les Halles d'Auchan.

**MOYENNE DES NOTES DES MAGASINS DEPUIS 2009**





# PARTENAIRES

## SOUTENIR DURABLEMENT LE MONDE AGRICOLE

### NOUER DES PARTENARIATS DE CONFIANCE AVEC LE MONDE AGRICOLE

L'enseigne s'est engagée depuis 2011 auprès de l'Observatoire des prix et des marges à partager les informations concernant ses tarifs. Selon cet organisme, les marges nettes des enseignes de la grande distribution (dont Auchan France) ne dépassent pas en moyenne 2 % en alimentaire. Ses travaux montrent que les marges réalisées par la grande distribution sont en baisse régulière depuis 2011.

Depuis 2012, l'enseigne signe chaque année l'Accord sur la modération des marges sur les fruits et légumes. Il consiste à soutenir la production en cas d'effondrement des cours d'un produit, notamment en n'appliquant pas une marge supérieure à celle habituellement pratiquée sur le produit concerné pendant cette période, afin d'accélérer l'écoulement des stocks.

Acteur impliqué, Auchan a réaffirmé ses engagements en faveur de la production agricole française en 2015. Il a notamment participé aux réunions de concertation sur la crise des filières et pris des mesures en soutien aux éleveurs.

- Il s'est engagé à répercuter à l'achat les évolutions hebdomadaires des marchés sur la viande bovine et à appliquer dans ses prix d'achat un écart positif par rapport à la cotation du marché pour les bovins français.
- Sur le porc, Auchan a augmenté significativement ses prix d'achat pour soutenir la remontée du cadran. A terme, Auchan veut soutenir les cours au travers de ses filières pour permettre aux producteurs de couvrir en permanence leurs frais de production.
- Enfin sur le lait, en février, l'enseigne a décidé d'acheter sur une base de 365 € les 1000 litres au second trimestre, sur quatre catégories de produits (lait de consommation, emmental, beurre et crèmes) pour les produits Auchan et Pouce 1<sup>er</sup> prix.

En dehors de situations de crises, Auchan s'efforce de nouer des partenariats durables et de développer des filières exigeantes et engagées.

Avec sa démarche « Filière responsable », Auchan s'engage et garantit à tous les habitants de trouver durablement des produits bons, sûrs et sains. 4 fois par an, le comité filière Auchan se réunit pour étudier les dossiers des produits qui pourront ou non être validés. Composé de 8 personnes, il regroupe des spécialistes d'Auchan et des personnalités extérieures qui examinent ensemble les dossiers. L'évaluation de ce comité repose sur un socle commun de 4 piliers :

- Une origine et une traçabilité maîtrisée ;
- Une démarche respectueuse des hommes qui les produisent (emploi, équité, pérennité, terroir...) ;
- Des modes de production respectueux de l'environnement (eau, CO<sub>2</sub>, traitement, bien-être animal...) ;
- Une approche rentable et durable pour les acteurs des filières avec un prix accessible pour le consommateur.

Les produits filières pré-emballés bénéficient d'un sticker reprenant le logo « filière responsable engagée pour vous », permettant de les mettre en valeur. Cette nouvelle démarche vient aussi récompenser des partenariats anciens. C'est notamment le cas du partenariat qu'Auchan entretient avec 300 éleveurs de veau de l'Aveyron et du Ségala depuis 20 ans (et dont la viande certifiée label rouge représente 25% des ventes d'Auchan sur ce produit).

Auchan travaille également à la mise en place de partenariats tripartites, permettant d'assurer un juste niveau de rémunération pour l'ensemble des acteurs. Auchan a d'ores et déjà adopté ce mode de relations contractuelles sur lune filière lait avec le transformateur LSOH et les éleveurs de la Vallée de la Loire, ainsi qu'avec des éleveurs de porc et les transformateur Bigard pour la filière Le Porcilin.

## FAVORISER LA PRODUCTION FRANÇAISE ET LOCALE

Le parti pris est d'augmenter l'offre de produits alimentaires français en se fournissant prioritairement auprès de producteurs français quand les disponibilités de matières sont suffisantes et lorsqu'un équilibre qualité/prix satisfaisant pour le consommateur est possible.

Hors bananes et agrumes, les fruits et légumes sont à plus de 65% d'origine française (dont par exemple 100% des pommes de terre). L'enseigne propose aussi plus de 100 % de produits français sur la viande et sur le bœuf<sup>9</sup>, le porc frais, les volailles, le canard, le lapin ; 100 % sur les œufs ; 90 % sur les huîtres, coquillages et crustacés vivants.

Auchan favorise l'information des clients sur les produits alimentaires « made in France » par un système d'affichage en magasin : logo « pavillon France » sur la poissonnerie, logo viande de porc française et viande de bœuf française, logo origine France garantie, etc...

Le travail sur la réduction de la chaîne d'approvisionnement en fruits et légumes s'est poursuivi afin de favoriser la production locale, réduire le temps entre la récolte et l'arrivée en rayons, limiter la casse et les coûts liés au transport, pour faire bénéficier au consommateur d'économies et de produits plus frais.

La part de la production locale varie en fonction des zones de production. L'enseigne assure par exemple 70 % de son approvisionnement en salade chez des producteurs locaux et plus de 50 % de ses achats en pommes de terre régionales.

Aujourd'hui, en moyenne, environ 36 % des fruits et légumes (hors bananes et fruits exotiques) commercialisés dans un magasin sont produits dans un rayon de 50 km autour du site.

Afin de valoriser la qualité du travail réalisé par les producteurs locaux qui fournissent les hypermarchés, un balisage spécial est mis en place dans les rayons. Les magasins répondent ainsi à une demande des consommateurs, attirés par les produits du terroir, tout en contribuant au rayonnement économique de leur zone d'implantation et à la notoriété du producteur. Cette démarche est régulièrement complétée par des opérations commerciales visant à valoriser les produits locaux.

## DÉVELOPPER LA CO-CONSTRUCTION ET PROMOUVOIR LES PME

### ÉTABLIR DES RELATIONS DURABLES AVEC LES PME

Les petites et moyennes entreprises permettent de proposer une large gamme de produits de qualité et à chaque magasin de développer son propre projet commercial grâce à une offre complémentaire locale. Nouer avec elles des partenariats durables est donc un objectif prioritaire d'Auchan qui, pour y parvenir, s'engage dans la simplification de ses procédures, la mise en place de solutions innovantes et la co-construction.

Selon les chiffres de l'institut Nielsen pour la Fédération des entreprises et entrepreneurs de France (FEEF), Auchan est l'enseigne de la grande distribution dont la part du chiffre d'affaires réalisés avec des produits PME est la plus importante. Fin 2014, cette part atteint 18,5% du chiffre d'affaires en alimentaire de l'entreprise, dont 5,5% pour les TPE (entreprises de moins de 2 millions d'euros de chiffre d'affaires).

Pour simplifier la relation au quotidien avec les PME, l'entreprise :

- reçoit toutes les questions, remarques, réactions ou réclamations via une adresse e-mail unique (pme@auchan.fr) afin d'apporter des solutions rapides (sous 8 jours) et personnalisées ;
- anime un canal unique d'informations, « la voix des PME ». Ce système facilite les échanges entre les entreprises et un interlocuteur désigné pour chaque magasin de l'enseigne. Au niveau régional, ce sont 9 directeurs de magasins qui sont en charge de l'animation de la relation PME. Les interlocuteurs magasins sont notamment en charge du référencement local et ont tous bénéficié d'une formation spécifique ;
- simplifie, avec la Direction qualité, les audits avant référencement pour les entreprises membres d'organismes de valorisation des produits régionaux avec qui Auchan possède des relations durables. Sont notamment concernés les organismes : "Bonjour l'Auvergne" "Saveurs Périgord", "Produit en Bretagne" "Produit en Poitou Charentes" ;
- fait connaître et anime au quotidien la Charte Auchan. Ce document, réalisé à destination des acheteurs, présente les engagements de l'enseigne envers ses fournisseurs : honnêteté, ponctualité, respect de la parole donnée, etc....

<sup>9</sup> Sauf sur le bœuf Angus.

L'entreprise propose des solutions innovantes pour répondre aux besoins spécifiques de ces partenaires :

- La plateforme ASAP, lancée en 2013, permet aux entreprises de suivre en temps réel les factures bonnes à payer et aux PME de bénéficier de paiements anticipés. Cette facilité de paiement, assurée via des banques partenaires, est proposée à des taux compétitifs. Les paiements restent, grâce à cette solution, une dette commerciale et assurent aux entreprises une nouvelle source de trésorerie sans impacter leurs lignes de financement ;
- Un travail systématique est effectué pour détecter les catégories où un besoin de produits français existe dans les différents pays d'Auchan Retail. La mise en place fin novembre 2015 d'une « marketplace » accessible à tous ces pays doit notamment permettre de faciliter l'export des produits de PME françaises sur ces marchés.

Auchan favorise la co-construction et simplifie ses processus de référencement de produits régionaux :

- En juillet, 280 entreprises adhérentes à la FEEF ont été accueillies au Grand Palais à Lille pour participer au 2ème salon national des PME (contre seulement 120 entreprises en 2014). Ce rassemblement a permis aux collaborateurs des services centraux et des magasins de l'enseigne de rencontrer directement avec les PME qui leur ont présenté leurs meilleurs produits fabriqués en France. Pendant la journée les participants ont voté pour les 40 produits les plus innovants qui ont été directement référencés et mis en vente dans tous les magasins pour une période d'un an.
- Auchan a organisé 7 forums régionaux avec les PME afin de développer le référencement de produits du terroir. Durant ces événements, les entreprises ont pu présenter sur des stands mis gratuitement à leur disposition leurs nouveaux produits aux responsables des magasins de la région (directeurs, chefs de secteur, chefs de rayon).
- L'enseigne a participé activement à tous les ateliers de la FEEF et du club Agro Développement qui la concernent pour échanger sur des problématiques communes avec les entreprises membres. Elle a notamment travaillé avec la FEEF sur les questions liées à l'approvisionnement-logistique, l'export, etc.

## FOCUS

### SIGNATURE D'UN ACCORD ENTRE AUCHAN FRANCE ET LA FEEF

Début septembre 2015, Auchan France et la FEEF ont signé une Charte d'engagements instaurant un cadre de négociations privilégié et durable. Cet accord prévoit notamment un renforcement massif du dispositif de soutien à la trésorerie des PME à travers :

- le dispositif de paiement anticipé ASAP ;
- la baisse de 10 jours des délais de paiement pour les PME signataires ;
- la prise en compte de la variation du coût des matières premières dans les négociations commerciales.

Ce document réaffirme par ailleurs l'ambition pour l'enseigne d'atteindre 30 % du chiffre d'affaires alimentaire réalisé avec les PME.

## CO-CONSTRUIRE DE NOUVEAUX PRODUITS

La construction collaborative de produits se développe depuis plusieurs années avec à la clé un certain nombre de succès commerciaux. Ces initiatives regroupent des collaborateurs de magasins avec des PME locales, afin de créer des produits originaux, mis en vente dans les magasins Auchan.

La plupart des co-créations des magasins sont des boissons (« vin des 7 talents » ; bière du Nord conçue avec la brasserie Castelain, etc.). Exception notable, les équipes du magasin de Roncq ont développé un soin pour la douche baptisé « Pluie de douceur ».

Auchan Production participe également à la co-construction de produits avec les clients, notamment grâce à des jeux-concours. Ces quelques références co-construites sont ensuite proposées à la vente dans l'ensemble des hypermarchés. Parmi les plus notables, le « Dessert de Blandine » dont la démarche de co-construction a été récompensée par un Grès d'Or de la FEEF en 2014, trophée décerné aux meilleurs collaborations enseignes/PME.

## TISSER DES LIENS DURABLES AVEC LES TRANSPORTEURS

Auchan mène une politique de partenariat avec plus de 50 transporteurs réguliers, tous français, définie en 2001 par une **charte transport**. Celle-ci vise à améliorer les conditions d'accueil des chauffeurs, à réduire leur temps d'attente, à développer les échanges d'informations, la formation, à assurer la sécurité des biens et des personnes sur les lieux de livraison.

La Charte transport est fondée sur trois axes : la sécurité des personnes, l'intégration des nouveaux moyens de communication et une politique de développement durable.

Pour vérifier l'avancée de la politique transports d'Auchan, des audits sont réalisés tous les ans et une enquête de satisfaction auprès des transporteurs est menée tous les 3 ans. Par ailleurs, des enquêtes régulières auprès des hypermarchés permettent de suivre la satisfaction des magasins.

Un comité de suivi de la Charte permet de vérifier la mise en œuvre des politiques, de traiter les difficultés et d'échanger sur le développement durable avec des partenaires extérieurs.

## VEILLER AU RESPECT DES DROITS FONDAMENTAUX DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

### VEILLER AUX CONDITIONS SOCIALES DE FABRICATION DES PRODUITS VENDUS

Dès 1997, Auchan s'est doté d'un code d'éthique commerciale (cf. page 35) que tous les fournisseurs du groupe s'engagent à respecter. En parallèle, leurs sites de productions sont évalués sur les aspects techniques et sociaux, au moins tous les 3 ans.

Pour permettre un progrès global des conditions sociales et de sécurité dans les usines, Auchan participe également depuis 15 ans aux travaux de l'Initiative clause sociale (ICS), de l'ICTI et aux travaux du Global Social Compliance Programme.

- Adhésion d'Auchan au Global Social Compliance Programme (GSCP) : L'adhésion d'Auchan depuis 2009 au GSCP et son implication dans les travaux menés au sein de ce programme permettent de faire avancer le respect des droits sociaux au niveau international.
- Membre fondateur de l'Initiative Clause Sociale (ICS) : Cette plateforme d'échanges sous l'égide de la FCD permet aux enseignes adhérentes de travailler sur la base d'une méthodologie d'audit et d'un référentiel commun d'audits sociaux. L'échange de bonnes pratiques et le partage d'informations constituent un atout majeur de l'initiative. De plus, l'accompagnement des fournisseurs peut être mené conjointement, entre les 20 membres.
- Reconnaissance de l'International Council of Toy Industries (ICTI) : Pour accompagner cette démarche de progrès globale, Auchan reconnaît la certification sociale de l'ICTI Care process. Cette initiative vise à garantir le traitement équitable de la main-d'œuvre et des conditions de travail sûres via un Code de pratiques commerciales.

Auchan forme l'ensemble de ses ingénieurs qualité aux méthodologies d'audits pour mener des évaluations techniques et sociales des sites de fabrication. Disposer d'équipes formées localement représente un avantage majeur pour la mise en place des plans d'actions correctives relevées lors de ces audits.

#### AUDITS SOCIAUX ICS RÉALISÉS DANS LE MONDE

		Evolution
Nombre d'audits ICS réalisés par Groupe Auchan	<b>89</b>	↘
Nombre d'audits en partage avec les autres enseignes	<b>199</b>	↗

En 2014, Groupe Auchan avait réalisé 175 audits ICS. Le nombre d'audits en partage était de 183. Cette baisse s'explique essentiellement par le recours accru aux audits internes au détriment des audits ICS.




# FOCUS

## PLAN DE LUTTE CONTRE LA SOUS-TRAITANCE OPAQUE

En juillet 2013, afin de renforcer la démarche de contrôle mise en place par Auchan depuis près de 20 ans, la Direction Offre Achats Produits Internationale (DOAPI) s'engageait de manière volontaire, sur un plan de lutte contre la sous-traitance opaque du secteur textile, décliné en 8 axes. Le dernier de ces engagements porte sur la communication régulière de l'état d'avancement du plan. L'audit interne d'Auchan Retail International est donc missionné chaque année afin de s'assurer de son bon suivi. Deux missions de contrôle avaient déjà été réalisées en février et en décembre 2014. Conformément à l'engagement pris, une nouvelle mission s'est tenue de 4 au 15 janvier 2016 en Chine, au Bangladesh, au Pakistan et au Cambodge, pays manufacturiers du Sud où Auchan Retail s'approvisionne. Les principales conclusions de ce dernier rapport d'audit sont présentées dans la synthèse ci-après :

### 1. RENFORCER LA FORMALISATION DES ENGAGEMENTS

 **Constat :** Ce changement est bien tenu : le Code éthique et social intègre les fondamentaux de l'achat responsable sous la forme d'un livret en 2 parties :

- Le code d'éthique commercial fournisseur intégré dans les contrats fournisseurs.
- Le code de conduite collaborateur remis contre signature à tous les collaborateurs.

#### Recommandations et engagements 2016 :

- Responsabiliser davantage les managers sur la transmission et la bonne application de la charte éthique auprès des équipes.

### 2. RENDRE PLUS EFFICACES LES CONTRÔLES


 **Constat :** Ces contrôles sont effectifs comme en atteste le tableau bilan présenté ci-après.

2015	Fournisseurs	Sites de production	RTC : contrôles des sites		Cas de sous-traitance opaque de 2013 à 2015
			Nombre	%	
Chine	159	308	274	89 %	6
Cambodge	6	10	4	89 %	0
Bangladesh	43	77	67	89 %	2
Pakistan	11	15	6	89 %	0
Inde	40	62	55	89 %	1

#### Recommandations et engagements 2016 :

- Développer l'efficacité des outils de saisie ainsi que leur digitalisation.
- Veiller à informer les fournisseurs que plusieurs audits peuvent être réalisés chaque année sur un même site.

### 3. RENFORCER LES SANCTIONS


 **Constat :** Les sanctions applicables aux fournisseurs ayant recours à une sous-traitance non déclarée ont bien été communiquées aux fournisseurs de la Chine, de l'Inde, du Bangladesh, du Pakistan et du Cambodge (annulation de la commande en cours et arrêt immédiat du courant d'affaires avec Auchan pour les commandes à venir, en cours, produites et non inspectées à la date du constat. Et non reprise d'activité définitive avec les fournisseurs sanctionnés).

#### Recommandations et engagements 2016 :

- Formaliser davantage et détailler le processus de gestion de crise.

## FOCUS


### 4. INTENSIFIER ET GÉNÉRALISER LA FORMATION

 **Constat :** Une formation sur l'achat responsable (Droits de l'homme, Ethique, Qualité et Environnement) a été écrite. Le déploiement de cette formation a débuté en 2015 et se poursuivra en 2016. Il est prévu de former les acheteurs/chefs de produit/négociateurs ainsi que les ingénieurs qualité et les N+1 (soit 143 personnes).

#### Recommandations et engagements 2016 :

- Adapter la formation sur les achats responsables aux différentes missions des bureaux et y former les équipes.
- Veiller à ce que les personnes assujetties suivent bien cette formation en 2016.

### 5. FLUIDIFIER LE SYSTÈME EN DÉVELOPPANT UN PORTAIL INTERNET

 **Constat :** Le portail internet Traceability, créé dès décembre 2013, est opérationnel. L'ensemble des fournisseurs référencés y déclarent leurs différents sites de production. Le fournisseur relie chaque commande à une usine, au plus tard 72 heures avant le début de production.

Les fournisseurs qui ne passent pas par les bureaux d'achat et qui sont en cours d'intégration (fournisseurs directs et importateurs) ont déclaré leurs sites de production.


Par ailleurs, tous les sites avec lesquels Auchan accepte de travailler ont des audits valides en 2015.

Enfin, comme recommandé par les auditeurs en 2014, l'outil permet (depuis juin 2015) aux fournisseurs de déclarer les dates de début et de fin de production.

#### Recommandations et engagements 2016 :

- La démarche devra et sera mise en place avec les importateurs soumis aux mêmes obligations de communication et d'audit.


### 6. DÉVELOPPER UNE POLITIQUE DE PARTENARIAT AVEC DES FOURNISSEURS STRATÉGIQUES

 **Constat :** l'objectif pour 2020 est que 30% des fournisseurs représentent 75% du chiffre d'affaires. La stratégie fournisseurs a été écrite afin d'atteindre cet objectif. Cette politique est expliquée par les bureaux d'achat aux fournisseurs stratégiques lors de réunions plénières. Enfin, un dossier formalisé de la politique et des exigences en termes de sous-traitance est présenté à tous les nouveaux fournisseurs.

#### Recommandations et engagements 2016 :

- Mettre en place un document succinct permettant de faire le point sur l'activité avec le fournisseur et lui rappeler les engagements d'Auchan. Ce document sera présenté par l'acheteur aux fournisseurs lors de l'ouverture de ses rendez-vous de négociation.
- S'assurer que cette politique de partenariat sera assortie d'indicateurs de suivi.
- Réduire le nombre de fournisseurs en situation de dépendance économique.


### 7. METTRE SOUS CONTRÔLE

 **Constat :** L'audit interne a été missionné afin de suivre le plan de lutte contre la sous-traitance non déclarée dans la filière textile annoncé par Groupe Auchan le 12 juillet 2013. Ce rapport synthétique établit un troisième bilan qui permet de confirmer que les 8 actions communiquées sont en cours et très bien avancées (scoring = 87%). Un suivi sera effectué en 2017 afin de s'assurer que la mobilisation constatée lors des premiers audits se poursuit et que les résultats sont au rendez-vous.

#### Recommandations et engagements 2016 :

- S'assurer du suivi des engagements pris lors de la signature de l' ACCORD « Fire and Building Safety Agreement ».

### 8. METTRE SOUS CONTRÔLE

 **Constat :** La direction de la communication d'Auchan Retail a la responsabilité de communiquer l'état d'avancement du plan d'action sur le site corporate ainsi que dans le volet RSE du rapport de gestion. En 2015, cet engagement a été tenu.

## INTÉGRER LE RESPECT DES DROITS FONDAMENTAUX DANS LES RELATIONS CONTRACTUELLES

Le code d'éthique commercial de Groupe Auchan est inclus à tous les contrats commerciaux et est signé par les deux parties. Il impose aux fournisseurs de respecter les grands principes issus de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, de la déclaration relative aux principes et droits fondamentaux de l'OIT de 1988 et des principes directeurs de l'OCDE. En 2014, le code d'éthique commerciale, dont la première édition datait de 1997, a été révisé.

## DÉVELOPPER L'ÉTHIQUE D'ENTREPRISE ET LUTTER CONTRE LA CORRUPTION

Signataire du Global Compact, Auchan a poursuivi en 2015 son travail sur la lutte contre la corruption. Après avoir rénové son code d'éthique commerciale en février 2014, la charte éthique a été finalisée cette même année par un groupe de travail multi-métiers et multi-pays. Une formation à l'éthique de 2h30 a été dispensée aux Présidents et Directeurs Généraux de l'activité hypermarchés de chaque pays d'implantation d'Auchan Retail, lors d'un séminaire tenu en juin 2015. Chacun d'entre eux avait ensuite pour mission de déployer cette formation à son Comité de Direction, dont les membres étaient eux même chargés d'en transmettre le contenu à leurs N-1. Cette formation, introduite par un message vidéo de Vianney Mulliez, était assortie d'une recommandation : créer, dans chacun des pays d'implantation d'Auchan, un comité éthique tous métiers, composé de cadres dirigeants, d'actionnaires familiaux ainsi que de représentants externes reconnus pour leurs compétences. Pour faciliter leur constitution, une feuille de route a été mise à disposition afin de déterminer le rôle de chacun de ses membres.

Au second trimestre 2015, les premières réunions de ces différents comités se sont tenues dans tous les pays. En complément des ces avancées, un système de lancement d'alertes a été mis au point par les services juridiques. Il vise à prévenir ou résoudre tout comportement pouvant être assimilé à un acte ou une intention de corruption. Ce protocole, subdivisé en 12 étapes a été communiqué à tous les secrétaires des comités éthiques afin de garantir : la confidentialité du lanceur d'alerte, sa protection en cas de représailles et la protection de celles ou ceux dénoncés à injuste titre.



# ENVIRONNEMENT

## SE MOBILISER AU QUOTIDIEN POUR LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

### SENSIBILISER ET FORMER LES COLLABORATEURS À LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

L'entreprise a la conviction que la pérennité de ses politiques de développement durable passe par l'engagement de chacun des collaborateurs. C'est pourquoi tous les hypermarchés intégrés sont dotés d'un comité développement durable depuis début 2011. Animé la plupart du temps par le directeur de magasin, un comité DD est composé en général d'une dizaine de volontaires issus de métiers variés, et se réunit en moyenne une fois tous les deux mois. Parmi les sujets les plus fréquemment abordés : les consommations énergétiques, la gestion des déchets et les actions de sensibilisation des clients.

Afin d'améliorer la performance environnementale des entrepôts, le premier comité DD logistique a été créé en 2013. Basé sur le même principe que les comités DD magasins, il a pour but de mobiliser les collaborateurs sur les questions environnementales et sociétales. Une des spécificités de ce comité est qu'il n'est composé que d'employés. Depuis 2014, un correspondant DD est désormais présent sur chaque site pour relayer les bonnes pratiques et sensibiliser l'ensemble des collaborateurs de la file appro-log.

Lancé mi-juin, le site collaboratif interne Neoconnect permet d'échanger informations et bonnes pratiques.

La communauté RSE y compte plus de 800 membres et plus de 250 contributions sur le thème de la RSE en moins de neuf mois d'existence.

En plus de ces actions de sensibilisation, 6 modules de formation existent depuis 2005, notamment sur les économies d'énergie, le tri des déchets ou encore l'éco-conduite. Ce sont plus de 32000 sessions de formation qui ont été dispensées depuis 2006. Pour les nouveaux arrivants en centrale d'achats, une sensibilisation est proposée sur les axes RSE d'Auchan France : l'offre discount responsable, la politique d'achat responsable, les leviers écologiques essentiels (les énergies, les déchets, l'éco-conception, l'économie circulaire, le gaspillage alimentaire..) et les engagements d'Auchan envers la société.

Certains magasins déclinent la démarche en local en évoquant systématiquement le développement durable lors des réunions d'équipes hebdomadaires et en intégrant un module de formation au développement durable dans le programme de la semaine d'intégration des nouveaux collaborateurs.

### MOBILISER LES MAGASINS AUTOUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

La direction RSE met en place et anime une feuille de route, prévoyant pour chaque mois de l'année des thèmes différents et des actions que les magasins doivent ensuite s'approprier, sous la direction des directeurs de magasins chef de file.

Pour les événements nécessitant une logistique importante, comme par exemple l'exposition climat (cf. chapitre clients), la direction RSE assure le suivi technique et logistique des manifestations en collaboration avec d'autres services et Direction de l'entreprise.

Des actions de mobilisation sous forme de concours sont régulièrement proposées mais de manière plus ponctuelle.

## MIEUX PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ SUR LES MAGASINS

Auchan s'implique dans la préservation des abeilles en incitant les comités développement durable des magasins à installer des ruches (sur leur toit, sur le terrain du centre commercial, etc...). Les magasins s'engagent auprès d'apiculteurs locaux, par le parrainage des ruches destinées à favoriser la création de nouvelles colonies. En effet, dans un environnement urbain ou sur les centres commerciaux, des études scientifiques montrent que les abeilles seraient moins exposées aux pesticides et produiraient même davantage de miel qu'en milieu rural.

Pour permettre à un maximum de ses magasins de soutenir cet engagement, l'enseigne met à leur disposition une méthodologie complète (choix des partenaires, contrats, assurance...) résumant toutes les étapes nécessaires à l'implantation de nouvelles ruches.

Devenus parrains, les magasins ont ensuite tout le loisir de promouvoir la démarche auprès des clients, collaborateurs, associations, écoles, habitants de leurs quartiers...

A fin 2015, 55 magasins (soit 10 de plus qu'en 2013), Services Centraux et Siège disposent en moyenne de 3 ruches. Les productions sont distribuées aux institutions locales ou vendues au profit d'associations. De nombreux sites sensibilisent ainsi les enfants sur le thème de la biodiversité et du rôle essentiel des abeilles.

## CONSTRUIRE ET EXPLOITER DURABLE

### INVESTIR POUR DEMAIN

L'entreprise assure une politique d'investissement pour se mettre en conformité avec la réglementation et prévenir les risques environnementaux et de pollution.

Les investissements courants ciblent prioritairement les ateliers en magasin, les centrales de production de froid et les stations-services. Ils permettent de maintenir ou d'améliorer le niveau de service attendu tout en réduisant l'empreinte écologique de l'activité dans la plupart des cas. Ces investissements ont été de l'ordre de 12 millions d'euros sur la période de reporting. Dans le cadre du plan Energie 2020, les investissements sur la période de reporting sont d'environ 9 millions d'euros.

L'enseigne s'assure que tous les sites sont gérés dans le respect des règles ICPE<sup>10</sup> et sous contrôle des DREAL<sup>11</sup> qui exercent leur autorité en bonne intelligence avec le RETM<sup>12</sup> du site et le CETR<sup>13</sup>.

A travers Miroir du Soleil, société détenue à 34 % par Auchan France et 66 % par la société Helexia, elle-même présidée par Dominique Forgues, Directeur Technique Auchan France, la Direction Technique Auchan France contribue au développement d'activités liées aux énergies renouvelables. Toutefois, celles-ci ne représentent encore qu'une part négligeable des consommations énergétiques de l'entreprise (moins de 0,5% de l'électricité consommée).

### RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

Depuis plus de 10 ans, Auchan mène une démarche systématique de réduction de sa consommation énergétique en se donnant des objectifs nationaux annuels. Un système de télélevage des compteurs de gaz et d'électricité relié à un serveur central a été mis progressivement en place pour assurer le suivi des objectifs au niveau national et pour chaque hypermarché.

Pour réduire les consommations électriques dues à l'éclairage, des éclairages LED sont progressivement mis en place. Le magasin de Caluire a ainsi été entièrement équipé en LED, ce qui a permis de baisser les consommations d'électricité dues à l'éclairage de 56%.

Caluire est le premier hypermarché français, toutes enseignes confondues, avec un éclairage full LED.

Le projet ENERGIES 2020, lancé en 2014, fait partie des projets stratégiques de l'entreprise. Son ambition est de réduire la consommation énergétique par m<sup>2</sup> de surface de vente de 25% d'ici à 2020.

<sup>10</sup> Installations classées pour la protection de l'environnement.

<sup>11</sup> Direction régionales de l'environnement, de l'aménagement et du logement.

<sup>12</sup> Responsable d'exploitation technique magasin.

<sup>13</sup> Coordinateur d'exploitation technique régional.

Pour mettre en commun les expertises de l'entreprise, un Département Energie a été créé le 1er septembre 2014. Il est divisé en plusieurs cellules qui possèdent chacune des leviers d'action différents :

- un plateau Energie doit accompagner, conseiller et alerter les magasins sur les surconsommations décelées ainsi que sur l'adéquation des contrats énergétiques aux besoins.
- une cellule Audit/Expertise apporte conseils et alertes auprès des magasins tant au niveau technologique qu'au niveau pilotage et management énergétique. Chaque site audité devra écrire un schéma d'ambition énergétique (objectifs à court, moyen et long termes).
- une cellule R&D doit sourcer, tester et valider les nouvelles solutions permettant une baisse des consommations tout en maintenant, voire en améliorant le confort des clients et collaborateurs.
- une cellule Travaux/Matériel définit et met en œuvre les investissements nécessaires à la réussite des objectifs (établissement des cahiers des charges, du management « énergétique » des bureaux d'études et entreprises dès la phase étude jusqu'à la réception des travaux). Cette cellule travaille en lien avec la DAI<sup>14</sup> pour massifier les investissements et pour référencer des matériels et équipements énergétiquement très performants.

Depuis le lancement d'Energies 2020, de nombreuses actions ont été entreprises :

- Un éclairage LED a été mis en place dans 16 magasins ;
- 30 nouveaux systèmes de Gestion Techniques des Bâtiments (GTB) ont été installés. Cette installation vise à optimiser l'ensemble des consommations (froid, éclairage...) et à moduler leur utilisation, notamment en fonction de la température extérieure. Il permet de réduire en moyenne de 20% les consommations électriques. Au total, 80 magasins sont équipés de GTB, soit environ deux tiers des magasins et 10 de plus que l'objectif à fin 2015;
- Un tableau mis à jour quotidiennement permet de suivre la performance de chaque site. Par ailleurs, chaque magasin possède maintenant un référent Energie ;
- Un challenge interne, le « festival de la copie » a permis d'identifier 52 bonnes pratiques à reproduire.

Depuis l'été 2015, le système de management de l'énergie d'Auchan bénéficie de la certification ISO 50001, qui valorise la politique énergétique de l'enseigne.

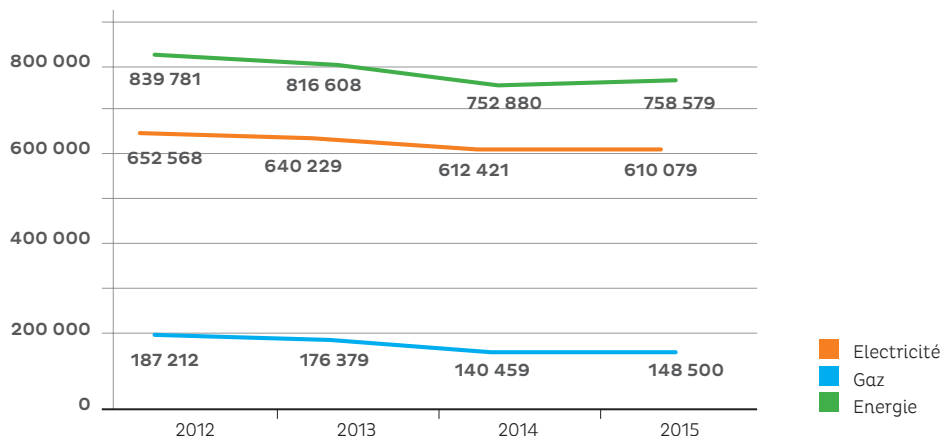
Ouvert en octobre 2015, Auchan Meaux est le symbole de cette politique énergétique. Il a été conçu pour être l'hypermarché le moins énergivore de France avec des prévisions de consommation de 299 kWh/m<sup>2</sup>/an. Le magasin intègre des avancées technologiques majeures en matière d'économies d'énergie :

- Les consommations sont fortement réduites grâce, entre autres, à un éclairage LED dernière génération, aux détecteurs de présence et à un système de gestion technique du bâtiment ;
- La production d'eau chaude sanitaire est assurée à 100% par la récupération de la chaleur sur la centrale froid alimentaire ;
- Les « roof top » équipant le magasin sont à haute performance énergétique (ventilateurs à faible consommation énergétique, « free cooling »...);
- Le magasin est équipé d'installations frigorifiques fonctionnant au CO<sub>2</sub> qui permettent de récupérer de la chaleur pour alimenter les installations de chauffage et de production d'eau chaude sanitaire. Cette technologie, qui est une première en France, permet également une réduction de l'empreinte carbone du magasin par rapport à un système de fluides frigorigènes classique.

Fort de ces choix volontaristes, le projet prévoit une amélioration des consommations de plus de 35% par rapport à un hypermarché classique (sur la base d'un calcul RT 2005).

### CONSOMMATIONS BRUTES TOTALES D'ÉNERGIE DES HYPERMARCHÉS, EN MWH

Données brutes non retraitées



<sup>14</sup> Direction des achats indirects.

Durant la période de reporting, les consommations d'électricité sont en légère baisse alors que les consommations de gaz sont à la hausse. Plusieurs faits expliquent ces variations :

- Deux nouveaux sites sont intégrés au reporting ;
- Globalement la météo a été moins clémente sur la période de reporting que lors de l'exercice précédent
- Auchan a mis fin à l'EPJ (effacement jour de pointe) dans les magasins.
- Les consommations des groupes électrogènes n'étaient auparavant pas pris en compte dans le reporting.

Depuis 10 ans, les consommations d'électricité par m<sup>2</sup> d'aire de vente ont diminué de plus d'un quart.

Les consommations totales ont également baissé sur cette période, et ce malgré l'ouverture de nouveaux magasins.

Toutefois, les ratios publiés dans le rapport précédent ont fait l'objet d'une sous-estimation significative suite à une erreur méthodologique. Le ratio de consommations d'électricité 2014 aurait dû être de 446 kWh/m<sup>2</sup> (contre une donnée publiée de 418). Le changement des règles de reporting entre 2014 et 2015 rend cependant difficile la comparaison des données sur ces deux exercices.

En appliquant aux données 2014 la méthodologie 2015, le ratio serait de 462,4 kWh/m<sup>2</sup>.

CONSOMMATIONS ENERGETIQUES DES LIEUX DE COMMERCE		Evolution
Consommations totales d'électricité des hypermarchés, en GWh	<b>610,7</b>	↘
Consommations électriques des hypermarchés, non comparable en kWh par m <sup>2</sup> de surface	<b>454,4</b>	non comparable
Consommations d'énergie des hypermarchés, non comparable en kWh par m <sup>2</sup> de surface	<b>561,44</b>	non comparable
Nombre de magasins équipés de GTB	<b>80</b>	↗
Consommations totales d'électricité des Drive, en kWh par m <sup>2</sup> de surface	<b>302,9</b>	non comparable

Note au lecteur : Lors de contrôles réalisés dans le cadre de la certification des données extra-financières d'Auchan Holding, des problèmes dans le suivi des consommations de gaz ont été décelés. Celles-ci entraînent une sous-estimation significative des consommations. Les données rapportées dans ce document ne sont donc pas exhaustives.

## RÉDUIRE L'IMPACT DU BÂTI

Auchan et Immochan, filiales d'Auchan Holding, cherchent à réduire l'impact du bâti en construisant, lorsque c'est possible, sur plusieurs niveaux, afin de limiter l'emprise au sol des bâtiments. Immochan a pour objectif d'obtenir la certification BREEAM<sup>15</sup> (méthode internationale permettant d'évaluer et de certifier la performance environnementale d'un bâtiment) pour tous ses nouveaux projets majeurs de centres commerciaux.

## TRIER ET VALORISER LES DÉCHETS

Au niveau national, la direction technique diffuse et anime mensuellement un tableau de bord sensibilisant les sites sur les taux de tri et de valorisation des déchets. Les données sont publiées chaque mois sur différents médias internes. Le suivi des coûts et recettes générés par la filière déchets du magasin permet de toucher différents acteurs et de faire prendre conscience des enjeux financiers qui y sont liés.

Au sein de chaque Direction opérationnelle, un CETR est également en charge de l'animation de la file.

Pour améliorer l'outil informatique utilisé par les magasins, un logiciel développé par un prestataire externe a été testé sur trois magasins. Jugé concluante, cette solution devrait être déployée sur l'ensemble des sites dans le courant de l'année 2016. Elle devrait permettre d'améliorer le suivi des déchets, de simplifier les formalités administratives sur les sites et d'optimiser les coûts d'exploitation de la file déchets.

En 2015, la production totale de déchets des magasins avoisine les 170 000 tonnes, en baisse de 2,8%. Le taux de valorisation des déchets est quasiment stable sur un an, et atteint 85,8% (+0,3 points).

<sup>15</sup> Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology.



Le taux de tri continue quant à lui d'augmenter, gagnant presque un point à 76,9%. L'augmentation plus rapide du taux de tri s'explique avant tout par la baisse continue de la valorisation énergétique.

Les déchets dangereux, en forte baisse par rapport à 2014 (-22,5%), représentent désormais 2,1 % des déchets, contre 2,6% l'an dernier.

Les principaux modes de valorisation des déchets sont le recyclage matière, la méthanisation (en augmentation continue) et la valorisation énergétique (en baisse).

Part des magasins valorisant les déchets

- Recyclage matière : 100%
- Méthanisation : 94.1%
- Valorisation énergétique : 60.5%

Depuis plusieurs années, Auchan France génère grâce à sa bonne gestion des déchets un solde positif (recettes - coûts). Il est cette année proche de 1,5 million d'euros, soit légèrement en hausse en comparaison avec 2014.

DECHETS PRODUITS ET VALORISES PAR LES MAGASINS		Evolution
Tonnage total de déchets produits en milliers de tonnes	<b>170,2</b>	↘
Dont déchets dangereux (en milliers de tonnes)	<b>3,5</b>	↘
Taux de tri moyen	<b>76,9%</b>	↗
Taux de valorisation moyen	<b>85,8%</b>	↗

## FOCUS

### AUCHAN LANCE UN RÉSEAU NATIONAL DE BORNES DE RECHARGES RAPIDES

En avril 2014, l'hypermarché de Mantes a accueilli la première borne rapide pour voitures électriques, permettant de recharger son véhicule en moins de trente minutes. Fruit d'un partenariat entre Auchan France et Nissan, une infrastructure de bornes 100% made in France est en cours de déploiement sur les parkings des magasins. Fin 2015, 82 magasins en étaient déjà équipés avec comme objectif d'installer 17 bornes supplémentaires dans les prochains mois. L'équivalent de 22500 « pleins » ont déjà été réalisés depuis le début de ce projet, soit l'équivalent de 2157 jours de charge consécutifs.

## LIMITER LA POLLUTION SONORE

Enjeu relativement marginal pour l'entreprise dont les magasins sont rarement implantés en zone résidentielle, la pollution sonore fait l'objet d'un suivi régulier via des tests, conformément aux dispositions réglementaires. La dernière non-conformité relevée sur le sujet remonte à 2011 sur le magasin de Mériadeck situé en centre-ville. Des travaux ont été lancés sur cet hypermarché permettant de réduire en-dessous des seuils légaux le niveau des nuisances sonores du magasin.

Pour répondre aux problèmes spécifiques de deux hypermarchés se trouvant dans une zone densément peuplée (Soisy et Issy les Moulineaux), Auchan utilise des camions spécifiques permettant de réduire au maximum le niveau sonore (répondant à la norme PIEK).

Les camions fonctionnant au GNL en cours de déploiement (cf. ci-dessous) permettent également une réduction de moitié du bruit produit par rapport à un camion classique.

## RÉDUIRE SES CONSOMMATIONS D'EAU

Un télé relevage des consommations d'eau est mis progressivement en place depuis 2010 dans les magasins, leur permettant de mieux maîtriser les consommations et de détecter plus rapidement d'éventuelles fuites. Toutefois, ce système n'est pas encore centralisé au niveau national et ne permet pas un suivi fiable des consommations d'eau.

Le suivi en interne de cet enjeu est encore limité et ne permet pas cette année de publier des informations.

## LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

### MESURER L'EMPREINTE CARBONE DES MAGASINS

Dès 2009, Auchan France s'est engagé à réaliser plusieurs Bilans Carbone® (méthode Ademe). Ceux-ci ont servi à l'entreprise à prendre conscience tant de ses niveaux d'émissions de GES (Gaz à Effet de Serre) que des difficultés à se procurer les données nécessaires à l'établissement de bilans GES.

La réalisation et l'étude de ces premiers Bilans Carbone® a permis à l'entreprise d'anticiper l'obligation réglementaire créée par l'article 75 de la loi n°2010-788 du 12 Juillet 2010.

Auchan France a réalisé son premier Bilan des Emissions des Gaz à Effet de Serre (dit BEGES) en décembre 2012. Celui-ci a été envoyé à la préfecture du Nord (lieu du siège d'Auchan France) puis publié sur le site institutionnel « groupe-auchan.com » en février 2013 conformément à l'obligation de l'article 75. Il est à noter que ce sont les données 2011 qui ont servies à l'élaboration de ce premier BEGES. Le périmètre retenu a été celui des établissements compris dans le SIREN Auchan France mentionné soit : 119 hypermarchés intégrés (détenus financièrement par Auchan France), le Siège social (centrale d'Achats), 13 entrepôts détenus en propre, 11 plateformes SAV.

Le BEGES est actuellement en cours de réactualisation et devrait être publié dans le courant du premier trimestre 2016. Il devrait montrer une légère hausse des émissions de CO<sub>2</sub> liées aux consommations d'énergie en raison de l'augmentation du parc de magasin mais une baisse importante des émissions de CO<sub>2</sub> liées aux fuites de fluides frigorigènes.

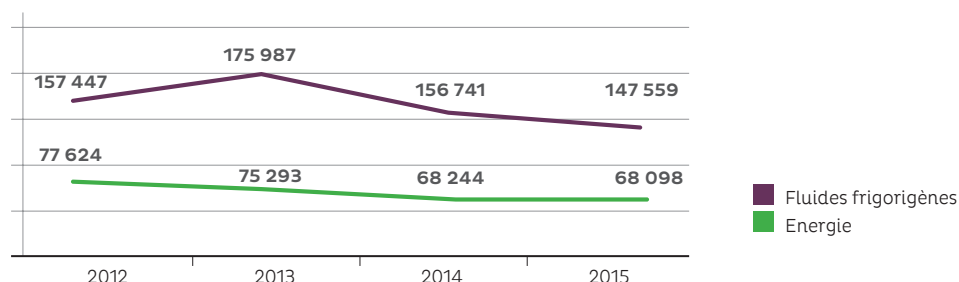
En l'absence de remontées d'informations suffisamment exhaustives concernant l'approvisionnement-logistique et le déplacement de ses clients, Auchan France ne peut publier régulièrement ses émissions de GES sur un scope 1 et 2<sup>16</sup> et publie uniquement les émissions de GES de ses magasins.

#### EMISSIONS INDIRECTES DE GES LIEES AUX CONSOMMATIONS ELECTRIQUES DES LIEUX DE COMMERCE

		Evolution
En milliers de tonnes eq. CO <sub>2</sub>	<b>37 212</b>	↘
En kg eq. CO <sub>2</sub> par m <sup>2</sup> d'aire de vente	<b>27,7</b>	↘

#### EMISSIONS DE CO<sub>2</sub> DES LIEUX DE COMMERCE

(hypermarchés+Drive) liées aux fuites de fluides frigorigènes et aux consommations d'énergie, en tonnes eq. CO<sub>2</sub>\*



\* Les informations publiées dans ce tableau sont calculées sur une année civile sauf pour l'année 2015 (publiée sur une année glissante allant d'octobre 2014 à septembre 2015). Les informations brutes ne font pas l'objet d'un traitement, contrairement aux ratios publiés. A partir de 2014, les émissions de CO<sub>2</sub> liées aux consommations énergétiques des Drives sont intégrées. Elles représentent moins de 3000 tonnes eq. CO<sub>2</sub> en 2015.

En 2014, les informations fluides frigorigènes publiées ont fait l'objet d'erreurs méthodologiques significatives ayant entraîné une sous-estimation de l'empreinte carbone d'Auchan de l'ordre de 59 000 tonnes. Les informations 2014 publiées ci-dessus ont fait l'objet d'un recalcul.

<sup>16</sup> Le scope 1 correspond à la somme des émissions directes induites par la combustion d'énergies fossiles (pétrole, gaz, charbon, tourbe..) de ressources possédées ou contrôlées par l'entreprise. Le scope 2 correspond à la somme des émissions indirectes induites par l'achat ou la production d'électricité..

## OPTIMISER LE TRANSPORT DE MARCHANDISES

L'approvisionnement-logistique représente une part importante de l'empreinte carbone du secteur de la grande distribution. Pour réduire celle-ci au maximum, Auchan déploie une politique de rationalisation du transport des marchandises et de la gestion des entrepôts. Il s'agit :

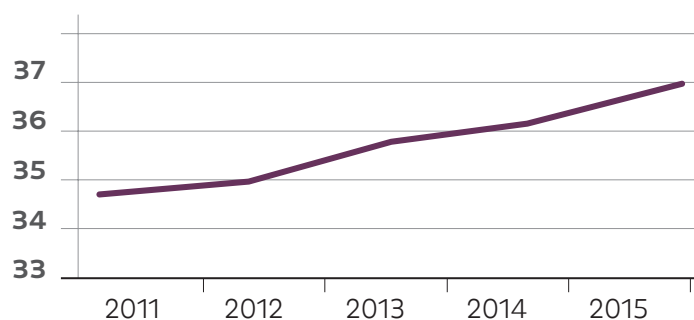
- d'optimiser les flux en amont et en aval des sites logistiques ;
- de disposer de sites logistiques respectueux de l'environnement.

Grâce à son programme « Remplir plus, rouler moins », le taux de remplissage moyen par camion a augmenté de plus de 2,4 m<sup>3</sup> sur les 5 dernières années et ce malgré des points de livraison plus nombreux. Ce travail d'optimisation permet à la fois de réduire les coûts liés au transport et les émissions de CO<sub>2</sub>. Sur la seule année 2015, 7,7 millions de kilomètres en moins ont été parcourus permettant une économie de 230 000 litres de gasoil (soit 720 tonnes eq CO<sub>2</sub>).

Pour augmenter encore cette performance, la livraison en camions sans paroi de séparation pour des produits de différentes températures est en cours de déploiement dans les magasins du Nord de la France. A ceci s'ajoutent d'autres solutions techniques : rehausses métalliques permettant de gerber des produits plus haut sur une même palette ou bien des contenants équipés de supports grillagés pour gagner du volume et pouvant se superposer.

### EVOLUTION DU REMPLISSAGE MOYEN DES CAMIONS

Volume moyen transporté par tour, en m<sup>3</sup>



Pour transporter les marchandises en amont des entrepôts, des solutions permettant de mutualiser les transports sont mises en place depuis plusieurs années : l'initiative originale « multipick » permet la collecte, dans un seul camion de l'enseigne, des produits de petits fournisseurs répartis dans une même zone géographique. Cette initiative a permis d'économiser plus de 500 000 litres de carburant en 2015.

Lorsque les fournisseurs souhaitent eux-mêmes cette mise en commun des moyens logistiques, Auchan s'engage à accorder plus de souplesse dans les délais de livraison de certains produits. Ainsi, l'enseigne participe activement à l'optimisation des commandes des entreprises du GIE Pointe de Bretagne depuis 2012 et a développé un partenariat important avec l'Aria Poitou Charentes.

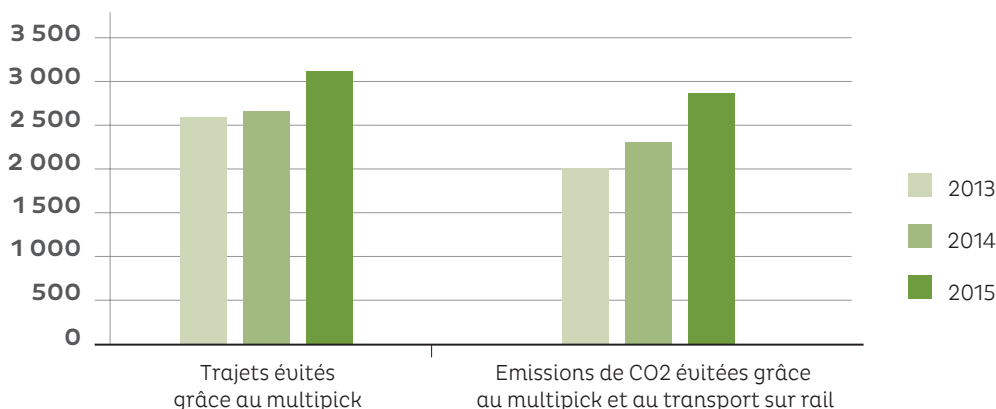
Lorsque cela est possible, les modes de transport alternatifs à la route en aval des entrepôts sont privilégiés. L'entreprise recourt ainsi au transport fluvial et depuis 2012, au transport ferroviaire pour acheminer les marchandises de grand import entre les ports d'arrivée et ses entrepôts. Entre 2014 et 2015, 230 000 kms supplémentaires (soit environ 25% d'augmentation) ont été réalisés par train plutôt que par route. Pour amplifier l'utilisation du rail en 2016, la viabilité d'une liaison ferroviaire Nantes-Strasbourg est à l'étude.

Diverses solutions logistiques bas-carbone sont également développées comme le GNL ou la mise en place d'un nouveau type de groupe froid fonctionnant au gasoil (solution en test sur le magasin de Mériadeck).

En partenariat avec 14 transporteurs français, trois premières stations GNL (gaz naturel liquéfié) ont été construites et l'enseigne a cofinancé l'achat de 18 tracteurs. Le GNL permet une chute des émissions de particules fines de 99%, une baisse du bruit de 50% et une réduction de 15% des émissions de CO<sub>2</sub> par rapport à un camion de transport classique. En année pleine, ce sont plus de 2,3 millions de km qui seront parcourus par les 18 camions GNL. D'ici mi-2016, Auchan permettra l'achat de 40 tracteurs, permettant d'atteindre 12% des kilomètres parcourus par la file logistique et pour 2020, l'enseigne participera à la construction de nouvelles stations de recharge (objectif de minimum de 5 stations) afin de monter à 30% les kms parcourus par des camions GNL.

Par ailleurs, le passage au GNVert est à l'étude. Ceci permettrait de réduire considérablement l'empreinte carbone du transport de marchandises (de plus de 50% par rapport à un camion standard).

**IMPACT DES PRINCIPALES INITIATIVES POUR RÉDUIRE LE NOMBRE DE CAMIONS SUR LES ROUTES, SUR TROIS ANS**



Auchan continue d'investir pour moderniser ses sites logistiques. Après l'inauguration d'Ecotrappes en 2012, d'une plateforme fruits et légumes à Marmande en 2014, c'est un nouvel entrepôt qui a ouvert à Serris courant 2015. Certifié HQE et ISO 14001, ce site doit permettre de réduire de 363 000 les kilomètres parcourus par les camions qui desserviront 55 magasins.

## FOCUS

### UNE LOGISTIQUE ENGAGÉE DANS LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Les contrats-date, ou délais garanti-client, sont une des sources de gaspillage alimentaire identifiée sur la chaîne logistique. Il s'agit de dispositions contractuelles imposant à l'industriel de livrer des produits dans un certain délai (un tiers de la date de vie du produit), afin de laisser le temps au distributeur de l'écouler et au client de le consommer.

Dans le cadre du club Déméter, deux tests pilotes ont été lancés avec le Groupe Bel et le groupe Pierre Schmidt pour donner plus de flexibilité au fournisseur pour livrer les marchandises.

Le résultat de ces tests s'est avéré concluant. Extrapolée à l'ensemble des magasins Auchan sur une année, la méthode éviterait le gaspillage chez l'industriel de 25,5 tonnes de produits (sur la cinquantaine de références testées), tout en évitant des ruptures en ligneaires, source d'insatisfaction pour le client ; une meilleure disponibilité des produits générant en outre un impact positif sur le chiffre d'affaires.





# SOLIDARITÉ

## LA FONDATION AUCHAN POUR LA JEUNESSE

Créée en 1996, la Fondation Auchan pour la jeunesse, placée sous l'égide de la Fondation de France, apporte son soutien aux jeunes habitant les quartiers d'implantation des magasins. Elle agit dans le domaine de l'éducation pour aider à lire, écrire, compter et se cultiver ; à créer, se réintégrer par la formation et l'emploi ; à bien se nourrir, à respecter l'environnement ; à préserver sa santé.

Ses missions consistent à :

- soutenir des projets associatifs visant à permettre aux jeunes de réaliser leurs projets, par un aide financière et un accompagnement ;
- encourager les collaborateurs impliqués dans la vie associative ;
- favoriser le lien entre les employés et les associations : chaque action est parrainée par un salarié, garant d'une relation durable et concrète.

En France, depuis sa création, la fondation Auchan pour la jeunesse a apporté son aide financière à 512 projets portés par plus de 440 associations. Chacune de ces démarches a été dotée en moyenne de 12 000 euros.

119 des 138 magasins concernés par les actions de la fondation (y compris franchisés, Halles d'Auchan et nouveaux concepts) ont soutenu au moins un projet depuis la création de la Fondation. En 2015, ce sont 23 projets qui ont été financés par la Fondation avec le soutien 18 sites, magasins et services internes.

En 2011, à l'occasion de son cinquantenaire, Auchan a décidé de s'engager davantage, en accord avec sa raison d'être historique: « améliorer la qualité de vie du plus grand nombre ». Le périmètre d'intervention de la Fondation s'est élargi à l'ensemble de l'activité hypermarché des pays d'implantation de Groupe Auchan.

L'année 2016 sera marquée par les 20 ans de la Fondation Auchan pour la jeunesse. Du 11 janvier au 5 mai, un appel à projets sera lancé avec comme objectif de parvenir à 150 projets soutenus pour une enveloppe maximum de 5000 euros par projet. Le 5 octobre prochain, une journée solidaire à mobilisation nationale sera organisée et permettra à chaque site de mettre en lumière la ou les associations qu'il soutient.

Dans ses critères d'intervention, la Fondation Auchan veille à prendre en compte la diversité des besoins locaux. Son soutien financier doit :

- permettre de co-construire le projet avec d'autres partenaires publics et/ou privés ;
- répondre à un besoin clairement identifié ;
- servir l'intérêt général ;
- permettre l'implication du magasin et de ses collaborateurs.

## UNE MOBILISATION DES MAGASINS TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

Les magasins sont chargés de repérer les projets qu'ils veulent accompagner et qu'ils présentent ensuite au comité d'engagement de la Fondation. Une fois un projet sélectionné, le Directeur de magasin et ses collaborateurs assurent le suivi du dossier et de l'association dans la durée. Depuis trois ans, 70% des projets financés par la Fondation ont été initiés par les collaborateurs Auchan.

En dehors des actions de la Fondation, les magasins se mobilisent régulièrement autour d'opérations de reprises en faveur d'associations. Sur la période, Auchan France a proposé à ses clients :

- une opération événementielle destinée à collecter des jouets « d'occasion ». Ainsi et dans le cadre de la Semaine Européenne de Réduction des Déchets 2015, 20 hypermarchés se sont associés à Eco-systèmes pour organiser avec Emmaüs France, et Unis-Cité (Association pionnière du Service Civique en France), l'opération nationale "laisse parler ton cœur" ;
- la deuxième édition d'une collecte articles écoliers en août 2015 au bénéfice du Secours Populaire ;
- une opération "reprises" dans les 119 hypermarchés au bénéfice de l'association Le Relais. Du 29 juin 2015 au 21 juillet 2015, 163 258 cartables ont été récupérés.

Par ailleurs, Auchan a expérimenté en local des initiatives solidaires avant leur éventuelle extension. Les magasins d'Englos et de Boulogne sur Mer ont permis de tester la pertinence de l'arrondi en caisse dans les hypermarchés. Ce système de microdons permet aux clients de demander l'arrondi de leur panier à l'euro supérieur au moment de régler leurs achats. La différence est reversée à des associations locales partenaires de l'enseigne pour financer des actions de solidarité. Au regard du bilan dressé lors du Comité Ethique du 16 janvier 2016 et, après avoir tenté de mesurer définitivement et au plus juste l'intérêt et la pertinence de ce dispositif de générosité embarquée, il a été décidé ne pas engager Auchan France dans cette démarche de solidarité.

De nombreux magasins entreprennent des actions de solidarité au niveau local, permettant d'améliorer la vie des habitants de leurs quartiers. La nature des actions de solidarité et les associations soutenues varient fortement d'un magasin à un autre, reflétant la responsabilisation des équipes locales sur le choix d'engagements adaptés au territoire.

## LE DON ALIMENTAIRE

Auchan s'engage sur le don alimentaire depuis 1984 et de manière formalisée depuis 1994. Depuis septembre 2007, les magasins ont à leur disposition un cadre complet, juridique, sanitaire et fiscal, élaboré par la direction qualité, la direction juridique, la direction financière et le pôle mécénat. Ils bénéficient d'un outil de gestion, les « 10 points clés du don », reprenant par exemple les produits autorisés ; et d'une convention cadre à signer localement.

Aujourd'hui, 100% des hypermarchés pratiquent quotidiennement le don avec différentes associations. En 2015, les magasins ont ainsi contribué à distribuer l'équivalent de 14 millions de repas, soit environ 2,6 millions de plus que l'an dernier. Les principales associations bénéficiaires sont le Secours Populaire, les Banques Alimentaires, les Restaurants du Cœur, Emmaüs et la Croix Rouge.

Les magasins participent également deux fois par an, aux collectes annuelles des Restaurants du Cœur, en mars et de la Fédération des banques alimentaires, en novembre. En novembre 2014, tous les magasins ont participé à la collecte de la Fédération des Banques Alimentaires, permettant de rassembler 760 tonnes de denrées.

Plus ponctuellement, les sites se mobilisent pour contribuer financièrement aux investissements des antennes associatives locales (véhicule frigorifique, meuble).

<sup>17</sup> Observatoire de la Responsabilité Sociétale des entreprises.

<sup>18</sup> Organisation Internationale du Travail.

<sup>19</sup> Real-time Monitoring



## UNE SOLIDARITÉ QUI S'EXPRIME AU DELÀ DES ZONES DE CHALANDISES

### UN PARTENARIAT DURABLE AVEC SOS VILLAGES D'ENFANT

SOS Villages d'enfants permet à des enfants, frères et sœurs sans soutien parental, de grandir ensemble au sein d'une nouvelle vie de famille. Elle vise à assurer leur épanouissement en leur offrant un cadre de vie familial, stable et chaleureux.

Pour la quatrième année consécutive, Groupe Auchan réalise sa carte de vœux 2015 au bénéfice de SOS Villages d'Enfants, et ce dans les 12 pays où il est implanté. Depuis le début du partenariat, SOS Villages d'Enfants a bénéficié par ce biais de 400 000 euros dont 83 000 euros en France, où ce budget a notamment contribué au lancement d'un Programme d'épanouissement par le sport ou à la rénovation du village de Neuville dans le Nord.

### UNE NOUVELLE FONDATION : WOF (WEAVE OUR FUTURE)

Créée en juin 2014, sous l'égide de la Fondation de France, la fondation WOF a pour objectif de susciter ou accompagner des initiatives sociales, médicales ou encore éducatives, engagées au bénéfice des ouvrières et ouvriers des industries textile et bazar des Pays les Moins Avancés et de leur famille, que les dirigeants des sites de production peuvent difficilement prendre en charge.

Elle dispose d'un budget de 7,5 millions de dollars sur 5 ans et soutient financièrement des associations ou ONG, sous la forme d'abondement de projets.

Présidée par Philippe Baroukh, Président exécutif d'Auchan Retail Italie. Marie-Hélène Boidin Dubrule, Directrice de la communication en charge de la RSE pour Auchan Retail International, en est la Vice-Présidente.

Son comité exécutif est complété par des dirigeants internes (Directeur juridique, Directeur des Ressources Humaines, Directeur Offre Achats Produits International), par un représentant de la Fondation de France, ainsi que par 3 personnalités externes qualifiées :

- Alexandre Brailowsky (médecin au parcours humanitaire).
- Frédéric Tiberghien (Conseiller d'Etat, Président d'honneur de l'ORSE).
- Jean François Trogrlic (Ancien Directeur du Bureau de l'OIT en France).

En 2015, 3 comités se sont tenus. La recherche de partenaires de confiance et la difficile appréhension des réalités locales ont impliqué rigueur et modestie quant aux ambitions affichées.

La première réalisation consiste en une étude ciblant les besoins santé des ouvriers et ouvrières de Dacca, qui a été confiée à l'ONG RTM pour son expertise.

Les résultats présentés en octobre viennent corroborer deux autres études similaires menées par la coopération suisse et la coopération allemande. Des dispensaires pourront ainsi être judicieusement implantés dans les usines partenaires où seront développés : la formation de personnel médical, la prévention et l'accès aux soins.

Par ailleurs, la Fondation WOF a soutenu un projet porté par l'ONG française SIPAR visant à développer l'éducation à la santé, l'hygiène, la nutrition par la lecture et l'animation d'ateliers au sein des usines textile au Cambodge. Pour ce faire, l'ONG qui a préalablement créé des bibliothèques dans les écoles et organisé des bus itinérants se déplaçant dans les milieux ruraux et dans les prisons, les implante aujourd'hui dans les usines. La Fondation WOF s'est engagée à co-financier, sur 3 ans, à part égale avec l'AFD<sup>20</sup>, l'installation de 18 bibliothèques-centres de ressources installés dans les usines.

Enfin, la fondation WOF ambitionne de co-construire un projet d'assurance santé destiné à 20 000 ouvrières et ouvriers bangladais avec GK Savar, une ONG spécialisée dans le domaine de la santé.

Au cours de l'été 2015, un membre du comité français de soutien à cette ONG, médecin expert en santé publique, ayant par le passé été missionné par les Nations Unies, a co-réalisé une phase de profilage du système avec les équipes locales. Pour assurer la réussite du projet, une phase primordiale consiste à convaincre les ouvriers et ouvrières du bien fondé d'un tel système. Pour y parvenir, une campagne d'information sera lancée. En effet, si la majeure partie de la prise en charge est assurée par l'employeur et la Fondation WOF, bien que la part à la charge des ouvriers soit relativement faible, ceux-ci n'ont pas pour habitudes de payer pour de telles prestations.

<sup>20</sup> Agence française de développement.



# MÉTHODOLOGIE

## GÉNÉRALITÉS

Les informations qualitatives présentées dans ce document ont été obtenues au cours d'entretiens ou par le biais de questionnaires utilisés dans le cadre de la rédaction du rapport de gestion de Groupe Auchan.

Les indicateurs développement durable d'Auchan France ont été créés en 2003. Depuis, ils ont régulièrement évolué. Certains ont disparu parce que les objectifs qu'ils mesuraient avaient été atteints, de nouveaux ont été créés et d'autres ont vu leur contenu modifié. Leur rôle reste toutefois le même : donner des éléments chiffrés permettant de mesurer l'avancement des démarches de progrès choisies par l'entreprise dans un souci de fiabilité et d'exhaustivité.

Cette année, certains indicateurs utilisés pour ce document ont été précisés pour permettre une homogénéité entre le rapport de gestion de Groupe Auchan et le rapport de gestion d'Auchan France.

Sauf précisions contraires sous chaque indicateur, l'ensemble des données de ce document sont calculées du 1er octobre 2014 au 30 septembre 2015.

## CHAPITRE SOCIAL

Les informations présentées sont calculées sur Auchan France et l'ensemble de ses filiales au sens de l'article L. 233-1 ou des sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce. Pour certains indicateurs indisponibles avant la date de sortie du document, notamment sur le handicap, la formation ou les maladies professionnelles, les données sont calculées sur l'année civile 2014. Les indicateurs utilisant des périodes de calcul dérogatoires sont identifiés dans le corps du texte.

## CHAPITRE ENVIRONNEMENT

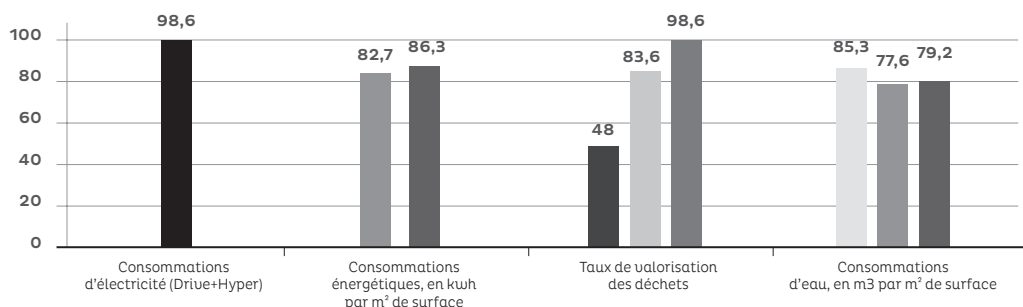
Afin d'améliorer encore l'homogénéité des indicateurs sur l'ensemble de Groupe Auchan, un protocole de reporting a été mis en place en 2013. Actualisé en 2014, il a été diffusé à l'ensemble des interlocuteurs impliqués par la collecte d'informations. Il détaille de façon plus approfondie et plus complète les méthodologies à utiliser pour le calcul et le recueil des indicateurs : définitions, principes méthodologiques, unités, formules de calcul, facteurs de conversion. Ce protocole est disponible sur demande.

Pour l'ensemble des informations environnementales, les données correspondent aux seuls hypermarchés intégrés d'Auchan France et de ses filiales au sens de l'article L. 233-1 ou des sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce. Ne sont donc pas pris en compte les sites logistiques, des services centraux, magasins affiliés, etc...

Pour les données brutes (ex : consommations totales d'électricité en MWh, production totale des déchets des magasins), le périmètre de reporting est égal à 100% des magasins intégrés.

Au regard de la fiabilité insuffisante des données de certains magasins, des exclusions sont réalisées pour le calcul des ratios (ex : consommations d'eau en m<sup>3</sup> par m<sup>2</sup> d'aire de vente). Celles-ci visent à garantir la fiabilité des données, au détriment toutefois de l'exhaustivité des informations publiées. Le tableau ci-dessous permet de juger de la représentativité des ratios publiés ne couvrant pas 100% du périmètre.

#### TAUX DE COUVERTURE SUR TROIS ANS DE CERTAINS RATIOS\*, EXPRIMÉS EN POURCENTAGE DE LA SURFACE DE VENTE DES MAGASINS



Pour fiabiliser les informations publiées au niveau du groupe, les règles de contrôle ont été instaurées depuis 2014. Elles peuvent être consultées dans le protocole de reporting de Groupe.

Les consommations d'énergie et les consommations d'eau ont un taux de couverture restreint. Un effort particulier a été apporté pour fiabiliser les informations concernant le taux de valorisation des déchets. Des contrôles menés en amont ont permis d'augmenter très sensiblement le taux de couverture de l'indicateur, permettant d'atteindre un taux de couverture de quasi 100%.

## CHAPITRE CLIENTS

Le nombre de produits MDD étiquetés en braille publié ne concerne que les produits alimentaires. Le nombre exact de références est donc potentiellement plus élevé.

## CHAPITRE PARTENAIRES

Le nombre d'audits sociaux ICS correspond à l'ensemble des audits réalisés selon la méthode ICS par la DOAPI (Direction Offre Achats produits internationale). Auchan France ne réalise pas directement d'audits sociaux.

## NOTES SUR LES INFORMATIONS PREVUES PAR L'ARTICLE 225 DE LA LOI GRENELLE 2

Pour identifier plus rapidement les chapitres correspondants aux thèmes et sous-thèmes prévus par l'article 225 de la loi Grenelle 2, un tableau de correspondance est consultable ci-dessous. Un certain nombre de sous-thèmes n'a pas ou peu été développés :

- la répartition géographique des salariés ne présente pas un intérêt particulier justifiant la durée de collecte et de traitement de l'information ;
- Auchan France ne fait pas de provisions ou garanties pour risques en matière d'environnement ;
- Les hypermarchés français ne souffrent pas de difficultés d'approvisionnement en eau et leurs activités n'entraînant qu'un impact limité sur cette ressource. Les quelques initiatives locales mises en place par (ex : récupération des eaux de pluie pour le nettoyage) ne sont donc pas détaillées ;
- Bien qu'Auchan France possède parfois une partie de certaines galeries marchandes où sont situés ses magasins, le changement climatique ne représente pas de risques majeurs pour l'entreprise et son patrimoine immobilier. L'adaptation aux conséquences du changement climatique ne représente donc pas un enjeu RSE majeur pour l'entreprise et il n'a pas été considéré comme pertinent de communiquer en détails sur ce sujet.



**Annexes**

# TABLE DE CORRESPONDANCE ARTICLE 225 GRENELLE 2

<b>VOLET SOCIAL</b>		
<b>Thèmes</b>	<b>Partie correspondante</b> (numéro de page)	<b>Tableau d'indicateurs</b> <b>correspondant</b>
<b>EMPLOI</b>		
Effectif total	Présentation des effectifs (p. 7)	- Nombre total de collaborateurs
Répartition des salariés	Présentation des effectifs (p. 7)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
par âge	Présentation des effectifs (p. 7)	- Répartition des salariés par tranche d'âge, en %
par sexe	Présentation des effectifs (p. 7)	- Pourcentage de femmes parmi les collaborateurs
par zone géographique (jugé non pertinent)	Méthodologie (p. 52)	<del> </del>
Embauches	Evolution des effectifs (p. 7)	- Nombre d'embauches en CDI
Licenciements	Présentation des effectifs (p. 7)	- Nombre de licenciements de salariés en CDI
Rémunérations	Proposer une rémunération motivante (p. 14)	- Taux de collaborateurs actionnaires parmi les ayants droits
Evolution des rémunérations	Proposer une rémunération motivante (p. 14)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
<b>ORGANISATION DU TRAVAIL</b>		
Organisation du temps de travail	Organisation du travail (p. 8)	- Pourcentage de collaborateurs travaillant à temps complet - Pourcentage de collaborateurs travaillant en CDI
Absentéisme	Améliorer constamment les conditions de travail (p. 15)	- Taux d'absentéisme maladie
<b>RELATIONS SOCIALES</b>		
Organisation du dialogue social	Donner toute sa place au dialogue social (p. 9)	- Nombre de réunions avec les représentants du personnel
Bilan des accords collectifs	Donner toute sa place au dialogue social (p. 9)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
<b>SANTE SECURITE AU TRAVAIL</b>		
Condition de santé et de sécurité au travail	Améliorer constamment les conditions de travail (p. 15)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Fréquence des accidents de travail	Evolution des indicateurs liés à la santé/sécurité au travail (p.18)	- Nombre d'accidents de travail avec arrêt - Taux de fréquence des accidents de travail
Gravité des accidents de travail	Evolution des indicateurs liés à la santé/sécurité au travail (p.18)	- Taux de gravité des accidents de travail
Maladies professionnelles	Evolution des indicateurs liés à la santé/sécurité au travail (p.18)	- Nombre de maladies professionnelles

<b>FORMATION</b>		
Politique mise en œuvre en matière de formation	Donner leur chance à tous les profils (p.XX)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Nombre total d'heures de formations	Donner leur chance à tous les profils (p.XX)	- Nombre total d'heure de formations
<b>EGALITE DE TRAITEMENT</b>		
Mesures prises en faveur de l'égalité hommes-femmes	Promouvoir la diversité à tous les niveaux hiérarchiques (p. 11)	- Pourcentage de femme dans l'encadrement
Mesures prises en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap	S'ouvrir au handicap (p.12)	- Nombre de salariés en situation de handicap
Politique de lutte contre les discriminations	Donner leur chance à tous les profils (p. 10)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
<b>PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS OIT</b>		
Respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.18)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Elimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.18)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Elimination du travail forcé ou obligatoire	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.18)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Abolition effective du travail des enfants	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.18)	- Pas d'indicateur spécifique retenu

<b>VOLET ENVIRONNEMENTAL</b>		
<b>Thèmes</b>	<b>Partie correspondante</b> (numéro de page)	<b>Tableau d'indicateurs</b> <b>correspondant</b>
<b>POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE ENVIRONNEMENTALE</b>		
Organisation de la société	Se mobiliser au quotidien pour la protection de l'environnement (p. 37)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Démarche d'évaluation/certification	Se mobiliser au quotidien pour la protection de l'environnement (p. 37)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Actions de formation des salariés	Se mobiliser au quotidien pour la protection de l'environnement (p. 37)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Moyens consacrés à la prévention des risques et pollutions	Investir pour demain (p. 38)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Montants des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement	Méthodologie (p. 52)	

<b>VOLET ENVIRONNEMENTAL (suite)</b>		
<b>Thèmes</b>	<b>Partie correspondante</b> (numéro de page)	<b>Tableau d'indicateurs</b> <b>correspondant</b>
<b>POLLUTION ET GESTION DES DECHETS</b>		
Mesures de prévention, réduction et réparation des rejets affectant gravement l'environnement	Construire et exploiter durable (p. 38)	- Emissions de GES liées aux fuites de fluides frigorigènes par m <sup>2</sup> de surface de vente
Mesures de prévention, recyclage et élimination des déchets	Trier et valoriser les déchets (p. 40)	- Taux de valorisation moyen des déchets - Volume total des déchets produits
Prise en compte des nuisances sonores et pollutions spécifiques	Limiter la pollution sonore (p. 41)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
<b>UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES</b>		
Consommation d'eau et approvisionnement en eau en fonction des ressources locales	Réduire ses consommations d'eau (p. 41)	
Consommation de matières premières et mesures prises pour améliorer l'efficacité de leur utilisation	Réduire les consommations de matières premières (p. 23)	- Tonnes de matières vierges économisées
Consommations d'énergie	Réduire les consommations énergétiques (p. 38)	- Consommations totales d'électricité, en GWh - Consommations totales d'énergie, en MWh - Consommations d'électricité, en kWh par m <sup>2</sup> de surface de vente
Recours aux énergies renouvelables	Investir pour demain (p. 38)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique	Réduire les consommations énergétiques (p. 38)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Utilisation des sols	Réduire l'impact du bâti (p. 40)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
<b>CHANGEMENT CLIMATIQUE</b>		
Rejets de gaz à effets de serre	Lutter contre le changement climatique (p. 42)	- Emissions totales de GES liées aux consommations électriques - Emissions de GES liées aux consommations électriques, par m <sup>2</sup> de surface de vente - Emissions de GES liées aux fuites de fluides frigorigènes par m <sup>2</sup> de surface de vente
Adaptation aux conséquences du changement climatique	Lutter contre le changement climatique (p. 42)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
<b>PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ</b>		
Mesures prises pour préserver et développer la biodiversité	Proposer des produits plus respectueux	- Pas d'indicateur spécifique retenu



<b>VOLET SOCIÉTAL</b>		
<b>Thèmes</b>	<b>Partie correspondante</b> (numéro de page)	<b>Tableau d'indicateurs</b> <b>correspondant</b>
<b>IMPACT TERRITORIAL, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE L'ACTIVITÉ</b>		
Impact en matière d'emploi et de développement régional	Soutenir durablement le monde agricole (p. 29) Etablir des relations durables avec les PME (p. 30)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Impact sur les populations riveraines ou locales	Une mobilisation des magasins tout au long de l'année (p. 47)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
<b>RELATIONS ENTRETENUES AVEC LES PARTIES PRENANTES</b>		
Les conditions de dialogue	Relations avec les parties prenantes (p. 5)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
Les actions de partenariat ou de mécénat	Solidarité (p. 47)	- Pas d'indicateur spécifique retenu
<b>SOUS TRAITANCE ET FOURNISSEURS</b>		
Prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux	Veiller au respect des droits fondamentaux dans la chaîne d'approvisionnement (p. 32)	- Nombre d'audits sociaux réalisés selon la méthode ICS
Importance de la sous-traitance et prise en compte de la RSE dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants	Veiller au respect des droits fondamentaux dans la chaîne d'approvisionnement (p. 32)	- Nombre d'audits sociaux réalisés selon la méthode ICS
<b>LOYAUTE DES PRATIQUES</b>		
Actions engagées pour prévenir la corruption	Développer l'éthique d'entreprise et lutter contre la corruption (p. 35)	Pas d'indicateur spécifique retenu
Mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs	Clients (p. 21 et suivantes)	- Nombre de références à marque Auchan étiquetés en braille en alimentaire libre-service - Nombre de références à marque Auchan possédant le label Bio
<b>DROITS DE L'HOMME</b>		
Actions engagées en faveur des droits de l'homme	Assurer le respect des normes de l'OIT (p.18)	Pas d'indicateur spécifique retenu

## Auchan France

# Exercice clos le 31 décembre 2015

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

Aux Actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant accrédité par le COFRAC<sup>1</sup> sous le numéro 3-1050, nous avons établi la présente attestation sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2015, présentées en annexe du rapport de gestion, 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, conformément aux référentiels utilisés par la société, composés du protocole de reporting environnemental et sociétal et du protocole de reporting RH dans leurs versions datées d'octobre 2015 (ci-après les « Référentiels ») dont un résumé figure en introduction dans la partie « Méthodologie » du rapport de gestion.

### Indépendance et contrôle qualité

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

### Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R. 225-105 du Code de commerce. Il ne nous appartient pas de vérifier la pertinence et la sincérité des Informations RSE.

Nos travaux ont été effectués par une équipe de cinq personnes entre décembre 2015 et février 2016 pour une durée d'environ trois semaines.

---

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

### **Nature et étendue des travaux**

Nous avons conduit les travaux suivants 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 :

- 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 « Méthodologie » du rapport de gestion.

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.

Paris-La Défense, le 3 mars 2016

L'Organisme Tiers Indépendant  
ERNST & YOUNG et Associés

Eric Mugnier  
Associé Développement durable

Bruno Perrin  
Associé



Direction de la communication en charge du développement durable - 92 rue Réaumur - 75002 Paris  
Avril 2016