



**INFORME**  
DE ACTIVIDAD  
Y RESPONSABILIDAD  
SOCIAL  
CORPORATIVA  
**2018**



« Como actor económico humano y responsable mantenemos un **firme compromiso con la sociedad y el medio ambiente**, desarrollando un negocio ético centrado en las personas y en el cuidado del Planeta. **Somos actores responsables, comprometidos con lo bueno, lo sano y lo local.** Somos un ejemplo por la calidad de nuestros productos exclusivos, nuestra oferta seleccionada, nuestros precios discount y la excelencia de la experiencia del cliente. Nuestras innovaciones y nuestros servicios cada vez más personalizados simplifican la vida cotidiana y cambian la vida de nuestros clientes cada vez más numerosos en todos los lugares del mundo. Situamos el factor humano, el bienestar y la pasión por el servicio en el centro de todas nuestras acciones. **En línea con nuestra Visión 2025, coconcebimos y coanimamos un comercio de nueva generación, multiformato y phygital, ique cambia la vida!** »

**INFORME**  
DE ACTIVIDAD  
Y RESPONSABILIDAD  
SOCIAL  
CORPORATIVA  
**2018**



# ÍNDICE

CARTA DEL PRESIDENTE DIRECTOR GENERAL 6

CIFRAS CLAVE 8

RESULTADOS 2018 10

Desarrollo económico 10

Nuevas aperturas 11

Una enseña única 12

Mejorando la competitividad: Acuerdo Auchan Retail España-Makro 13

NUESTROS CLIENTES 14

¡Nuestros productos! ¡Nuestra marca! 16

Apuesta por lo sano 28

Productos responsables para un consumidor concienciado 34

Innovar, innovar, innovar 38

Escucha y conversación con el cliente 43

NUESTROS COLABORADORES 44

Top Employer 46

Participación activa y compromiso 47

Talentos que suman 52

Más diálogo... 58

NUESTROS SOCIOS COMERCIALES 62

Desarrollo de proveedores españoles 64

Colaboración con productores de terceros países 70

Relaciones éticas, compras responsables 71

NUESTRA SOCIEDAD 72

Alianzas clave para el desarrollo 74

Haciendo realidad el compromiso social 75

Construyendo una sociedad igualitaria 87

En contra de la violencia de género 90

Menos desperdicio 91

Principios éticos que rigen toda la actividad 92

Diálogo eficiente con los grupos de interés 93

NUESTRO MEDIO AMBIENTE 94

Eficiencia energética 96

Gases refrigerantes con menor PCA 99

Racionalización del consumo de agua 100

Movilidad sostenible 101

Objetivo: cero residuos 103

Reducir el consumo de envases 106

Preservar la biodiversidad 108

Medir la huella... 111

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE 118



# Carta de Patrick Coignard Presidente Director General de Auchan Retail España

2018 ha sido un año marcado por la transformación de Auchan Retail España y en el que hemos continuado desarrollando el proyecto de convergencia de enseña de nuestros centros hacia la marca comercial única Alcampo, tan conocida y reconocida por nuestros clientes. Esta unificación contribuye a identificar nuestro modelo de comercio en todos los formatos y opciones existentes: hipermercados, supermercados, tiendas de proximidad y, por supuesto, el servicio de e-commerce.

En nuestros casi 40 años en la vida de los españoles hemos asistido a múltiples cambios económicos, demográficos, culturales y tecnológicos. Alcampo, fiel a su espíritu de transformación e impulso social, ha acompañado a sus clientes y colaboradores en estos cambios.

Puedo afirmar con rotundidad que hoy **somos comerciantes de nueva generación**, pero afirmo también que lo hemos sido siempre. El comercio en sí, es un territorio de innovación, evolución y adaptación al contexto, pero también es un motor de cambio; es decir, que nos transformamos pero impulsamos también de manera activa el cambio

y el desarrollo de la sociedad, desde un punto de vista amplio y esférico, siempre en cooperación con otros actores fundamentales.

A lo largo de nuestra vida hemos demostrado que Auchan Retail España ha sido un factor de mejora del entorno, y que como **actor económico humano y responsable** que somos, hemos desarrollado un modelo de comercio comprometido, basado en valores fuertemente arraigados en nuestra empresa: confianza, apertura y excelencia.

La **confianza** es la clave para establecer relaciones constructivas y sólidas en un mundo cada día más colaborativo, donde las alianzas cobran suma importancia para asegurar un desarrollo conjunto cocreado por diferentes actores y beneficioso para todos ellos.

Por su parte, la **apertura** es la palanca del cambio. Es la capacidad de indagar, de ser curioso y valiente, de apostar, de innovar, de crear, de cuestionarse cada día y cambiar de rumbo si es necesario.

La **excelencia**, espíritu de exigencia con uno mismo, y con los demás, nos hace dar lo mejor de nosotros mismos día a día y trabajar de manera participativa y en equipo.

Las 20.800 personas que formamos Auchan Retail España, **situamos lo humano en el centro de todas y cada una de nuestras actuaciones** y cuidamos nuestras relaciones con todos nuestros grupos de interés.

Elegimos con precisión nuestros productos y trabajamos de la mano de los productores, muchos de ellos locales. Escuchamos y conocemos a nuestros clientes en toda su diversidad, con la finalidad de ofrecerles una experiencia de compra única y cada vez más personalizada.

Basándonos en nuestro modelo de simetría entre clientes y colaboradores, cuidamos a las mujeres y hombres que conforman nuestra plantilla, apostando con determinación por su bienestar y su desarrollo personal y profesional.

Somos audaces, nos reinventamos, nos atrevemos a innovar para todos y a utilizar las herramientas que hoy en día están a nuestro alcance, para ser más eficaces y combinar las ventajas de lo digital con las de la tienda física, creando espacios donde vivir experiencias únicas.

Somos una empresa comprometida, y actuamos en todo momento respetando nuestra Carta Ética, garantizando así que **nuestro comercio es justo y responsable**. Queremos por lo tanto desarrollarnos de manera eficaz y respetuosa con nuestro Planeta y trabajamos en pro de la construcción de un mundo más justo, apoyándonos en planes de acción concretos que contribuyan a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.



### **Patrick Coignard**

*Presidente Director General  
de Auchan Retail España*

Nos reafirmamos en nuestro deseo de favorecer un cambio sostenible basado en hechos y no en palabras; y en la firme convicción de continuar manteniendo alianzas con los actores económicos, sociales y medioambientales que impulsen el cambio y queremos ser parte del mismo.

Por eso, seguiremos caminando fieles a nuestros principios, nuestros valores y a nuestra particular forma de ser con el fin de hacer realidad nuestra Visión.

En definitiva, **queremos cambiar la vida** de los que nos rodean para lograr que todos y cada uno de ellos vivan mejor en su día a día y que todos vivamos mejor juntos.

# CIFRAS CLAVE



## Resultados

**4.662 millones de €**  
CIFRA DE VENTA

**109 millones de €**  
INVERSIÓN

**24 nuevos supermercados** (16 de ellos franquiciados)

**366 tiendas:**  
61 hipermercados  
y 305 supermercados  
(173 de ellos franquiciados)

**53 gasolineras**

**800.000**  
contactos con  
clientes

## Clientes

**+ 3.000 productos**  
de alimentación  
de marca propia

**115 referencias**  
Auchan Producción  
Controlada

**31.400 controles**  
de calidad

**1.809 referencias**  
sin gluten y  
**315** sin lactosa

**800.000 contactos**  
con clientes

## Colaboradores

**20.800 colaboradores**

**16.860 colaboradores accionistas**

**8,2 millones de €**  
repartidos  
por participación  
en beneficios

**16,1 millones de €**  
repartidos  
por consecución  
de objetivos individuales  
y colectivos

**+ 5.017 colaboradores**  
han participado en **9.295 horas de voluntariado**

**5,6 millones de €**  
invertidos en formación

**8.100 participantes**  
en programas  
de desarrollo

**Disponibilidad de identidad digital**  
para el 100%  
de la plantilla

**90% participación**  
en Barómetro  
de Compromiso  
de Empleados





## Proveedores

**9.140 proveedores españoles**  
**3.600 millones de €** en compras a proveedores españoles  
**1.240 proveedores locales**  
**18.600 referencias locales**  
**20.000 referencias** de productos frescos  
**Casi 2.000 productos ecológicos**  
**206 referencias D.O.P/I.G.P**  
**523 productos de 107 empresas** agroalimentarias destacados en campañas regionales  
**34 referencias de Comercio Justo**  
**100% de proveedores** firman el Código de Ética comercial  
**313 auditorías sociales**

## Sociedad

**1,45 millones** de desayunos y meriendas para niñas y niños en la campaña Desayunos y Meriendas #ConCorazón

**53.000 juguetes** en “Ningún niño sin Juguete”

**Casi 33.000 boletos** vendidos del Sorteo del Oro de Cruz Roja

**98.500 €** en la campaña « Un Juguete, una Ilusión»  
**63.000 €** en tarjetas « 1 Kilo de Ayuda » de Fundación Altius

**1 millón de kilos** en la Gran Recogida del Banco de Alimentos

**Fundación Alcampo por la Juventud:**  
140.000 €, 14 proyectos y 1.300 niños y jóvenes beneficiados

**732 jóvenes** en riesgo de exclusión han realizado **121.500 horas** de formación teórico-práctica

Empleo para **798 personas con discapacidad** a través de medidas directas e indirectas

## Medio Ambiente

**1,85 millones de €** de inversión en eficiencia energética

**8.600 personas** formadas en eficiencia energética

**-19% consumo de energía** en hipermercados (respecto a 2010) y **-12%** en supermercado (respecto a 2013)

**Energía de fuentes 100% renovables** desde julio de 2018

**-38,4% consumo de agua** en hipermercados con relación a 2008

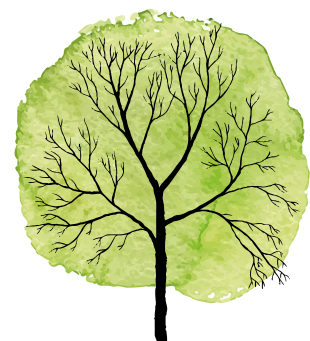
**28 centros** reparten mercancía a clientes con **vehículos no contaminantes**

**82% tasa de valorización de residuos**

**25 centros Residuo Cero**

**89 ecoparques para clientes**

**97% del papel utilizado** está certificado con los sellos FSC o PEFC



# RESULTADOS 2018

Auchan Retail España, pertenece a Auchan Retail, empresa internacional presente en 15 países, que reúne los formatos de hipermercados, supermercados y tiendas de proximidad, así como comercio online.

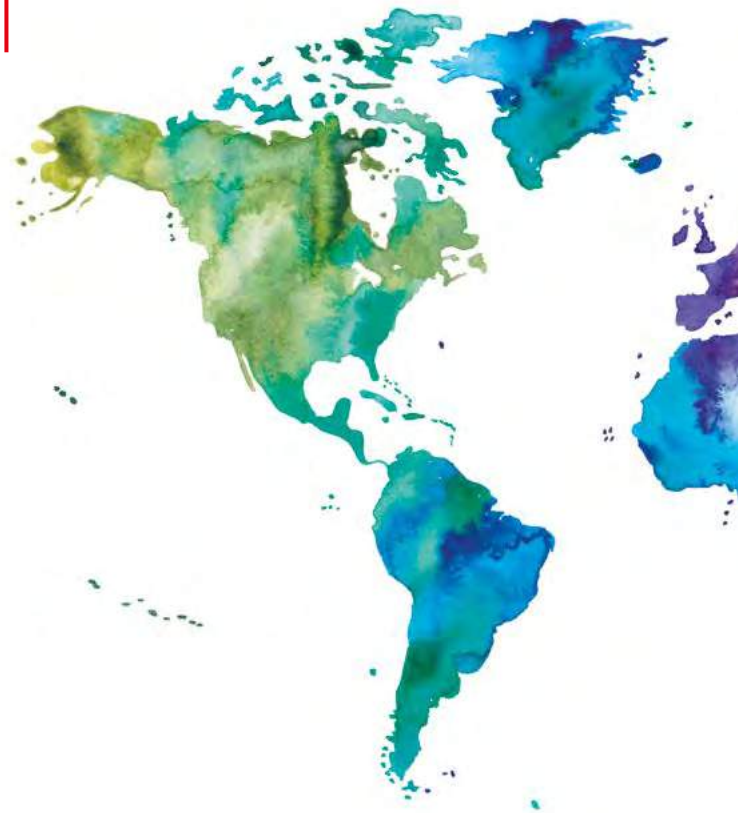
En España, la compañía opera bajo las enseñas Alcampo, Alcampo Supermercado, Mi Alcampo, [www.alcampo.es](http://www.alcampo.es) y Simply, marca que está siendo sustituida por las anteriormente enumeradas.

## Desarrollo económico

Auchan Retail España cerró 2018 con servicio de e-commerce y 366 tiendas: 61 hipermercados y 305 supermercados (173 de ellos franquiciados). El número de gasolineras ascendió a 53.

La cifra de venta bruta de la compañía alcanzó los **4.662 millones de €**, 65 millones de € más que en el ejercicio anterior.

El importe total destinado a inversión fue de **109 millones de €**, siendo casi un 40% del total dirigido a la apertura de nuevos centros y cambios de enseña y el resto a la renovación de tiendas, la implantación de medidas de sostenibilidad y a la continuación del plan de transformación digital de la empresa.



« LA CIFRA DE VENTA  
BRUTA DE LA COMPAÑÍA  
ALCANZÓ LOS 4.662  
MILLONES DE € »

## Nuevas aperturas

En 2018 la empresa inauguró 8 supermercados propios y una gasolinera, realizando una inversión de 17 millones de €. Además, la compañía abrió en régimen de franquicia 16 tiendas.

Auchan Retail España tenía prevista la apertura de un nuevo hipermercado en Esplugues de Llobregat (Barcelona) que se vio retrasada hasta el día 8 de enero de 2019, y que situó en 62 el número de hipermercados de la compañía en España.

Este nuevo hipermercado, que abrió sus puertas con 182 colaboradores, está situado en el centro comercial Finestrelles Shopping Centre, ocupa una superficie de 4.100 m<sup>2</sup> y ha supuesto una inversión de 8 millones de €.



## 8 supermercados propios...

Los 8 supermercados propios que ha puesto en marcha la empresa a lo largo de 2018 han supuesto la creación de 110 puestos de trabajo.

Todos ellos han abierto bajo la enseña **Mi Alcampo** y están ubicados en Navarra, La Rioja, Barcelona, dos en Zaragoza y tres en Madrid.

Del total, tres se han abierto bajo el modelo 7d7 que ofrece horarios más amplios a los consumidores, abriendo todos los días de la semana desde las 7 de la mañana hasta la 1 de la madrugada y con un surtido amplio de productos de alimentación y no alimentación, incluyendo artículos de ocio y prensa.

### ...una gasolinera...

A finales de octubre de 2018 Alcampo abrió una estación de servicio situada junto a su hipermercado de Vilagarcía de Arousa (Pontevedra) cuya plantilla está formada por cuatro personas, todas ellas pertenecientes al centro especial de empleo "Fuertes Servicios", promoviendo así la inclusión de personas con discapacidad.

Esta nueva gasolinera dispone de cuatro surtidores que ofrecen todas las variedades de carburantes existentes en el mercado, incorporando además servicio de autopago y "Automatric", un sistema de pago rápido por reconocimiento de matrícula, exclusivo para los titulares de la tarjeta Alcampo, que evita la utilización física de la tarjeta.

### ...y dieciséis tiendas franquiciadas

Auchan Retail España abrió 16 tiendas en régimen de franquicia, sumando 3.600 metros cuadrados



de superficie de venta. Estas tiendas han generado 76 empleos y han iniciado su andadura en las provincias de Zaragoza (cuatro), Barcelona (tres), Madrid (dos), Álava (dos), Cantabria (dos), Vizcaya, Huesca y Ciudad Real.

El modelo de franquicia de la compañía está basado en la confianza mutua y en la búsqueda de éxito compartido.

Los franquiciados cuentan con el mismo modelo de gestión del de las tiendas propias de Auchan Retail España, así como con el asesoramiento de los expertos en comercio de la compañía, que acompañan a los emprendedores desde el primer momento.

## Una enseña única

La compañía ha invertido **25 millones de €** en la continuación de su proyecto de convergencia de enseña de sus centros, hacia la marca única **Alcampo**.

45 tiendas propias y 8 tiendas franquiciadas han cambiado su rótulo pasando de Simply a Alcampo que, en caso de supermercados es Alcampo Supermercado y en caso de tiendas de proximidad es Mi Alcampo.



« LA COMPAÑÍA HA INVERTIDO  
25 MILLONES DE €  
EN LA CONTINUACIÓN  
DEL PROYECTO DE  
CONVERGENCIA  
DE ENSEÑA DE SUS CENTROS,  
HACIA LA MARCA ÚNICA  
ALCAMPO »

En total, 2018 ha finalizado con **144 tiendas propias bajo la enseña Alcampo**, que suponen un 75% del total, porcentaje que asciende al 21% en el caso de las tiendas franquiciadas, siendo 37 las que llegaron al final del ejercicio anterior con el rótulo de Alcampo.

## Mejorando la competitividad: Acuerdo Auchan Retail España-Makro

En el mes de noviembre, Auchan Retail España y Makro España firmaron un acuerdo de cooperación para la negociación en común, a partir de enero de 2019, de las condiciones generales de compra con proveedores de marca de fabricante. A través de dicho acuerdo, la Central de Compras de Auchan Retail España ha asumido la negociación con proveedores comunes, en nombre y representación de ambas compañías, en las categorías de alimentación (seca y fresca en libre servicio), droguería, perfumería y productos de parafarmacia e higiene.

Ambas compañías tienen una amplia experiencia en la gestión y negociación con proveedores, y además, la central de compras de Auchan Retail España cuenta con el refuerzo de Euromadi tras su acuerdo firmado en 2016.





# NUESTROS CLIENTES

## Apostamos por lo bueno lo sano y lo local

Auchan Retail España tiene la firme convicción de ofrecer a sus clientes un modelo de comercio que satisfaga sus necesidades y les permita **vivir mejor cada día**.

En una armoniosa conjugación con el modelo de negocio original basado en una oferta amplia al precio más bajo, Auchan Retail España da respuesta a un consumidor cada vez más comprometido que busca productos con valor añadido, haciendo una firme apuesta por **lo bueno, lo sano y lo local**.

Este nuevo consumidor preocupado por el bienestar, la salud, el placer y la sostenibilidad, puede encontrar en las tiendas físicas y online de Auchan Retail España un servicio personalizado y una oferta amplia de productos y servicios que contribuyen a su buena alimentación y son respetuosos con el entorno social y medioambiental.



# ¡Nuestros productos! ¡Nuestra marca!

Los productos de **marca propia Auchan**, más de 3.000 sólo en alimentación, droguería y perfumería, tienen el objetivo de cubrir las expectativas del cliente, con una apuesta firme por la variedad, el precio y la calidad.

En 2018, la compañía puso en marcha un cambio de *packaging* para la fácil identificación de sus gamas de producto, que van desde los más básicos a una gama *premium*, pasando por supuesto, por productos propios del país, así como un amplio surtido de ecológicos.

Esta nueva imagen, pretende de una manera muy sencilla orientar al cliente en función de lo que busque y prefiera.



« A FINAL DE 2018, YA SE HABÍAN REALIZADO CAMBIOS EN 600 PRODUCTOS, ESTIMANDO QUE 2019 FINALIZARÁ CON 1.600 PRODUCTOS DE MARCA PROPIA CON LA NUEVA IMAGEN »





### En total se han establecido tres gamas:



El logo del pájaro verde es el **“esencial”** e identifica productos orientados a satisfacer necesidades básicas, respetando en todos los casos los compromisos de calidad de Auchan.



Los productos bajo este logotipo e identificados también como **Auchan Plus**, tienen el objetivo de facilitar la vida en el día a día ofreciendo un valor añadido a través de recetas innovadoras, de la reducción máxima de aditivos y del desarrollo de gamas específicas como **“Auchan Baby”**, **“Auchan Selection”** o **“Auchan BIO”**.

La primera acoge productos específicos para bebés, como potitos, la segunda ampara la gama de productos de marca propia característicos de una localidad o región, que están muy vinculados al terreno y a los sabores tradicionales y la tercera, es la gama de productos ecológicos, cuyo surtido en marca propia asciende a 130 referencias.



Bajo el pájaro dorado, se pueden encontrar **productos gourmet**, con ingredientes y recetas exclusivas. El surtido en esta gama supera el centenar de referencias.



## Auchan Producción Controlada

En el año 2000, adelantándose al perfil del consumidor del futuro, se creó una gama de productos que continúa más vigente que nunca y que nació con el objetivo de ofrecer un plus de calidad, trazabilidad y apoyo al sector primario: **Auchan Producción Controlada**.

Esta gama acoge productos frescos desarrollados desde el primer momento con los productores y busca la recuperación de sabores y olores de antaño, teniendo además en cuenta otros factores como el tipo de producción, el bienestar animal, la estacionalidad, la sostenibilidad, la reducción del uso de pesticidas, etc.

En 2018 se ha ampliado la gama, poniendo en los lineales 19 productos más hasta alcanzar los 115 productos diferentes, desarrollados por 65 productores, 62 de los cuales son españoles.

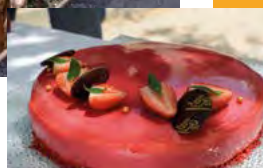
Bajo el paraguas de Auchan Producción Controlada, se han desarrollado gamas específicas como las de **“Yo crío, Yo produzco, Yo fabrico”**, **“Yo cultivo, Yo produzco, Yo fabrico”** y **BIO**.

Las dos primeras, hacen referencia a productos desarrollados en ciclo cerrado de producción, donde el productor de la materia prima es el mismo que el del producto final. Quesos de cabra y oveja, embutidos ibéricos y compotas de frutas, son algunos de los productos que se pueden encontrar bajo este marco exclusivo.



« 115 PRODUCTOS AUCHAN PRODUCCIÓN CONTROLADA EN LINEALES, 62 PRODUCTORES ESPAÑOLES »





« BUSCAMOS  
LA RECUPERACIÓN  
DE SABORES  
Y OLORES  
DE ANTAÑO »

## Auchan Producción Controlada en la XXVI Edición del Certamen Gastronómico de la Comunidad de Madrid



Auchan Retail España participó en el Certamen Gastronómico de la Comunidad de Madrid, un concurso organizado por la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid (ACYRE), donde 12 parejas de cocineros compitieron durante cuatro jornadas por ser los mejores de la Comunidad de Madrid. Durante estas jornadas, los participantes elaboraron varios platos con productos Auchan Producción Controlada.



« 26 PRODUCTOS  
ECOLÓGICOS AUCHAN  
PRODUCCIÓN CONTROLADA  
EN NUESTROS LINEALES »

## Auchan Producción Controlada ecológicos

En el año 2013, se dio un paso más en pro de la sostenibilidad, incluyendo bajo Auchan Producción Controlada, productos ecológicos.

En la actualidad, se pueden encontrar 26 productos bajo estos parámetros en frutas y verduras, pescadería y quesos.

Los productos Auchan Producción Controlada ecológicos son en su totalidad de origen nacional, favoreciendo el desarrollo de los agricultores españoles, generando empleo local y contribuyendo a la **creación de valor en el sector primario**. Por eso, algunos productos de la gama Auchan Producción Controlada ecológicos, sólo pueden encontrarse en los lineales de manera estacional.

« EN 2018, SE HAN  
INCORPORADO AL SURTIDO  
DE ECOLÓGICOS AUCHAN  
PRODUCCIÓN CONTROLADA  
AGUACATES, MANGOS Y QUESO  
DE CABRA »

Fiel a un espíritu de fomento de la sostenibilidad, algunos de estos productos se venden a granel para evitar el uso de plásticos y en aquellos en los que no es viable, se ha eliminado todo el plástico posible, que ha sido sustituido en la mayoría de los casos por bandejas de cartón procedentes de bosques sostenibles.

En 2018, se han incorporado al surtido de ecológicos Auchan Producción Controlada aguacates, mangos y queso de cabra.



## Queso de cabra

Estos quesos se producen bajo un sistema ecológico en San Cristóbal de Riaseco (Burgos), por el proveedor Fuente Humorera, S.L., que posee una ganadería propia con 1.000 cabras (razas Alpina o Francosuiza con aptitud lechera) así como los pastos de donde procede una parte de su alimentación, una sala de ordeño y una quesería en la que se elaboran los productos.

Tres referencias de este queso ecológico Auchan Producción Controlada se han incorporado en los lineales: de pasta blanda, semicurado y rulo, todos ellos disponibles en los mostradores de quesos, asistidos por profesionales de oficio de 39 centros en Madrid, Galicia, Aragón, Castilla y León, Castilla La Mancha y Andalucía.



### CICLO CERRADO DE PRODUCCIÓN



PRODUCTOS  
ECOLÓGICOS

## Aguacates y mangos

Procedentes de las provincias de Málaga, Granada y Cádiz, estos productos tropicales sólo se comercializan de septiembre a diciembre en el caso del mango y de noviembre a junio en el caso del aguacate.

Se recogen en el punto óptimo de maduración, pudiendo estar en los hipermercados y supermercados Alcampo y Simply en un plazo inferior a 72 horas, asegurando el máximo sabor.

Los mangos y aguacates ecológicos Auchan Producción Controlada, se producen en un sistema de cultivo basado en la utilización óptima de los recursos naturales y del uso de técnicas agrarias que no emplean productos químicos de síntesis (ni siquiera para combatir las plagas) ni abono, logrando de esta forma obtener alimentos ecológicos y, por lo tanto, respetando el medio ambiente.



## También son nuestras marcas...

Además de la marca propia Auchan, los clientes de Auchan Retail España pueden encontrar en las tiendas de la compañía a nivel internacional, otras marcas globales que acogen líneas de productos de no alimentación.

**Qilive**  
by Auchan



**Qilive by Auchan** acoge 730 referencias de productos multimedia, de imagen y sonido, foto y video, telefonía y electrodomésticos.



# INEXTENSO

by Auchan

**In Extenso** es la marca de moda y textil de Auchan Retail, que propone un estilo de moda fácil de llevar y accesible para todos, con 3.500 referencias.



## REFRESH In Extenso

En el marco de la internacionalidad, **In Extenso** puso en marcha en 2018 el Proyecto Capsule, cuyo objetivo es dar la oportunidad a estudiantes de moda de todo el mundo de crear una colección para todos los países donde Auchan Retail está presente con In Extenso.

En España, se realizó un acuerdo con el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM), en el marco del cual se puso en marcha un concurso entre los estudiantes de dicho centro. Tras una primera fase donde el CSDMM realizó una selección anónima, pasaron a la semifinal cinco silue-

« EN 2018, SE HA REMODELADO  
LA ZONA TEXTIL EN  
24 HIPERMERCADOS  
ALCAMPO »



tas, de las que se eligieron dos finalistas seleccionadas por un jurado experto compuesto por profesionales de diferentes ámbitos. Tras la elección de los dos finalistas, los ganadores se seleccionaron a través de un concurso en las redes sociales de Auchan Retail España en el que se contabilizaron 7.000 votos.

El diseño elegido fue la colección **“Wear it in your own way”**, una creación de las alumnas Elba Ruiz, Laura Fernández y Yu You, donde se fusionan la comodidad y el estilo. La propuesta ganadora, que desfiló en París junto a los ganadores del resto de países participantes, cuenta con cuatro piezas: camiseta, malla, short y chubasquero y forma parte de la colección REFRESH de In Extenso primavera-verano 2019.

## Nuevos espacios In Extenso

A finales de 2017 se inició un proyecto de remodelación de la zona de textil en los hipermercados Alcampo que ha alcanzado, en 2018 a un total de 24, entre otras las de Moratalaz (Madrid), Teruel, Castellón, Almería o Burgos.

La finalidad es facilitar la compra a los clientes en un espacio moderno, cómodo y atractivo donde ensalzar las colecciones y mostrar con mayor claridad la oferta.



# actuel®

by Auchan

**Actuel by Auchan** es la marca de productos de decoración de interior y cocina, todos ellos con un diseño moderno y colorido para el hogar. La compañía cuenta hoy por hoy con 4.200 productos bajo esta marca, surtido que se ha visto aumentado en 2018 tras la incorporación de ropa de cama y ropa para el hogar bajo Actuel.



« 4.200 PRODUCTOS  
BAJO LA MARCA  
ACTUEL »

« EN 2018 SE HA  
INCORPORADO ROPA  
DE CAMA Y ROPA  
DE HOGAR »





**cosmia**  
by Auchan



**Cosmia by Auchan** es la marca dedicada al cuidado y belleza. Creada en España en 2012 renovó su imagen y amplió su surtido en 2017, contando en la actualidad con 785 referencias consolidadas en los lineales de la compañía.

En sus primeros pasos, Cosmia fijó el objetivo de crear categorías básicas como geles, champús, productos de depilación, para cuidado del cuerpo, maquillaje, etc. Como marca en continua evolución, durante 2018 ha profundizado en la innovación para poner en el mercado novedosas y diferenciadoras colecciones, como una línea de cuidado masculino, jabones sólidos, mascarillas faciales para mujeres y hombres, cremas de manos de colección, 185 referencias de accesorios de cabello y belleza y desodorantes comprimidos.

Además, durante el ejercicio pasado, se crearon dos líneas específicas destinadas a los más pequeños: **Cosmia KIDS y Cosmia Baby**.

La primera es una gama adaptada a la piel de los niños, que destaca por la diversión, los coloridos en los envases y el revestimiento antideslizante.

Por su parte, **Cosmia Baby**, es la nueva línea de cuidados destinada al aseo de los más pequeños. Cuenta en la actualidad con un surtido de 30 productos adaptados para las pieles más frágiles, a los que se han aplicado fórmulas muy suaves que pueden ser utilizados desde el nacimiento.

La gama de productos es amplia y contiene agua limpiadora, linimento con aceite de oliva, aceites especiales para masajes, toallitas, champú, etc. Todos ellos han sido testados bajo controles dermatológicos, y no contienen ni parabenos, ni phenoxyethanol.





**One Two Fun** es una marca de juguetes exclusiva y atractiva para los niños y niñas. Esta marca nace con la convicción de fomentar la felicidad de los más pequeños y favorecer su desarrollo a través del juego. Cuenta con productos de alta calidad y seguridad y con precios accesibles, que se enmarcan en siete universos de juegos teniendo en cuenta los intereses y la edad de los niños y niñas. Estos universos son los siguientes:

*¡Construye tu mundo!*

### ***¡Construye tu mundo!***

Pretende favorecer el acceso a conocimientos que permitan entender y construir el mundo así como observar, razonar, construir, asociar, reproducir y trabajar la memoria y enfrentarse a desafíos. Entre este surtido se pueden encontrar juguetes de construcción, puzzles y científicos.



*¡Inventa tus historias!*

### ***¡Inventa tus historias!***

Acoge productos como figuras o robots que permitan a los más pequeños inventar cuentos y universos con diferentes personajes y contarlos a través de la puesta en escena con los juguetes de tamaño reducido.



*¡Sorprende a los pequeños!*

### ***¡Sorprende a los pequeños!***

Es, como su nombre indica, la gama de juguetes de descubrimiento para los niños y niñas de 0 a 36 meses.





¡Llega más lejos!

**¡Llega más lejos!**

Cuenta con una selección de juegos que pretenden potenciar la actividad física y motriz, como radio control, lanzadores, ping pong, etc.

¡Juguemos juntos!

**¡Juguemos Juntos!**

Estrategia, deducción, comunicación y socialización son la base sobre la que se ha hecho esta selección de juegos de sociedad, cartas, etc.

¡Juega a ser mayor!

**¡Juega a ser mayor!**

Agrupar juguetes que acompañan al niño o niña en su crecimiento y en el desarrollo de su identidad, imitando roles que ejercen los adultos y siendo protagonistas de la historia. Cocinas, muñecos y disfraces, entre otros, forman parte de este universo.

¡Adelante artista!

**¡Adelante artista!**

Ofrece juegos de música, foto, diseño, etc. para favorecer las capacidades de expresión, el talento artístico y la creatividad.



« ONE TWO FUN CUENTA CON PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD Y SEGURIDAD Y CON PRECIOS ACCESIBLES »



## Apuesta por lo sano

**Auchan Retail** quiere ser un aliado del bienestar y mejorar la vida diaria entre sus colaboradores y sus clientes. La calidad es irrenunciable para la compañía, que en 2018 realizó 31.400 controles a productos (16.235 controles microbiológicos y 15.165 controles de calidad).

Además de dichos análisis que confieren seguridad en los productos que la compañía pone a la venta, Auchan Retail España trabaja en pro de la sensibilización de la población, así como en la oferta de productos frescos que redunden en una alimentación equilibrada y natural.

### Más productos frescos

Auchan Retail España hace un gran hincapié en la oferta de productos frescos, de los que cuenta con 20.000 referencias.

Por ello, incorpora en todos los espacios donde es posible, mostradores tradicionales atendidos por profesionales de oficio en los que el cliente puede encontrar un servicio personalizado de la mano de especialistas en los productos ofrecidos.



Auchan Retail España cuenta con un amplio desarrollo de sus **escuelas de oficio**: carnicería, pescadería, panadería-pastelería, charcutería-quesos y frutas-verduras.

Estas escuelas están basadas en una formación continua y progresiva en el tiempo, iniciándose en los primeros días de trabajo de los colaboradores, con formación presencial impartida por los mejores profesionales, que finaliza con la realización de prácticas en el puesto de trabajo.

Posteriormente, a lo largo de la vida laboral de los profesionales de oficio esta formación se ve reforzada con cursos *e-learning* y otros cursos presenciales más especialistas. En dichos cursos se enseñan cortes, manipulación, elaboración y se profundiza en las características de cada tipo de producto.

A lo largo de 2018, **6.940 personas han recibido formación en oficios tradicionales** durante 56.800 horas.



## Bienestar para todos

Además de asegurar una amplia gama de productos que favorezcan el acceso a una cesta de la compra sana y de calidad, **fomentar hábitos de vida saludable** es otro de los ejes en los que Auchan Retail lleva años trabajando.

Lo hace a través de programas de sensibilización, así como de apoyo al deporte y a la investigación científica en pro de la mejora de la salud.

En este sentido, en 2018 entregó junto a la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad, una beca de 10.000 € destinada a impulsar el **Estudio PEMIO**: Impacto de una estrategia de intervención bio-psico-social sobre la salud mental y el riesgo cardiovascular de niños y adolescentes con obesidad.

Respecto a la sensibilización, la compañía finalizó a finales de 2018 su programa La Vida Azul, destinado a ayudar a los clientes en la elección de productos en función de sus valores nutricionales.

En este sentido, reforzó la comunicación en tienda con la inclusión de nueva cartelería tras el estudio minucioso de los productos que debían estar bajo la señalización: “Productos Azules”.

## Promoción de hábitos saludables entre los más pequeños

Continuando con la apuesta por sensibilizar a los más pequeños en hábitos saludables, se han llevado a cabo múltiples acciones como visitas a colegios con jugadores de los equipos patrocinados y un nutricionista de la empresa, así como las siguientes actividades y eventos:

### Talleres de buena alimentación

Los Clubes Rik&Rok han llevado a cabo 12 talleres en todos los hipermercados (uno mensual), en los que han participado **14.000** niños sobre hábitos de consumo saludables, práctica de ejercicio y vida sana en familia.

**Agenda 2019**

**Enero**

- Del 14 al 20 de Enero: COLGATE**  
Aprende a cuidar tu sonrisa con Colgate y los Minions ¡Ven y diviértete! Podrás ganar 5 entradas de cine para ir con tu familia y tus amigos a ver tu película favorita.
- El 21 de Enero: DÍA INTERNACIONAL DEL ABRAZO**  
¿Te gusta abrazar? ¡Lo verás lo divertido que es abrazar a los abuelos, papá, hermano, amigos. No importa a qué edad abras, ya verás lo bien que te sientes.
- El 30 de Enero: DÍA ESCOLAR DE LA PAZ Y LA NO VIOLENCIA**  
¡Juguemos a ser tolerantes, solidarios, respetuosos con demás, sin importar la raza, cultura o la religión. Ven a jugar y diseña un mundo de Paz.

**Taller de Alimentación**

**7 de Enero**  
¿Qué es un alimento ecológico?

**Agenda 2019 Junio**

- Del 3 al 9 de Junio: COLORBABY INFINITY NADÓ**  
¡Ven a jugar con las penzcas Infinity Nadó! El estado Nadó te espera para el verano.
- Del 10 al 16 de Junio: PASCUAL**  
Diviértete con nosotros descubriendo por qué es importante el Bienestar Animal.
- Del 17 al 23 de Junio: PULVERA**  
Pásalo en grande con Tío y Bandido Pulver, visita el club Rik & Rok y descubre cómo ganar fantásticos premios.
- Del 24 al 30 de Junio: LEGO**  
¡Construye y ¡mete a aventuras increíbles con LEGO City!

**Taller de Alimentación**

**14 de Junio**  
Cócteles, mejora tu salud y sé más feliz. Demuestra lo que sabes mientras juegas.

**¡WE SAU!** **Pascual**

Esta agenda puede estar sujeta a posibles cambios imprevistos. Para mayor información, consulta la actualización mensual en [www.clubrikandrok.com](http://www.clubrikandrok.com) o en tu área R&R&K.



## La carrera de los niños

Auchan Retail España ha apoyado una vez más la **XIII Edición de la Carrera de los niños y niñas en Zaragoza**, organizada por el Club de Atletismo Alcampo Scorpio 71, que ha reunido a **dos millares de niños** con el objetivo de fomentar el deporte entre la infancia y compartir un día entrañable con la familia y amigos disfrutando del atletismo. Este evento, en el que participaron voluntariamente 25 colaboradores de Auchan Retail España para preparar las bolsas de avituallamiento y colaborar en la preparación del evento, forma parte del pro.



## Concurso de Cuentos sobre buena alimentación

Un año más Auchan Retail España ha patrocinado la XV Edición del Concurso de Cuentos Solidarios que se pone en marcha bajo la campaña “Un juguete, una ilusión”, destinado a los Centros de Enseñanza Primaria de Primer, Segundo y Tercer ciclo, y de Educación Especial de toda España.

Todos los relatos, que se co-construyeron entre todos los alumnos de la clase, debían girar en torno al juego y a la importancia de mantener hábitos alimenticios saludables y tener como protagonistas a Rik y Rok, las mascotas del Club infantil que bajo el mismo nombre, ofrece Alcampo a sus clientes.

En total, **participaron 28.200 niños y niñas de 700 colegios**, que presentaron en total 1.400 cuentos. El jurado, integrado por representantes de RNE, la Fundación Crecer Jugando, Auchan Retail España y la Campaña “Un Juguete, Una Ilusión”, tuvo en cuenta el voto online, que contó con una participación de cerca de 18.000 votantes a través de la web [www.unjugueteunailusion.com](http://www.unjugueteunailusion.com).

Por su creatividad y originales propuestas, los cuentos ganadores fueron los siguientes:

- **1<sup>er</sup> Ciclo: “En busca de un mundo mejor”, del Colegio Virgen de Europa en Boadilla del Monte (Madrid)**, propone un juego al Emperador Colesterol para evitar que absorba la Tierra. Con la ayuda de Rik&Rok, los niños organizan distintas pruebas con las que le demuestran que la comida sana y el ejercicio pueden cambiar la calidad de vida.
- **2<sup>o</sup> Ciclo: “La escuela voladora”, de la Escuela La Ràpita (Lleida)**, es un cuento basado en la experiencia de los niños al participar en los Juegos Olímpicos Planetarios, donde pueden aprender a comer bien e incluir el deporte en sus hábitos diarios. De este modo, logran convencer al Emperador Colesterol y salvar la Tierra.
- **3<sup>er</sup> Ciclo: “Jaque al colesterol”, del CEIP Alcázar y Serrano de Caudete (Albacete)**, comienza con la llegada del Emperador Colesterol y sus insanos ayudantes para conquistar la Tierra. Rik&Rok le proponen un plan para salvar a los humanos y, gracias a los buenos hábitos y consejos del Colegio Alcázar y Serrano, le dan Jaque Mate al Emperador.
- **Educación Especial: “La Batalla de Imanol contra el colesterol”, del CEE Eloy Camino en la ciudad de Albacete**, narra las aventuras de Imanol en su lucha contra el colesterol. Gracias a visitas regulares al médico, la alimentación saludable y el deporte, consigue derrotar al Emperador Colesterol y salvar a sus compañeros de clase.



« 28.200 NIÑOS Y NIÑAS  
DE 700 COLEGIOS  
PARTICIPARON EN "UN JUGUETE,  
UNA ILUSIÓN" »



## Apuesta por el deporte

Como actor económico humano y responsable, Auchan Retail España desarrolla una intensa actividad en el entorno de sus tiendas con la finalidad de promover hábitos saludables. Por eso, apoya el deporte en sus máximas vertientes, que además de estar ligado con la salud, lo está con valores compartidos por Auchan Retail España, como el esfuerzo, el afán de superación, la solidaridad y el trabajo en equipo.

Entre otros, cabe destacar el apoyo al Club de Atletismo Adaptado Javi Conde, el Club de Fútbol femenino cantera Vitoria o el trofeo de Atletismo Ciudad de Zaragoza.



### Alcampo Scorpio 71

En noviembre de 2018, se renovó el compromiso de Auchan Retail España con el Club de Atletismo Simply Scorpio 71, al que venía apoyando desde hacía diez años y que, en el proceso de cambio de enseña fijado por la compañía, pasó a denominarse Club de Atletismo Alcampo Scorpio 71.



« 400 ATLETAS SE  
DIERON CITA EN EL  
PALACIO DE DEPORTES  
DE ZARAGOZA »

El acto se celebró en el Palacio de Deportes de Zaragoza, donde se dieron cita instituciones, colaboradores de Auchan Retail España, más de 400 atletas, integrantes de las estructuras escolares y federadas del Club, así como los fundadores del mismo, entrenadores, y atletas emblemáticas como las olímpicas Ester Lahoz, María José Poves e Isabel Macías.



« EN NOVIEMBRE DE 2018  
SE RENOVÓ EL  
COMPROMISO CON  
EL CLUB DE ATLETISMO  
ALCAMPO SCORPIO 71 »

# Productos responsables para un consumidor concienciado

Auchan Retail España cuenta con una amplia oferta de productos que responden a las expectativas de un nuevo consumidor, así como a los valores de la compañía.

## Que preservan la biodiversidad



Fiel a la consecución del Objetivo de Desarrollo Sostenible 15, que hace referencia a la vida de ecosistemas terrestres, Auchan Retail España ha continuado desarrollando el proyecto de recuperación de tres variedades de melón autóctono de la Comunidad de Madrid: Piel de Sapo, Mochuelo y Azul, en colaboración con el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA) y un agricultor (José Carlos Velasco), adquiriendo en tres meses de verano (julio, agosto y septiembre) 17.090 Kg de melones que fueron identificados con cartelería especial en tienda.

Además, cumpliendo con su **política de bosques sostenibles**, el 100% de los productos de marca propia procedentes de la madera y derivados, disponen del certificado FSC o PEFC. En el caso de productos de otras marcas, se ha establecido que en 2025, se exigirá que el 100% de los productos posean certificación que avale la sostenibilidad. Al finalizar el pasado ejercicio, el 58% de los proveedores con los que se trabaja desde hace tiempo ya contaban con dicha certificación para sus productos, cifra que alcanza el 100% en el caso de los nuevos proveedores.

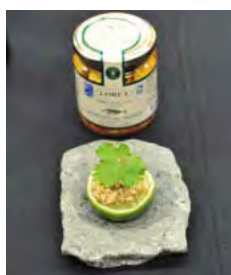


Otro de los aspectos recogidos en la política de bosques, es la eliminación del aceite de palma como ingrediente de los productos de marca propia en todas aquellas referencias en las que sea posible sustituirlo y asegurando en las que no, que dicho aceite procederá de fuentes sostenibles.

Ya en 2017 se avanzó en este sentido, primero trabajando en la localización de los productos de marca propia con aceite de palma, y después en el proceso de reformulación de los mismos. La compañía continúa trabajando en este proyecto para llegar al 100%, alcanzando a finales de 2018 el 69% del total, habiéndose producido cambios en 173 referencias.



Además, haciendo realidad su apuesta por el Objetivo de Desarrollo Sostenible 14, la compañía cuenta con una **política de pesca sostenible** que, entre otros puntos, refuerza la incorporación de productos pesqueros con sellos de sostenibilidad, como panga ASC (*Acuiculture Stewardship Council*) doradas, corvinas y lubinas Auchan Producción Controlada con el



certificado internacional FOS (*Friends of the Sea*) y bacalao capturado en Islandia y curado en España certificado por *Iceland Responsible Fisheries* así como una treintena de productos bajo el sello MSC (*Marine Stewardship Council*), presentes en el surtido de Auchan Retail España desde 2012, y de los que tres son de marca propia.

Cabe destacar que en sus planes de sensibilización a sus clientes, la compañía realizó junto a MSC la campaña #Maresparasiempre, una campaña de conmemoración del 20 aniversario de MSC, donde destacó en sus lineales los productos certificados,



## Anchoas certificadas MSC

En 2018, la empresa amplió su surtido de marca propia al introducir anchoas Auchan MSC. Desarrolladas por el proveedor Yurrita e hijos, S.A. Pesca del Cantábrico, estos filetes de anchoas en aceite de oliva virgen extra Arbequina proceden del Cantábrico y se presentan en 4 formatos distintos. Este producto se sumó al bonito Auchan certificado, y en 2019 se ha introducido una referencia de boquerones en vinagre Auchan con esta certificación de sostenibilidad.



## Sin residuos de pesticidas

Auchan Retail España ha puesto en marcha un plan de reducción del uso de pesticidas asumiendo un compromiso medioambiental en relación a los límites máximos de pesticidas en las frutas y hortalizas que pone a la venta, yendo más allá de lo fijado por organismos oficiales.

La compañía ha contado con seis referencias de tomates, tres de ellos bajo la marca Auchan Producción Controlada (cherry, cherry rama y cherry nébula) y tres convencionales (cherry pimienta, pera cóctel y pera rama), así como cítricos Auchan Producción Controlada (limones, naranjas y mandarinas).

Estos productos con la etiqueta **“Sin residuos de pesticidas”**, son cultivados de manera sostenible, con aplicaciones mínimas de productos químicos en el cultivo y primando siempre el control biológico y las labores mecánicas. Asimismo, no reciben aplicación de químicos en el postcultivo, es decir, que no son ni premadurados ni conservados, asegurando un producto fresco en su momento perfecto de maduración.

La ausencia de restos de aplicaciones químicas es garantizada por laboratorios acreditados que analizan un total de 385 materias activas, utilizando métodos analíticos tales como cromatografía de gases y cromatografía de líquidos.



« A PARTIR DE 2021  
LOS HUEVOS AUCHAN  
NO PROCEDERÁN  
DE GALLINAS CRIADAS  
EN JAULAS »



## Que respetan el bienestar animal

Comprometidos con el bienestar animal, a partir de 2021, Auchan Retail España sólo comercializará huevos de marca propia Auchan que no procedan de gallinas criadas en jaulas. Este compromiso se extenderá a todas las marcas de huevos en 2025.



## Ecológicos

Auchan Retail España introdujo en sus lineales productos ecológicos hace 20 años. A fecha de hoy, **el surtido asciende a casi 2.000**. En hipermercados y supermercados estos productos están señalizados para la fácil identificación de los clientes. Asimismo, en los supermercados que han cambiado la enseña a Alcampo, la gama de productos ecológicos se ha visto reforzada. En 2018, además, se han comenzado a introducir productos ecológicos a granel en aquellas tiendas en las que ha sido viable.



## Productos para todas las necesidades

Para asegurar que se satisfacen todas las necesidades de clientes con intolerancias alimenticias, el surtido global de **productos sin gluten** alcanza las 1.809 referencias, de las que 233 son de marca propia. La gama específica de marca propia "sin gluten" ha pasado de 26 referencias a 47.

Respecto a los **productos sin lactosa**, se cuenta con 315 referencias, de los que 11 son de marca propia.

Asimismo, se han realizado colaboraciones puntuales con Asociaciones de Celíacos, como la de Aragón, con la que se han organizado show-cookings y se ha participado en conferencias.

« 1.809 REFERENCIAS DE PRODUCTOS SIN GLUTEN, 233 DE MARCA PROPIA »



## Oferta de ahorradores de energía y agua

La compañía lleva años trabajando en pro del uso racional de la energía y el agua, no sólo con planes de mejora internos, sino poniendo en sus lineales una amplia oferta de productos que permitan a sus clientes ahorrar energía y agua.

Como ejemplo, cabe destacar que el 85% del total de bombillas que se ponen a la venta son LED.



# Innovar, innovar, innovar

Auchan practica un comercio multiformato y phygital y se desarrolla siempre manteniendo un espíritu innovador.

La innovación juega un papel crucial en la satisfacción del cliente, ya sea una innovación basada en la tecnología o aquella que va más allá de la misma. El objetivo es común: ofrecer al cliente servicios o productos que le cambien la vida.

## Un comercio phygital

El **comercio de nueva generación** que practica Auchan Retail España ofrece lo mejor de lo físico, magnificado con los beneficios de lo digital, rompiendo fronteras para unir ambos mundos de manera normalizada. Es la era de lo phygital, donde la diferencia entre el off y el online apenas es perceptible.

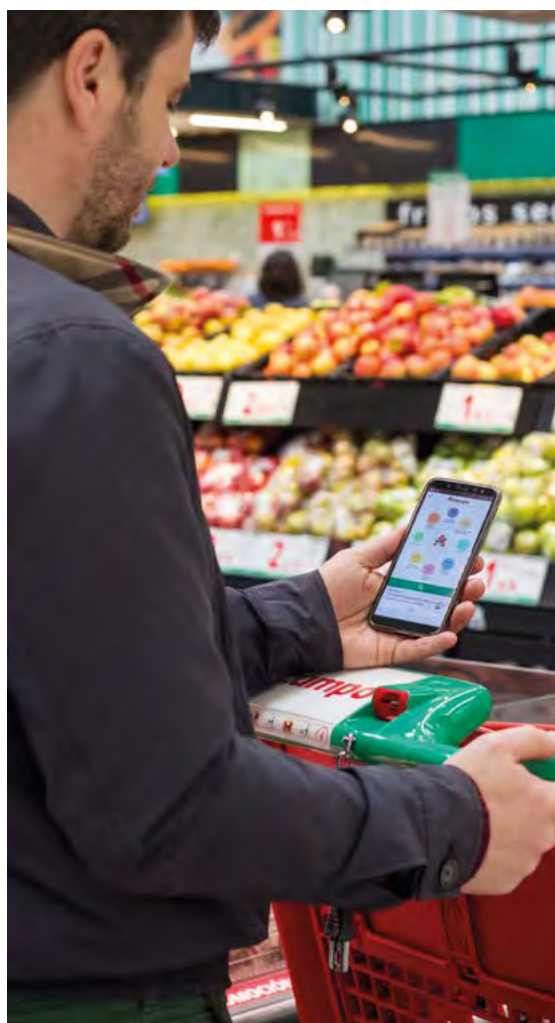
Uno de los ejemplos claros del concepto phygital es la **APP Alcampo**, recientemente reconocida por el Instituto Cerdá como una de las mejores innovaciones en gran consumo, que acompaña al cliente durante todo el proceso de compra.

Entre sus funcionalidades permite consultar las ofertas de la tienda a visitar, además del folleto en vigor y el precio de la gasolina.

Una vez en tienda, la APP facilita la localización de los productos, guiando al cliente por los pasillos donde están implantados, dando además la opción de pedir turno en los mostradores tradicionales y ser avisado cuando el turno esté a punto de llegar.

Además, permite a través de la opción **ScanYou** el autoescaneo, evitando al cliente vaciar la cesta o carro de la compra al salir por caja.

Esta APP, puesta en marcha en un principio en los hipermercados, se ha extendido a los supermercados que han cambiado la enseña a Alcampo.





## Inteligencia artificial y realidad aumentada

Dando un paso más en la digitalización para ofrecer una experiencia única a sus clientes, Auchan Retail España puso en marcha un chatbot en su página web [www.alcampo.es](http://www.alcampo.es) y en su perfil de Facebook, para recomendar a los clientes el juguete perfecto gracias a la **inteligencia artificial**, durante la campaña de Navidad.

Tim, que así se llamaba el asistente virtual, mantuvo más de 5.600 conversaciones con los clientes, para que en función de la edad, las preferencias de los más pequeños y del presupuesto, pudiera personalizar la elección dentro de un amplio catálogo de juguetes.

Además, en el mismo periodo navideño, se incorporó la realidad aumentada en múltiples juguetes del catálogo realizado *ad hoc*, así como animaciones 3D, juegos y experiencias, muchas de ellas accesibles utilizando la **APP Alcampo Kids**, a través de la cual se podía también hacer una carta de deseos virtual.

Con esta APP los niños y niñas también pudieron jugar con "los Wishmiz", unos personajes navideños creados por Auchan Retail España, o participar en un juego interactivo en las propias tiendas, donde también podía utilizarse un photocall con realidad aumentada con el que se interaccionó en 15.600 ocasiones.

« EL ASISTENTE VIRTUAL TIM MANTUVO MÁS DE 5.600 CONVERSACIONES CON LOS CLIENTES »

« TAQUILLAS REFRIGERADAS  
DISPONIBLES 24 HORAS  
EN 7 CENTROS »



## La innovación más allá de la tecnología

Además de los avances ligados a la tecnología, la compañía ha puesto en marcha una serie de innovaciones comerciales con el fin de **adelantarse al comercio del futuro**.

A lo largo de 2018 se han desarrollado o extendido ideas como la integración de bistrós en hipermercados, la comercialización de lechugas procedentes de cultivo hidropónico o la instalación de taquillas refrigeradas disponibles 24 horas, donde los clientes pueden recoger la compra realizada online en el momento que deseen. Este servicio, disponible en siete centros, continuará su expansión a lo largo de 2019.



## Bistrós

En los hipermercados de Moratalaz (Madrid), Sant Quirze y Esplugues (Barcelona), se ha incorporado un servicio de restauración en su sala de ventas con el fin de **ofrecer al cliente una experiencia inigualable.**

Se cuenta en todos los casos con profesionales de la cocina para la creación de recetas de platos elaborados en los obradores del centro, que además se pueden consumir en la propia zona de restauración habilitada para ello.



## Lechugas recién recolectadas

Auchan Retail España incorporó a su hipermercado Alcampo de Leganés (Madrid) un surtido de "lechugas vivas flotantes" que los clientes pueden recolectar en el momento, asegurando la máxima frescura. Este proyecto piloto se ha visto ampliado a más centros, entre ellos Pío XII, también en Madrid.

Estas lechugas (trocadero verde y roja, lollo verde y roja y batavia verde) del proveedor Gota Viva, mantienen hasta el último momento sus raíces en contacto directo con agua con nutrientes, gracias al innovador **sistema de cultivo hidropónico**, que se realiza utilizando balsas flotantes sobre mesas inundables.

Las mencionadas balsas flotantes reproducen en el hipermercado el mismo hábitat de un invernadero y tienen capacidad para 40 lechugas vivas.

Los clientes pueden seleccionar su lechuga viva y depositarla en el envase de cartón disponible en el propio stand. Una vez en casa, podrán consumirla al momento o reservarla con agua en el frigorífico o en un lugar fresco, ya que estas lechugas aseguran una larga conservación; es más, su crecimiento se puede prolongar 15 días tras la retirada de las balsas flotantes.



« NUESTRAS "LECHUGAS VIVAS FLOTANTES" ASEGURAN UNA LARGA CONSERVACIÓN »





## Escucha y conversación con el cliente

La escucha al cliente es una máxima para la compañía.

Por ello Auchan Retail España pone en marcha diversos canales de comunicación que permitan gestionar las sugerencias, quejas o reclamaciones de los mismos así como conversar con ellos para co-construir el comercio deseado.

Además de llamadas telefónicas a las propias tiendas de la compañía, los clientes y el resto de grupos de interés, pueden comunicarse a través de formularios disponibles en las páginas de las marcas comerciales [www.alcampo.es](http://www.alcampo.es) y [www.simply.es](http://www.simply.es), contando además con un Contact Center exclusivo para los usuarios de supermercados.



«EN 2018 HA HABIDO  
800.000 CONTACTOS  
CON CLIENTES »

En todos los casos, la empresa tiene el firme compromiso de responder a los clientes en un máximo de 48 horas.

Aparte de estas herramientas, la compañía utiliza encuestas, redes sociales o *focus group*, entre otras, para asegurar una escucha eficaz que le permita incorporar las peticiones de sus clientes a su modelo de negocio.

En 2018 ha habido 800.000 contactos con clientes.





# NUESTROS COLABORADORES, *Las personas en el centro*

Auchan Retail España es un actor económico humano y responsable que pone a **las personas en el centro**.

Por eso vela por su desarrollo personal y profesional, así como por mejorar la calidad de vida de los 20.800 mujeres y hombres de la empresa, un equipo humano donde la diversidad, desde un punto de vista holístico, es no sólo una realidad sino un eje de diferenciación y una palanca de éxito.

La compañía trabaja para asegurar la implicación de todos y cada uno, apostando por una cultura colaborativa y de participación activa en el día a día. De esta manera, se consiguen equipos como los de Auchan Retail España: **comprometidos, atentos y audaces**.



# Top Employer

A lo largo de 2018, la compañía preparó su candidatura para optar a la certificación Top Employer otorgada por Top Employers Institute, recibiendo la misma en enero de 2019.

**Top Employer** es una certificación que reconoce a la empresa por su política de Recursos Humanos, así como por el entorno de trabajo que ofrece a sus colaboradores. Las organizaciones certificadas como Top Employers, ponen a **las personas en el centro de su actividad**, fomentando el **desarrollo del talento y el bienestar en el trabajo**.

« EL 80% DE LA PLANTILLA CUENTA CON CONTRATO DE DURACIÓN INDEFINIDA »



« EL 78% DE COLABORADORES DE AUCHAN RETAIL ESPAÑA SON ACCIONISTAS DE LA EMPRESA »



En definitiva, son organizaciones con los estándares más exigentes en los procesos de gestión de personas y en las que se valoran aspectos tan importantes como **el liderazgo, la gestión de carrera, el aprendizaje y desarrollo, la cultura de la organización, etc.**

Las organizaciones que como Auchan Retail España cuentan con la certificación Top Employer, ofrecen una experiencia extraordinaria a sus colaboradores, con programas estratégicos y coherentes que contribuyen a crear un entorno que les empodera y desarrolla.

## Participación activa y compromiso

El compromiso con el buen desarrollo de la empresa es la base del éxito de la misma, que apuesta sin duda por la iniciativa individual y colectiva, la creatividad y la confianza plena en los equipos.

Para ello, además de la creación de un clima adecuado, la compañía apuesta por asegurar políticas de participación reales en el día a día y para todos.

### Colaboradores accionistas

El **78% de colaboradores de Auchan Retail España son accionistas** de la empresa, manteniendo con la misma una doble vinculación y un doble compromiso.

El accionariado, presente en España desde 1996, constituye una palanca de animación del desarrollo efectivo de la compañía y del trabajo colaborativo en pro del bien común.

Al cierre del año 2018 la empresa contaba con **16.860 colaboradores accionistas, cuyo patrimonio medio asciende a 6.800 €**, patrimonio que crece año tras año no sólo a través de la compra voluntaria de acciones, sino del reparto de beneficios.

En 2018, se repartieron **8,2 millones de €** bajo este concepto.

## Compartir los logros

Además del accionariado, la compañía cuenta con planes de retribución variable en función de la consecución de objetivos individuales y colectivos. Estos planes, basados en el reparto del haber, aumentan la retribución fija de los colaboradores.

En 2018 se entregaron **10,8 millones de € en concepto de reconocimiento individual y 5,3 millones de € en el caso de reconocimiento colectivo**, siendo 4,3 millones en acciones. El reparto individual se realiza una vez al año y el colectivo, que reconoce el desarrollo por centro de trabajo, con periodicidad trimestral.

« SE ENTREGARON  
10,8 MILLONES DE €  
EN CONCEPTO DE  
RECONOCIMIENTO INDIVIDUAL Y  
5,3 MILLONES DE € EN  
RECONOCIMIENTO COLECTIVO »





## Colaboración activa en el desarrollo de proyectos

Ser actores protagonistas de la vida de la empresa, además de estar vinculado a un desarrollo económico eficaz, también lo está a la participación activa de la compañía en proyectos sociales o medioambientales, desarrollados dentro de su política de Responsabilidad Social Corporativa.

En 2018, Auchan Retail España puso en marcha las llamadas **Jornadas de Apertura** con el objetivo de hacer realidad el proyecto humano y contribuir a dotar de sentido el trabajo de cada colaborador.

Además, este proyecto pone de manifiesto el valor apertura estableciendo sinergias entre los centros de trabajo, los colaboradores y el entorno.

Las Jornadas de Apertura comenzaron oficialmente con la **restauración forestal del Bosque Alcampo**, una iniciativa que llevó a 50 colaboradores a participar en las labores de mantenimiento y repoblación de árboles y arbustos que Auchan Retail España mantiene en Tembleque (Toledo), desde el año 2011 junto con WWF. A esta actividad se dedicaron 400 horas de voluntariado.

La gran campaña que consolidó las Jornadas de Apertura en 2018 fue **Desayunos y Meriendas #ConCorazón** celebrada en el mes de abril y en la que participaron 1.506 colaboradores, dedicando 3.012 horas a recoger alimentos destinados a niñas y niños junto a Cruz Roja .

« 1.506 COLABORADORES PARTICIPARON EN LA CAMPAÑA DESAYUNOS Y MERIENDAS #CONCORAZÓN »



Otras campañas realizadas a nivel nacional, como la Gran Recogida del Banco de Alimentos o **Ningún niño sin Juguete**, contaron con la participación de **1.294 personas que destinaron 2.380 horas a clasificar y adecuar juguetes para niñas y niños**, así como a organizar alimentos en la campaña organizada por Banco de Alimentos, participando en una jornada de clasificación de los mismos ya en 2019.

Además de estas campañas de ámbito nacional, los colaboradores también han participado en **actividades de carácter local** con entidades de su entorno. A dichas actividades los **2.100 colaboradores participantes han dedicado 3.200 horas**.

**Jornadas de Apertura**

El Banco de Alimentos de Madrid tiene que clasificar 2.832.000 kilos de alimentos recogidos durante la campaña de la Gran Recogida y elaborar packs de alimentación básica para personas y familias en riesgo de exclusión de la Comunidad de Madrid. Para realizar esta tarea necesita colaboración, por eso en Auchan Retail España nos movilizamos. Participa en esta actividad y apáptate como voluntario.

**Clasificación de Alimentos Gran Recogida**  
12 de febrero

**Día:** 12 de febrero.  
**Horario:** 9 a 13 horas.  
**Lugar:** Banco de Alimentos en Pinto, Madrid.  
Facilitaremos autobús que saldrá de La Vaguada a las 8:30 y regresará al mismo lugar a las 13:30.  
**Plazas:** 50 colaboradores.

Si quieres inscribirte comunícalo a tu responsable de RRHH, o director de proximidad.

Una vez más el equipo de Auchan Retail España nos movilizamos como actor económico humano y responsable que somos.

**¡Juntos cambiamos la vida!**  
Auchan RETAIL ESPAÑA

NUESTRO COMPROMISO PUEDE CAMBIAR LAS COSAS ¡NO ESPERES MÁS!

**TÚ COLABORAS CON LA FUNDACIÓN TAMBIÉN ALCAMPO POR LA JUVENTUD**

Con motivo de la celebración de su 30º aniversario, la Fundación Alcampo por la Juventud lanza una convocatoria de proyectos excepcionales que intentará llevar a cabo el 23/02/19 hasta el 31/05/2019.

PARA MÁS INFORMACIÓN  
Pueden contactar con tu Responsable de Peto con la Fundación Alcampo por la Juventud: fundacion@alcampo.com

desde hace 30 años, crecemos juntos

¡NO PASAR!

**Jornadas de Apertura**

**Campaña ningún niño sin Juguete**  
Apáptate como voluntario del 8 de noviembre al 2 de diciembre.  
Colabora con la campaña seleccionando juguetes para los niños y niñas en riesgo de exclusión.

**Gran Recogida de Alimentos**  
Los días 30 de noviembre y 1 de diciembre recogiendo alimentos junto al Banco de Alimentos.  
La mejor campaña de solidaridad que tiene contra el actor con la pobreza.

Somos una empresa solidaria y responsable, pero necesitamos tu colaboración para ayudar a quien más lo necesita.  
Si quieres participar pregunta al responsable de Recursos Humanos.

**¡Juntos cambiamos la vida!**  
Auchan RETAIL ESPAÑA

« + 5.017 COLABORADORES HAN PARTICIPADO EN LAS JORNADAS DE APERTURA »



Las Jornadas de Apertura se han puesto en marcha también en los **proyectos que la Fundación Alcampo por la Juventud** ha apoyado en 2018 y en los que han participado **146 colaboradores, con 239 horas dedicadas**.

En total desde su puesta en marcha desde comienzos de 2018, en las Jornadas de Apertura han participado **más de 5.000 colaboradores con 9.300 horas de voluntariado**.

Las Jornadas de Apertura se continúan desarrollando en 2019, con campañas lideradas por Auchan Retail España así como participando también en las propuestas por otras entidades, como la **Fundación Exit**, que propone que líderes de reconocidas empresas acompañen a jóvenes para evitar que abandonen los estudios, o la **Fundación Juan XXIII** que ha puesto en marcha el **proyecto IDEA**.

## Proyecto IDEA: Co-innovando para el desarrollo

La Fundación Juan XXIII Roncalli ha puesto en marcha en 2019 el Proyecto IDEA, una ambiciosa iniciativa que tiene como objetivo encontrar, de la mano de empresas, organizaciones y entidades colaboradoras, tres ideas de negocio que permitan la generación de empleo de futuro para personas con discapacidad intelectual.

Las empresas comprometidas están trabajando por equipos en tres áreas de acción, con el fin de encontrar una línea de negocio viable y sostenible por cada una de ellas, que logre emplear a mínimo 50 personas con discapacidad intelectual.

Auchan Retail España, participa en el área de Alimentación representada por 4 directivos de las áreas de innovación, marketing y comercio, junto a otras dos empresas: Compagnie Frutier Y Coca-Cola.

Patrick Coignard, Presidente Director General de Auchan Retail España, forma parte del patronato de la Fundación Juan XIII Roncalli.



# Talentos que suman

El capital humano es la piedra angular del éxito de cualquier compañía, por eso Auchan Retail España apuesta con determinación por asegurar una plantilla colmada de talento diverso, así como por la incorporación de nuevos talentos.

## Desarrollar y potenciar el talento interno

El Proyecto Humano de la empresa tiene el propósito de **cuidar de sus colaboradores en cada momento de su vida en Auchan**, ofreciéndoles todos los medios necesarios para sentirse bien, realizarse y desempeñar una actividad que tenga sentido.

En este marco, se ponen en marcha planes de formación, proyectos de desarrollo competencial y de detección de talento.



## Formación continua para la profesionalización

Auchan Retail España concibe la formación como un derecho y un deber de las personas que conforman su plantilla. Cada colaborador debe formarse para profesionalizarse y por ello, la empresa debe garantizar ese derecho poniendo en marcha los dispositivos necesarios para hacer de la formación continua una constante en la compañía.

En 2018, la empresa invirtió **5,6 millones de € en formación**, a la que accedió el 95% de la plantilla tanto en modalidad presencial como online, mejorando así la empleabilidad de las personas que forman parte de Auchan Retail España.

La formación está enfocada al desarrollo de competencias de todas las personas de la compañía, acogiendo módulos formativos adecuados a cada puesto de trabajo, desde oficios tradicionales, a claves para la gestión de equipos.

La formación es la clave para que los colaboradores se sientan más seguros en su desempeño, progresen personal y profesionalmente y, además, ofrezcan lo mejor de sí mismos en cada momento. La suma de todo repercute en la satisfacción y confianza de todos los clientes.



**ARE Learning Cloud**  
¡Descubre tu plataforma de formación online para TU DESARROLLO!

**1. ¿CÓMO ACCEDER?**  
Entra en <http://www.miare.es> e introduce tus claves ARE. ¿Aún no tienes cuenta? Haz clic en "Crear cuenta" y regístrate introduciendo Usuario, Contraseña y código de confirmación. También puedes registrarte con tu identidad digital.

**2. ¿QUÉ PUEDES ENCONTRAR?**  
Multitud de cursos formativos online y presenciales. Podrás ampliar tus habilidades profesionales y personales cuándo y dónde quieras!

**3. ECHA UN VISTAZO A LAS FORMACIONES DISPONIBLES**  
Navega en tu menú haciendo clic en "Catálogo" y encuentra toda la oferta formativa que ARE pone a tu disposición.

**4. INSCRÍBETE EN LOS CURSOS QUE MÁS SE ADAPTAN A TUS PREFERENCIAS**  
¡Y ya estás listo para empezar! En "Tu formación" podrás consultar y completar tus cursos en marcha, objetivos, duración, próximos planes...

**5. REPASA TUS PROGRESOS**  
Descárgate "Tu expediente" con el resumen de tus formaciones completadas y celebra tus logros.

**¡Entra ya y empieza a potenciar tu desarrollo profesional!**

**¡Juntos, reinventamos Auchan!**  
Auchan RETAIL ESPAÑA

## ARE Learning Cloud

En 2018, se dio un paso más en la política de formación, poniendo en marcha ARE Learning Cloud, una plataforma exclusiva para colaboradores de Auchan Retail España a la que se puede acceder libremente desde el lugar y el momento deseados.

ARE Learning Cloud ha supuesto un salto cuantitativo y cualitativo en la forma de acceder al conocimiento, no sólo por el uso de tecnología accesible, sino por la propia concepción de la plataforma: **el 100% de la formación está disponible para el 100% de la plantilla.** En total, la nueva plataforma de formación ha contado con 42.460 usuarios no únicos

Además de la formación disponible para reforzar la consolidación de los oficios, se han incorporado colecciones formativas para desarrollar habilidades y competencias personales como "Café Express", un microlearning de no más de 5 minutos, "Café Olé", píldoras de 2 módulos, y "Café con pastas", un curso más profundo. Sólo en estos módulos han participado 2.130 personas.

## Escuela de Desarrollo del Talento

Auchan Retail España ha continuado desarrollando la **Escuela de Desarrollo del Talento**, un programa puesto en marcha en 2017 orientado al desarrollo competencial, la promoción del aprendizaje y el conocimiento y la mejora de la empleabilidad.

Para ello, esta escuela nació con diversos programas como **Pasarela**, destinado a preparar a los colaboradores para asumir nuevos retos, **Avanza** con el objetivo de desarrollar competencias para acceder a puestos de dirección, **Esfera**, que favorece en tres recorridos el desarrollo de las competencias, **Gran Angular**, que forma en la anticipación y en la innovación para asegurar los resultados, **Líder Auchan** que busca consolidar competencias y cualidades propias de los líderes de Auchan y **Liderazgo Femenino**, nacido para facilitar el desarrollo de la carrera de mujeres.

La Escuela de Desarrollo del Talento ha incorporado en 2018 dos módulos más: **Audateam** para equipos de dirección y **Transforma-T**, dirigido al 100% de la empresa y orientado a avanzar en la transformación cultural, promoviendo el desarrollo de las competencias digitales, y dando claves para mejorar la marca personal y de la empresa.

En total, 8.100 personas han participado en los programas formativos indicados.





## Promoción interna: Acompañar el talento

Además de los procesos propios de formación y desarrollo del talento, la compañía cuenta con políticas que aseguran el progreso de los colaboradores y el acceso a otros puestos deseados. Cabe destacar en este sentido, que del total de responsables de mercado incorporados en 2018, el 43.5% han sido de promoción interna.

Para asegurar que todos los colaboradores tienen la **oportunidad de desarrollarse** y cambiar de posición en la empresa, la compañía se compromete a publicar la totalidad de puestos vacantes en canales internos antes de hacerlo en medios externos.

Además de ese compromiso enmarcado en el Proyecto Humano de la compañía, a lo largo de 2018 se han puesto en marcha tres proyectos orientados a la promoción interna: *“El talento que buscamos está dentro”*, *“Muévete con ARE”* (acrónimo de Auchan Retail España) y *“Erasmus”*.



« 43,5% DE RESPONSABLES  
DE MERCADO EN 2018 HAN SIDO  
DE PROMOCIÓN INTERNA »



## El talento que buscamos está dentro

Bajo este eslogan, la compañía puso en marcha en 2018 un proceso de promoción interna para ocupar puestos de responsables de mercado que fue comunicada al 100% de la plantilla.

El proceso contó con varias pruebas online, tanto de razonamiento como de competencias y una prueba final presencial que consistió en la realización de *Speed Interviews* así como de un *Scape Challenge*.

En total, se inscribieron 550 personas de las que llegaron a la jornada final y fueron seleccionadas 54, siendo 31 de ellas mujeres.

## Muévete con ARE

En septiembre de 2018, Auchan Retail España puso en marcha el proyecto **“Muévete con ARE”** con la finalidad de asegurar la realización de sus colaboradores, abriendo el **100% de los puestos a la movilidad interna.**

Este proyecto, que implicaba a todas las áreas de Recursos Humanos se definió en torno a una comunidad interna de Google+, aprovechando los beneficios de las herramientas digitales.

Todas las opciones de movilidad por puestos vacantes de la compañía se publican en dicha comunidad, así como la información necesaria para acceder a las mismas.

**MUÉVE TE CON ARE**  
Reinventando experiencias

El 100% de los **puestos vacantes** se abrirán a la **MOVILIDAD INTERNA**

Permanece al día de las opciones disponibles en la comunidad **MUÉVE TE CON ARE** y no pierdas la oportunidad de cambiar.

**¡ENCUENTRA TU LUGAR!**

**QUIERO REALIZARME**

**¡Juntos, reinventamos Auchan!**

**Auchan** | RETAIL  
ESPAÑA

## Erasmus

El programa Erasmus, iniciado en 2018, ofrece a todos los colaboradores, independientemente de su puesto o responsabilidad, la oportunidad de manifestar su talento internacionalmente, enriquecerse con los demás, descubrir nuevas habilidades y vivir una aventura profesional y personal única.

Este proyecto, puesto en marcha **a nivel internacional**, ha gozado de una gran acogida recibiendo casi **300 candidaturas**. En el caso concreto de **España** se han recibido **40 candidaturas** de colaboradores de otros países y se han presentado **25 candidatos españoles**.

En total, **10 personas** podrán desarrollar su trabajo fuera de sus países durante 6 meses.

**¿Quieres manifestar tu talento internacionalmente?  
Descubre nuestro programa Erasmus.**



**“ Quiero abrirme a otras culturas y vivir experiencias inspiradoras y útiles profesionalmente. ”**

## Acoger nuevos talentos

Auchan Retail España, como empresa responsable, aporta valor a la sociedad donde desarrolla su actividad, generando empleo, entre otras actuaciones.

Además de la creación de nuevos puestos de trabajo propios de su crecimiento y la apertura de nuevos establecimientos, la empresa ha puesto en marcha varios programas dirigidos a personas en riesgo de exclusión (que se desarrollará en el capítulo dedicado al compromiso social), así como de jóvenes universitarios.

El deseo de Auchan Retail España es asegurar a las nuevas incorporaciones una formación de máxima calidad, así como ofrecerles **un empleo estable, atractivo y con futuro.**

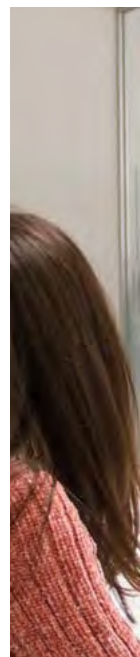
## Contratamos Talento

La empresa volvió a poner en marcha en abril de 2018 su tradicional campaña de reclutamiento “**Contratamos Talento**”, con la finalidad de incorporar a casi un centenar de personas para desarrollar puestos de responsabilidad, formando parte de la dirección de sus hipermercados y supermercados.

« CONTRATAMOS  
TALENTO:  
87 CANDIDATOS  
6 MESES DE FORMACIÓN  
TEÓRICO-PRÁCTICA »

Los 87 candidatos seleccionados de entre los más de 1.500 que presentaron candidatura, han desarrollado y continúan desarrollando una formación teórico-práctica de 6 meses de duración, donde los participantes pueden conocer en profundidad 3 grandes áreas de negocio: la comercial, la de gestión de equipos y la de gestión de resultados.

En la primera, los seleccionados se forman en la aplicación, adaptación y concreción de la política comercial de los puestos asignados. En la segunda, se familiarizan con la dirección de equipos de trabajo, aprendiendo el modelo de *management* participativo de Auchan Retail España. Y en la tercera, conocen los objetivos fijados y las gestiones que deben desarrollar para hacer crecer la cifra de venta de sus áreas de responsabilidad; asimismo aprenden a gestionar los recursos de la empresa y a optimizar los resultados.





## Alianzas para la formación y el progreso

Auchan Retail España tiene acuerdos con 70 Universidades y Escuelas de Negocio de toda España, con las que desarrolla planes de formación práctica para sus alumnos. Sólo en las oficinas centrales, 54 personas realizaron prácticas en 2018.

Otra de las actividades llevadas a cabo fue el acuerdo de **colaboración con la Fundación Transforma España**, por el que se comenzó a participar en el Programa Multicompañía de desarrollo del Talento, cuyo objetivo es acelerar el desarrollo de los jóvenes de alto potencial de las empresas participantes, de manera que a medio plazo aumente el talento joven en los Comités de Dirección de las empresas en España.



« ACUERDOS CON  
70 UNIVERSIDADES Y  
ESCUELAS DE NEGOCIO »



# Más diálogo...

La empresa asegura el diálogo a través de representantes legales y trabaja para hacer realidad su apuesta por una comunicación horizontal y fluida a través de la digitalización de la comunicación con los colaboradores, los modelos de feedback permanente y el Barómetro de Compromiso de Empleados.

La escucha, clave en la relación con el cliente para asegurar su satisfacción, se posiciona como elemento primordial en la relación con los colaboradores; pero además la escucha debe ser activa y provocar conversación.

## Representación legal de trabajadores

En cada centro o localidad, que puede aglutinar varios centros de trabajo, se establecen los comités y/o delegados de personal correspondientes con el objetivo de tratar, informar y consultar en temas locales, asegurando el diálogo social.

En total la empresa cuenta con **827 representantes legales** elegidos por los trabajadores.

Además de la comunicación directa por centro de trabajo, existe un "comité intercentros" que se reúne como mínimo 4 veces al año.

## Colaboradores conectados

Para asegurar el **trabajo colaborativo**, Auchan Retail España creó en 2017 identidades digitales Birdy para el 100% de la plantilla y puso en marcha el acceso a comunidades Google+ donde compartir experiencias.

Este nuevo modelo de conversación en el que puede participar toda la compañía, fomenta además el aprendizaje continuo gracias a comunidades Google+ específicas, como las de Responsabilidad Social Corporativa, Desarrollo del Talento, Productos Frescos, etc.

Finalizado el ejercicio 2018, el 84% de los colaboradores estaban conectados, siendo el reto de la compañía alcanzar el 100% de conexión.



## Comunidad de aprendizaje "Diversidad Generacional"

Entre junio y noviembre del año anterior, se puso en marcha la comunidad de aprendizaje "Diversidad Generacional", con el objetivo de facilitar la transferencia de conocimiento entre las diferentes generaciones, con la participación de 58 personas. Se produjeron 5.080 accesos a la comunidad, 624 publicaciones y 2.932 interacciones entre participantes.

« AUCHAN RETAIL ESPAÑA CREÓ EN 2017 IDENTIDADES DIGITALES BIRDY PARA EL 100% DE LA PLANTILLA »



## Birdy Challenge Internacional

En el mes de octubre Auchan Retail retó a todos los colaboradores a participar en el Birdy Challenge, un desafío a nivel internacional que buscaba ideas y buenas prácticas que demostraran cómo la digitalización (Birdy) ayuda a ser más ágiles y a mejorar el trabajo día a día. Auchan Retail España tuvo una alta representación en esta participación voluntaria con 24 candidaturas, consiguiendo una de ellas situarse en el podium internacional que premiaba las cuatro mejores ideas.

La candidatura ganadora fue la de una colaboradora que ofrecía una solución para transformar imágenes en textos a la hora de crear etiquetas para los alimentos frescos, evitando la copia de todos y cada uno de los ingredientes y mejorando, por lo tanto, la productividad de los colaboradores de los mercados de frescos y de calidad.

## Feedback permanente

En 2018 se desarrollaron las llamadas **Conversaciones del Talento**, breves conversaciones trimestrales entre managers y cada miembro de su equipo que permiten un seguimiento constante e individualizado y hacen realidad el modelo relacional de la compañía que promueve el “feedback permanente”.

Este modelo permite **reconocer a cada persona**, identificar aquellos comportamientos que la acercan y la alejan de los objetivos para reforzarlos o modificarlos y ayudar a cada colaborador a progresar y desarrollarse.

Más de 5.000 momentos de comunicación entre responsables y colaboradores se han producido a lo largo de los mencionados contactos trimestrales. Su buen funcionamiento ha hecho que este proyecto, nacido en un primer momento para managers, se extienda a la totalidad de la plantilla.



« MÁS DE 5.000 MOMENTOS DE COMUNICACIÓN ENTRE RESPONSABLES Y COLABORADORES »



« LAS CONVERSACIONES DEL TALENTO PERMITEN RECONOCER A CADA PERSONA »



## Barómetro de Compromiso de Empleados

Este estudio se realiza cada dos años y se ha puesto en marcha a escala internacional por segunda vez en 2018.

La invitación a responder la encuesta se envió al e-mail profesional del que disponen el 100% de los colaboradores. El alto índice de digitalización impulsó la **participación, que se situó en el 90%**.

Este estudio ha medido los tres ejes que sustentan el proyecto Humano “Quiero Bienestar”, “Quiero Realizarme” y “Quiero que mi actividad tenga sentido”.



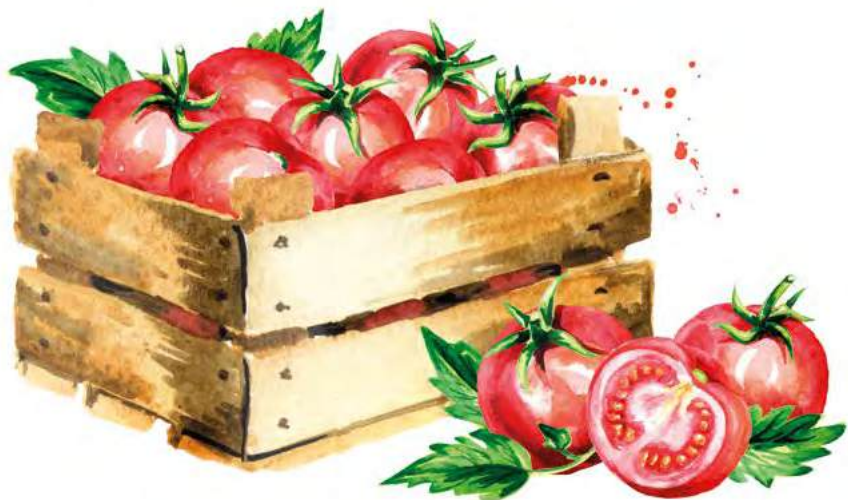
# NUESTROS SOCIOS

## Creación de alianzas

En Auchan Retail España la relación con los proveedores está basada en la creación de alianzas en busca de un valor compartido y un futuro óptimo para ambas partes.

Por eso Auchan Retail España apuesta por **relaciones éticas y duraderas** con sus socios comerciales, en las que la **confianza** es esencial para hacer realidad el compromiso de la compañía con **lo bueno, lo sano y local**, asegurando que los productos y servicios ofrecidos en sus tiendas son exclusivos, de máxima calidad y mejoran la vida de todos los clientes.

La colaboración con los proveedores es independiente de su tamaño, poniendo especial atención en los pequeños productores, que cuentan con Auchan Retail España para impulsar su actividad y crecer sobre la base de la sostenibilidad.



# Desarrollo de proveedores españoles

En 2018 se realizaron compras de mercancía a 5.640 proveedores españoles por valor de 3.240 millones de €, cifra que se ha visto incrementada un 7,5% respecto a 2017.

Las compras de mercancía a proveedores españoles suponen un 94% del total, siendo el 100% en el caso de servicios.

Respecto a la contratación de servicios, el número de proveedores con los que se trabaja son 3.510 y el importe en euros por el pago de los mismos ascendió en el ejercicio pasado a más de 340 millones de €.

En total, la compañía trabaja de la mano de **9.140 proveedores españoles** habiendo invertido en la adquisición de bienes y servicios de los mismos **3.600 millones de € en 2018.**

« AUCHAN RETAIL ESPAÑA  
TRABAJA CON 9.140  
PROVEEDORES  
ESPAÑOLES »





## Impulso de los productos de nuestra tierra

El impulso al desarrollo local es una seña de identidad de Auchan Retail España, que hace una firme apuesta por crear valor en cada localidad donde está presente, y que realiza a través de la creación de empleo, del apoyo a proyectos sociales, de la construcción de una oferta personalizada y, por supuesto, de las alianzas con productores locales.

En 2018, la compañía colaboró con **1.240 proveedores locales** a los que realizó compras por valor de 229 millones de €.

En su gran mayoría estos productos son del sector primario, así como productos artesanales y básicamente de alimentación, que favorecen el vínculo con el cliente y la cultura y tradiciones locales, muy ligadas a la gastronomía.

## Inclusión de productos en los lineales

En las más de 300 tiendas de Auchan Retail España se pueden encontrar **más de 18.600 referencias locales**, que se suman al amplio surtido, que supera las **40.000 referencias** en los centros de mayor tamaño.

También se trabaja en la inclusión de productos regionales típicos de la provincia o Comunidades Autónomas donde están ubicadas las tiendas y que mantienen también, una vinculación con el terreno en un sentido más amplio.

Además de productos de alimentación, en las tiendas Alcampo se pueden encontrar otros surtidos tradicionales, como trajes regionales, también muy vinculados a la cultura local, de los que la compañía ofreció hasta 240 referencias en el pasado ejercicio.

## Productos D.O.P e I.G.P

Los alimentos con sellos de Calidad Diferenciada: Denominación de Origen Protegida (D.O.P) e Indicación Geográfica Protegida (I.G.P), son alimentos reconocidos por la Unión Europea y tienen la finalidad de proteger alimentos propios de nuestro terreno que poseen características diferenciadas, ya sea por el entorno de producción de materias primas, como por su propia elaboración.

**Los productos con certificación D.O.P** indican que poseen unas características propias posibles sólo en una zona determinada, es decir, que todas las fases del proceso de producción de estos productos se realizan en una zona concreta.

**Aquellos identificados con sello I.G.P** certifican que el producto posee una característica asociada a una zona concreta en la que tiene lugar, al menos, una etapa del proceso de producción.

En ambos casos, son productos diferenciales que apuestan por el desarrollo de productos propios del país, que protegen el legado natural y gastronómico, y que apuestan por el desarrollo del medio rural y la lucha contra la despoblación.

Por todo ello, Auchan Retail España favorece la incorporación a sus lineales de productos amparados bajo Denominación de Origen Protegida (D.O.P) e Indicación Geográfica Protegida (I.G.P). En concreto, la compañía trabaja con **206 referencias** identificadas con estos sellos en todo su surtido, desde aceites de oliva virgen a productos cárnicos, frutas, hortalizas, quesos o vinos, entre otros.

Además de aportar a su desarrollo incluyendo en sus lineales productos, trabaja para desarrollar productos de su marca propia con estos sellos de calidad.



### Incorporación de I.G.P Plátano de Canarias Auchan Producción Controlada

En 2018, la compañía incorporó al surtido de su marca Auchan Producción Controlada, plátanos I.G.P Plátano de Canarias.

Estos plátanos son producidos empleando un sistema de cultivo tradicional en el que no se utilizan herbicidas.

Dicho cultivo se lleva a cabo en diferentes fincas en las Islas Canarias, realizándose la fase final de maduración en las instalaciones del proveedor en Madrid.



## Puesta en valor de nuestros productos

Además de incidir en la inclusión de la oferta de los productos propios del terreno, ya sean locales o regionales, Auchan Retail España incide en la puesta en valor de los mismos, estableciendo una señalización específica en todas las tiendas que permita al cliente su identificación y el acceso a los mismos con suma facilidad.



« 206 REFERENCIAS IDENTIFICADAS CON LOS SELLOS D.O.P. E I.G.P. »



## Campañas promocionales de productos regionales

Es voluntad de Auchan Retail España apostar con fuerza por lo bueno, lo sano y lo local, algo que hace realidad asegurando una oferta adecuada que dé respuesta a este compromiso y, además, poniendo en valor los productos y los productores de las zonas en las que la compañía está presente, llevándolos también a otras áreas geográficas con acciones como campañas de promoción de productos regionales.

En este sentido, en 2018 se han celebrado 3 campañas para promocionar en dos ocasiones productos de la Comunidad de Madrid y en una los de Andalucía, acogiendo un total de 523 productos de 107 empresas agroalimentarias. Estas campañas además del destacado específico en tiendas, vienen acompañadas de folletos exclusivos y apoyo institucional.



## Productos de la Comunidad de Madrid

En 2018 se han celebrado dos campañas de promoción de productos madrileños, una del 14 al 27 de mayo y otra desde el día 10 al 28 de octubre, convirtiéndose esta última en la decimotercera que la compañía acoge.

En ambos casos la campaña ha estado presente en **15 centros Alcampo** y se ha desarrollado de la mano de Aseacam, la Asociación de Industrias Agroalimentarias de la Comunidad de Madrid.

En 2018 se han celebrado dos campañas de promoción de productos madrileños





La campaña "Andalucía Sabe" se celebra en Alcampo desde hace más de 20 años



« 3 CAMPAÑAS PARA PROMOCIONAR 523 PRODUCTOS DE 107 EMPRESAS AGROALIMENTARIAS EN 2018 »



## Productos de Andalucía

Entre el 13 y el 29 de abril de 2018 se acogió en 31 centros Alcampo la campaña **"Andalucía Sabe"** de la mano de LANDALUZ, Asociación Empresarial de Alimentos de Andalucía, campaña que se celebra en Alcampo de manera ininterrumpida, desde hace más de 20 años.



# Colaboración con productores de terceros países

Auchan Retail España participa activamente en el desarrollo global favoreciendo, entre otros, el acceso al mercado de productores de países en vías de desarrollo.



**OXFAM**  
Intermón

## Tierra Madre



Lo hace **desde el año 2002** y en su mayoría en alianza con la organización Oxfam Intermón, contando en la actualidad con un surtido de 34 referencias de productos con el sello de Comercio Justo.

En dicho surtido se puede encontrar arroz, té, café, cacao o azúcar, además de bananas procedentes de cooperativas certificadas Fairtrade de Colombia.

Los **productos certificados de Comercio Justo**, promueven las óptimas condiciones laborales de los productores así como la igualdad entre mujeres y hombres y el respeto al entorno natural.

El beneficio resultante de la venta de estos productos revierte en **proyectos desarrollados en las comunidades de origen**, como la creación de escuelas o la asistencia sanitaria, entre otros.



« UN SURTIDO  
DE 34 REFERENCIAS  
DE PRODUCTOS  
CON EL SELLO  
DE COMERCIO JUSTO »

# Relaciones éticas, compras responsables

La ética está en la base de cualquier relación establecida por Auchan Retail España con sus grupos de interés. Por ello, y sin lugar a dudas, es también la base de las relaciones con sus proveedores.

A nivel internacional Auchan Retail es miembro de ICS (*Initiative Clause Sociale*) y además crea herramientas de control que aseguren el cumplimiento de los principios éticos de la compañía.

Respecto a los proveedores, el 100% de los mismos deben aceptar el **Código de Ética Comercial** que obliga a los firmantes del mismo a aplicarlo estrictamente. Este código está basado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, los principios de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y los principios directores de la OCDE.

En 2018, además de los controles realizados a nivel internacional, desde España se han realizado **313 auditorías sociales**, siendo 147 de ellas a productores españoles.

Auchan Retail España es también responsable del cumplimiento de la **Carta Ética**, una herramienta común a todas las empresas de Auchan Holding a nivel internacional y que marca los principios éticos que deben guiar las relaciones de la compañía con sus grupos de interés, incluidos los socios comerciales.

Los proveedores que consideren el no cumplimiento de la misma, pueden hacer uso como el resto de grupos de interés, del Canal de Denuncias Éticas puesto en marcha por la compañía en 2017.



## Formación en compras responsables

Auchan Retail diseñó en 2013 una formación sobre compras responsables destinada a un amplio público: compradores, responsables de productos, negociadores e ingenieros de calidad de todos los países, que se ha visto renovada en 2018.

En España, el 100% de los colaboradores cuyo ámbito es la relación directa con proveedores ha realizado esta formación.







# NUESTRA SOCIEDAD

## Junto cambiamos la vida

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas marca la senda a seguir por todos los actores de la sociedad incluyendo, como no podía ser de otra manera, a las empresas.

En este sentido, **Auchan Retail España** trabaja para contribuir a la consecución de los ODS encaminados a asegurar la dignidad de las personas, la prosperidad, la sostenibilidad del planeta, la paz y la justicia.

En el ámbito social, la compañía trabaja históricamente para asegurar la igualdad de oportunidades, terminar con la pobreza en todas sus formas, con especial atención en la infancia y juventud y desarrollar un modelo de negocio ético, como actor económico humano y responsable.



# Alianzas clave para el desarrollo

Fiel al cumplimiento del ODS 17 referente a las alianzas para el desarrollo sostenible, Auchan Retail España mantiene relaciones duraderas con agentes clave.

La empresa es firmante del **Pacto Mundial de Naciones Unidas** desde el año 2004 y participa activamente en el grupo de trabajo del sector agroalimentario puesto en marcha en 2017, cuya finalidad es recopilar buenas prácticas de los integrantes e identificar indicadores ligados a los ODS, para medir el progreso de las empresas en este sentido.

Fiel a su Visión, Auchan Retail España se reafirma en su deseo de favorecer un cambio sostenible basado en hechos y no en palabras, manteniendo alianzas con los actores sociales y medioambientales que impulsen el cambio y formando parte del mismo.

Por ello trabaja en alianza con organizaciones que promueven el cambio social, la mayoría de ellas acreditadas por la **Fundación Lealtad**, con la que la compañía colabora.

Las organizaciones acreditadas por la Fundación Lealtad cumplen con nueve Principios de Transparencia y Buenas Prácticas analizados por dicha fundación, como la planificación y seguimiento de la actividad, la comunicación e imagen fiel en la información, el control en la utilización de fondos, la pluralidad en la financiación, etc.

« DESDE 2004 SOMOS FIRMANTES DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS »

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



## Nuestros "Aliados"



Red Española



Cruz Roja



ALDEAS INFANTILES SOS ESPAÑA



WWF



ecodes  
tiempo de actuar

y muchos más...



« + DE 5.000 COLABORADORES HAN PARTICIPADO EN CAMPAÑAS PARA LUCHAR CONTRA LA POBREZA »



# Haciendo realidad el compromiso social

Uno de los ejes históricos de actuación de la compañía es el de **la mejora de la calidad de vida de la infancia y juventud en dificultad**, eje que continúa desarrollando teniendo en cuenta la situación de pobreza infantil en España.

La empresa trabaja para luchar contra esta situación, apostando por la realización de acciones específicas para asegurar los derechos de la infancia, que se ha visto fuertemente perjudicada por la crisis económica y social.

Para hacer realidad su compromiso pone en marcha o participa en campañas de mejora social cuyos beneficiarios, en su gran mayoría, son niños y jóvenes, contando además con una herramienta propia: **La Fundación Alcampo por la Juventud**.

## Acciones para mejorar el entorno



A lo largo de 2018, Auchan Retail España ha participado en diversas campañas para luchar contra la pobreza, fiel al ODS 2, siendo la mayoría de ellas destinadas a niñas y niños.

Como ya se ha explicado en el capítulo específico dedicado a la relación de la empresa con sus trabajadores, más de 5.000 colaboradores han participado en el desarrollo de estas campañas, promoviendo así la implicación directa de todas las personas que forman Auchan Retail España.



7ª EDICIÓN  
**2.000.000 de**  
 Desayunos y meriendas  
 con corazón  
 5 y 6 de abril

**iGracias!**

1.609.585  
 desayunos y meriendas  
 conseguidos,  
 un **11%\*** que en 2018  
**482.875 Kg**  
 recogidos

1.010 voluntarios  
 de AuchanRetail España  
**110.000€**  
 de donación en productos

#ConCorazón. #reto2millones  
 www.desayunoymeriendasconcorazon.com

**Cocktail #ConCorazón**  
 Con el show del ilusionista Anthony Briske

Día 4 de abril a las 20:00 h. Precio: 30 €  
 Centro de Innovación gastronómica de la Comunidad de Madrid  
 Calle Goya 57 segundo piso de Eugenio 2  
 \*Si no puedes asistir y quieres colaborar, puedes donar  
 directamente una entrada simbólica para la "música coral"

## Desayunos y Meriendas #ConCorazón

2018 acogió la celebración de la 6ª edición de la campaña **Desayunos y Meriendas #ConCorazón**, una iniciativa puesta en marcha en 2013 por las empresas de Auchan en España (Auchan Retail España que acoge las enseñas Alcampo y Simply, Ceetrus y Oney) y Cruz Roja, a la que se unió la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid.

Esta campaña, cuyo objetivo es recoger productos propios de desayunos y meriendas, se celebró en 225 hipermercados y supermercados durante los días 13 y 14 de abril de 2018 y en ella participaron más de 4.000 voluntarios de Cruz Roja y Auchan Retail España, finalizando con unos resultados excelentes.

« 225 HIPERMERCADOS Y SUPERMERCADOS Y MÁS DE 4.000 VOLUNTARIOS EN LA CAMPAÑA DESAYUNOS Y MERIENDAS #CONCORAZÓN »





« 1,45 MILLONES DE  
DESAYUNOS Y MERIENDAS PARA  
14.500 NIÑ@S DE LOS  
PROGRAMAS DE CRUZ ROJA »



Con los productos donados por los clientes, así como por las empresas organizadoras (valorados en 115.200 €) Cruz Roja ha podido entregar 1,45 millones de desayunos y meriendas a 14.500 niños y niñas que participan en sus programas de éxito escolar.

Esta campaña se ha vuelto a celebrar en el mes de abril de 2019 y han colaborado en su desarrollo 5.000 voluntarios, incrementando un 11% el resultado de 2018, superando los 1,6 millones de desayunos y meriendas. La cifra es la resultante de 483.000 Kg de alimentos procedentes de varias vías: por un lado los 354.000 Kg de productos donados por los clientes, más de 1.700 Kg donados por proveedores y los entregados por Alcampo y Simply, por valor de 111.000 €. A dicha cifra, hay que sumar los kilogramos de producto obtenidos por los 6.000 € donados por Ceetrus y Oney así como los 4.300 € recaudados tras la celebración del Cocktail Solidario #ConCorazón organizado por ACYRE (Asociación de Cocineros y Reposteros).



## Ningún niño sin Juguete

Los niños **tienen derecho al juego**, y así se reconoce en el artículo 31 de la Convención de los Derechos del Niño de Naciones Unidas. Por ello, Auchan Retail España celebra desde hace 15 años su campaña “Ningún niño sin Juguete”.

Su finalidad es recoger, cerca del periodo navideño, juguetes nuevos o en muy buen estado para que lleguen a manos de niñas y niños que viven en familias con dificultades económicas.

Esta campaña se desarrolló entre los días 8 de noviembre y 2 de diciembre en 80 centros Alcampo y Simply, donde **500 voluntarios de la empresa**

participaron activamente en labores de clasificación de juguetes, para asegurar que todos los juguetes que se entregaron eran nuevos o estaban en perfecto estado de uso.

Para hacerla realidad, Auchan Retail España contó con la colaboración desinteresada de Cartoon Network a través de sus personajes de Las Suprnenas y Ben 10, que además visitaron nueve centros de toda España para animar a los más pequeños a participar en este acto solidario.

En total se pudieron entregar **53.000 juguetes** a organizaciones locales que trabajan con niños y niñas del entorno de cada una de las tiendas.



### Colaboración con SAMUR-Protección Civil

En el marco de “Ningún niño sin juguete”, Auchan Retail España volvió a colaborar con Samur-Protección Civil de Madrid para hacer llegar a más de un centenar de niños y niñas de los poblados madrileños de San Roque y Valdelatas, un juguete por Navidad.

Una decena de voluntarios de la compañía hicieron la selección de dichos juguetes, los envolvieron y personalizaron y acompañaron a los voluntarios de Samur-Protección Civil a hacer la entrega a los más pequeños.



## Un juguete, una ilusión

La campaña « **Un juguete, una ilusión** » desarrollada por la Fundación Crecer Jugando y Radio Nacional de España, consiste en una recaudación de fondos a través de la venta de bolígrafos y libretas solidarios.

En la campaña celebrada en 2018, los clientes de las tiendas de Auchan Retail España compraron productos solidarios por valor de 98.500 €, destinados a la fabricación de juguetes para ser entregados a niños en situación de exclusión social.

## Sorteo de Oro Cruz Roja



## Sorteo del Oro de Cruz Roja

El Sorteo del Oro de Cruz Roja es un sorteo solidario de carácter anual, que se celebra desde 1980 y constituye una de las principales fuentes de financiación propia de la organización.

Esta campaña cuenta con un importante enfoque local ya que el importe de los boletos vendidos en una provincia se distribuye en dicha provincia para financiar programas de **lucha contra la pobreza**.

Auchan Retail España colabora con el Sorteo del Oro desde el año 2005, acción que se acogió en un primer momento en los supermercados y se ha ido extendiendo también a los hipermercados.

En 2018, participaron 167 tiendas de la compañía en esta campaña solidaria, vendiendo 33.000 boletos que supusieron 165.000 €, un 14,6% más que en el ejercicio anterior.





## Un Kilo de Ayuda

« **Un Kilo de Ayuda** » es una campaña de micro-donaciones de 1,3 € o 5 € que se puede realizar en la línea de cajas y está desarrollada por la **Fundación Altius**. Auchan Retail España colabora con esta iniciativa desde hace 20 años.

Fundación Altius presta apoyo integral a personas en riesgo de exclusión a través de diferentes actuaciones, por un lado cubriendo las necesidades básicas de las familias y por otro, a través de programas de inserción laboral.

El importe integral, que en 2018 ascendió a 63.000 €, se entregó íntegramente a la Fundación Altius.

## Gran Recogida del Banco de Alimentos

211 centros Alcampo y Simply se sumaron los días 29 y 30 de noviembre de 2018 a la Gran Recogida de Alimentos organizada por FESBAL (Federación Española de Banco de Alimentos). La Gran Recogida es la mayor campaña solidaria que se celebra en España y que moviliza a millones de clientes y cientos de miles de voluntarios de los Bancos de Alimentos, con el objetivo de recoger productos para personas en riesgo de exclusión.

En Auchan Retail España se recogieron más de **1 millón de kilos** que beneficiaron a 11.000 personas, incrementando un 6% los resultados del año anterior.

En dicha campaña, 868 colaboradores participaron como voluntarios dedicando 1.335 horas.

Además, ya en 2019, 50 voluntarios de los centros de la Comunidad de Madrid han participado en la organización y distribución de los productos procedentes de esta gran campaña.



## Premio Espiga de Oro

La Federación Española de Bancos de Alimentos reconoció el compromiso de Auchan Retail España con la Gran Recogida y la importante movilización que se pone en marcha en la empresa, motivo por el cual recibió el premio Espiga de ORO a la movilización logística.



« 868  
COLABORADORES  
PARTICIPARON COMO  
VOLUNTARIOS DEL  
BANCO DE ALIMENTOS  
DEDICANDO 1.335 HORAS »



FUNDACION  
Alcampo  
por la Juventud



**PROYECTOS  
SOLIDARIOS**

#AuchanCambiaLaVida #Empresahumanayresponsable

Auchan Retail España a través de la **Fundación Alcampo por la Juventud**, impulsa proyectos solidarios vinculados con la **buena alimentación** y la **salud**. Entendemos la salud como un estado global de bienestar físico, mental y social, y queremos contribuir así a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de nuestro entorno.

**¡Actuando juntos!**



**Puedes presentarnos tu proyecto si:**



Está desarrollado por una organización sin ánimo de lucro



Beneficia a niños y/o jóvenes de entre 5 y 25 años



Tiene un impacto local en el entorno de nuestras tiendas, oficinas y plataformas

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



**¡Juntos, reinventamos Auchan!**

Auchan | RETAIL  
ESPAÑA

## Fundación Alcampo por la Juventud

La Fundación Alcampo por la Juventud tiene el objetivo de apoyar a entidades sin ánimo de lucro que velan por el **bienestar de niños y jóvenes**, a través proyectos solidarios vinculados con la buena alimentación y la salud.

Desde su puesta en marcha en 2012, la Fundación Alcampo por la Juventud ha apoyado 66 proyectos, a los que ha aportado 720.000 € **contribuyendo a mejorar la calidad de vida de 12.000 niños y jóvenes** en toda España.

Los proyectos son presentados al Comité de proyectos de la Fundación Alcampo por la Juventud, por colaboradores de cualquier centro de trabajo de Auchan Retail España en colaboración con organizaciones locales.

## Comité de la Fundación Alcampo por la Juventud

Todos los apoyos de la Fundación Alcampo por la Juventud son aprobados en el Comité de proyectos, un **comité participativo** que se reúne trimestralmente para valorar los proyectos pre-seleccionados y validar de manera definitiva el importe y modalidades de ingreso del apoyo económico que aporta la Fundación, así como para sugerir recomendaciones para reforzar el impacto social y/o la perennidad del proyecto.

En cada comité participan 5 colaboradores de la compañía, procedentes de los diferentes niveles jerárquicos, además de representantes de ONGs referentes. Todas las personas que lo deseen pueden acceder voluntariamente a la participación, que será posible en función del número de plazas.

## Proyectos

# 2018

A lo largo de 2018, la Fundación Alcampo por la Juventud ha entregado 140.000 € destinados a apoyar 14 proyectos que han beneficiado a 1.300 niños y jóvenes.

Cabe destacar que en estos proyectos han participado de manera directa 145 colaboradores de la compañía en acciones de apoyo a las diferentes asociaciones beneficiadas.

## “

### **Una gran familia–Salud a través del deporte”. C.F Club Racing Playas de Orihuela y Alcampo La Zenia (Alicante)**



Ese proyecto de colaboración apoyado con 11.400 € ha beneficiado a 150 niños y jóvenes y fue creado en 2013 por sus familias con el fin de ofrecer una alternativa de ocio saludable y accesible a los niños y jóvenes, apoyándose en valores como el trabajo en equipo, el esfuerzo, el respeto, la confianza y la buena alimentación ligada al deporte.



El apoyo de la Fundación Alcampo por la Juventud, les ha permitido dotarse de vestuarios y baños móviles instalados en el terreno de juego que las propias familias han creado y siguen cuidando. Además, a lo largo del año, Alcampo La Zenia ha organizado talleres para fomentar hábitos alimenticios y de vida saludables entre los chicos y chicas de la escuela.

## “



### **Sala multisensorial interactiva para la estimulación y aprendizaje de menores pluridiscapacitados”. Fundación Maresme y Alcampo Mataró (Barcelona)**

A este proyecto se destinaron 12.000 €, beneficiándose del mismo 50 usuarios al permitir a la Escuela de Educación Especial Arboç dotarse de una sala multisensorial SHX interactiva cuyo objetivo es potenciar el desarrollo, aprendizaje y bienestar de sus alumnos pluridiscapacitados de entre 3 y 21 años. Alcampo Mataró y la Fundación Maresme colaboran desde el año 2016 acogiendo a jóvenes en prácticas formativas. En 2018, dos de los jóvenes entraron a formar parte de la plantilla de Alcampo.



« 50 USUARIOS SE BENEFICIAN DE LA SALA MULTISENSORIAL SHX INTERACTIVA EN MATARÓ »



“

**Comprometidos con la Salud”. Grupo Scout Ancora y Alcampo Almería**



11.350 € fueron destinados a este proyecto, del que se benefician 61 niños y jóvenes. El apoyo de la Fundación Alcampo por la Juventud ha permitido a esta asociación local renovar sus instalaciones para impartir en ellas talleres y actividades sobre buena alimentación, entre ellas la creación de un juego de mesa.



**Cruz Roja**

“

**Buena alimentación y salud para el éxito escolar”. Cruz Roja Española y Alcampo Tortosa (Tarragona)**

La asamblea local de Cruz Roja en Tortosa colabora con Alcampo Tortosa para diseñar y desarrollar el proyecto “Buena alimentación y salud para el éxito escolar” dirigido a 30 niños y jóvenes en riesgo de exclusión social al que se ha aportado 12.000 €.

Colaboradores de Alcampo Tortosa, se encargan de impartir talleres de sensibilización y formación básica sobre hábitos de vida saludable, mientras que el apoyo económico ha permitido a Cruz Roja Española crear un aula específica para el programa, ofreciendo una atención de mayor calidad a los menores en dificultad.



“



**Programa de Salud y Bienestar”. Fundación Balía por la Infancia y Alcampo Alcalá de Henares (Madrid)**

La Fundación Alcampo por la Juventud apoyó en 2018 este programa destinado a la formación de 155 menores en riesgo de exclusión social en materia de salud con 12.000 €.

Su objetivo es transmitir la importancia de la alimentación saludable, los hábitos higiénicos y la práctica del deporte como una herramienta educativa, integradora y de bienestar físico.



“

**Alimentando Sonrisas”.**  
**EducaClown y Alcampo Mallorca**

Cada semana los payasos de EducaClown visitan el Centro de menores de primera acogida El Puig Des Bous, y en el marco del proyecto Alimentando Sonrisas, una vez al mes, les acompañarán colaboradores de Alcampo Mallorca para animar un taller sobre buena alimentación y hábitos de vida saludable.

Los 11.900 € entregados por la Fundación Alcampo por la Juventud, han permitido que se continúe desarrollando este proyecto, que se destina a 60 niños y niñas. Además de la formación en el centro de acogida, los niños y niñas visitan el Club Rik&Rok del hipermercado, disfrutando de diversas actividades como aprender a elaborar su propio pan.



“



**Promoción de hábitos saludables”.**  
**Fundación Ayuda en Acción y Servicios de Apoyo Proximidad (Zaragoza)**

Este proyecto desarrollado por Ayuda en Acción en 3 colegios de Zaragoza, promueve los hábitos saludables de alimentación y actividad física. Se han destinado para el desarrollo del mismo 12.000 € y se estima que beneficie a 638 niños y jóvenes.

Además, los colaboradores de tiendas y servicios de apoyo participarán en diferentes actividades como la preparación de desayunos saludables, talleres de danza, etc.

“

**¡Equilíbrate, Equilíbrame!”.**  
**PAMA y Alcampo Alcorcón (Madrid)**

Este proyecto, al que se han destinado 8.000 € tiene la finalidad de concienciar y ayudar a 82 menores en dificultad, a integrar hábitos saludables en su vida cotidiana.

Para ello, además del importe económico, una treintena de colaboradores de Alcampo Alcorcón colaboran con los voluntarios de la asociación PAMA para desarrollar el propio proyecto.





### **"Alimentación saludable y cáncer infantil" ASPANION y Alcampo Aldaia (Valencia)**

Gracias al apoyo económico de la Fundación Alcampo por la Juventud de 5.000 €, ASPANION ha vuelto a editar 2.000 ejemplares de la guía informativa "Alimentación saludable y cáncer infantil: Que tu alimento sea también tu medicamento" que será difundida de manera gratuita.

Además, las tiendas de Alcampo Aldaia, Alicante y Castellón están implicadas en el proyecto, promoviendo la organización de jornadas de sensibilización que incluirán talleres teórico-prácticos sobre "Alimentación saludable y cáncer infantil". Actualmente ASPANION acompaña a 45 niños y jóvenes enfermos de cáncer en la Comunidad Valenciana.



Asociación Pro Personas con Discapacidad Intelectual de Galicia

### **"Meriendas saludables" ASPRONAGA y Alcampo Coruña**

Gracias a la aportación de 8.000 € de la Fundación Alcampo por la Juventud, ASPRONAGA ha podido desarrollar este proyecto innovador en el Colegio de Educación Especial que gestiona: formar a los alumnos con discapacidad intelectual para que identifiquen sus malos hábitos y los puedan corregir gracias a una máquina de vending saludable, cuyo mantenimiento será asumido por los propios alumnos.

Por una parte, gestionarán los alimentos vendidos en la máquina de vending saludable y usarán una APP que será creada para que sigan sus progresos. Alcampo Coruña, que colabora desde hace varios años facilitando prácticas a los alumnos de este centro, acompañará a la asociación durante el desarrollo de este nuevo proyecto.



### **"#Actívate a la #VidaSaludable" APNABI y tiendas de proximidad de Bilbao**

La Fundación Alcampo por la Juventud ha apoyado con 10.200 € el lanzamiento de este programa destinado a mejorar la alimentación y la actividad física entre 250 jóvenes con TEA de entre 16 y 25 años, que comprende la creación de un grupo de deporte, sesiones de formación en alimentación saludable y a crear una plataforma web y una APP para que los jóvenes sigan la evolución de sus hábitos en función de sus objetivos personales. A lo largo del programa, varias tiendas de la zona, como Alcampo Mungia, que ya colaboraba con la Asociación en materia de inclusión laboral, acogerán visitas de jóvenes a lo largo del año.

« 250 JÓVENES CON TEA  
SON APOYADOS POR  
LA FUNDACIÓN ALCAMPO  
POR LA JUVENTUD »



## Auchan Run por la Juventud

Auchan Retail puso en marcha el proyecto internacional « Auchan Run por la Juventud », nacido para fomentar el deporte y la actividad física entre los colaboradores de 17 países y contribuir a una causa solidaria en alianza con Aldeas Infantiles.

“Auchan Run por la Juventud” partió de un colaborador español y se desarrolló entre los días 27 de septiembre y 7 de octubre de 2018. Durante estos días todos los colaboradores pudieron correr o andar en un mismo equipo desde cualquier parte del mundo, para intentar sumar entre todos 25 veces la distancia que une Dakar (Senegal) y Taipei (Taiwán), pasando por todos los países en los que está presente Auchan Retail y volver, realizando 1.100.000 kilómetros.



DEL 27 DE SEPTIEMBRE AL 7 DE OCTUBRE DE 2018

**#Auchan  
Run**  
*por la juventud*

En España la participación fue de **4.000 colaboradores, que recorrieron 129.000 kilómetros**, situándose los primeros en el podium internacional. Gracias a esta movilización, la Fundación Alcampo por la Juventud pudo entregar a Aldeas Infantiles en Granada la cantidad de 17.000 € para desarrollar su programa “Merendamos Juntos”. El importe total entregado a nivel internacional ascendió a 57.500 €.

“**Merendamos Juntos**” es un espacio en el que se brinda una merienda saludable y se fomenta la higiene bucodental y el lavado de manos. Con esta iniciativa, se pretende facilitar diariamente una merienda equilibrada a niños que acuden a los centros de día de Aldeas Infantiles, con el fin de complementar su alimentación con la presencia de nutrientes necesarios para el correcto funcionamiento del organismo, un crecimiento saludable, y un buen desarrollo físico y emocional.

# Construyendo una sociedad igualitaria

**A**uchan Retail España cree firmemente en una sociedad plural y no discriminatoria donde la igualdad de oportunidades sea una realidad.

## Igualdad de oportunidades

Además de fomentar la igualdad entre géneros, como se expresaba en el capítulo destinado a los colaboradores, la compañía trabaja para **fomentar el empleo entre personas en riesgo de exclusión**, contando para ello con un grupo de trabajo multidisciplinar que impulsa estas políticas y realiza el seguimiento adecuado para asegurar el aterrizaje de las mismas en planes concretos. Este grupo ha trabajado fundamentalmente con dos públicos objetivos: jóvenes en riesgo de exclusión y personas con discapacidad.

## Jóvenes en riesgo de exclusión

Desde hace años los centros de Auchan Retail España colaboran con entidades del entorno de sus centros, para acoger programas orientados a favorecer la empleabilidad y el desarrollo profesional de jóvenes en riesgo de exclusión, como los puestos en marcha por Cruz Roja o Fundación Secretariado Gitano, entre otros.

A lo largo de 2018, la compañía ha acogido en sus hipermercados a **732 jóvenes que han realizado 121.500 horas de formación teórico-práctica**. Dicha formación es impartida en parte, por los formadores de las entidades organizadoras y en

parte, por los profesionales de Auchan Retail España. En este sentido, **más de 770 colaboradores han dedicado 30.000 horas a formar a los jóvenes** participantes, de los que 170 han sido contratados.

La formación dada por los profesionales de Auchan Retail España es eminentemente práctica y pretende ofrecer a los alumnos una experiencia en un entorno real de trabajo, orientando la formación al aprendizaje de oficios propios del comercio y fomentando una educación de calidad para que todas las personas se desarrollen con dignidad e igualdad



## Alcampo: Empresa Transformadora

Alcampo ha sido reconocida con el premio Secretariado Gitano 2018 en la categoría “Empresa Transformadora”, por su apoyo firme y continuado para mejorar la empleabilidad de las personas gitanas.



« EMPLEO PARA  
798 PERSONAS CON  
DISCAPACIDAD EN 2018 »

## Personas con discapacidad

Haciendo realidad el compromiso adquirido hace prácticamente dos décadas de trabajar en pro de la inclusión de personas con discapacidad, Auchan Retail España cerró 2018 con **empleo para 798 personas con discapacidad**, siendo 624 a través de contratación directa y 174 por compras a centros especiales de empleo.

La mayoría de los empleos para personas con discapacidad se han gestionado a través de Fundación ONCE, en el marco del Convenio Inserta. En 2018 el número de contratos gestionados a través de esta organización ascendió a 127.

Fieles a la **apuesta por la diversidad** desde un punto de vista amplio, 52 empleos fueron para personas con discapacidad física, 42 para psíquica (intelectual y mental), 22 para sensorial (auditiva y visual) y 11 destinados a personas con otras discapacidades.

Cabe destacar asimismo, que **el 52% de las nuevas contrataciones realizadas en 2018 han sido para mujeres**, rompiendo así con la doble discriminación que sufren las mujeres con discapacidad.

Asimismo, en 2018 se ha puesto en marcha un nuevo módulo de sensibilización online sobre discapacidad, destinado a la totalidad de la plantilla: "Ponte en sus zapatos". Este nuevo módulo, sustituye al anterior ("Conocer la discapacidad") y fomenta el aprendizaje de las diferentes discapacidades a través de una formación interactiva, en la que ya han participado 405 colaboradores.

Creemos en la inclusión social

# Somos un #comerciosinbarreras

3 de diciembre  
Día Internacional de  
Personas con Discapacidad

### Soluciones para una compra accesible

- Paneles de pictogramas en Club Rik&Rok\*
- Servicio de Videointerpretación en Lengua de Signos
- Carros de la compra para sillas de ruedas.
- Búcles de inducción magnética.
- Probadores y mostradores adaptados.
- Productos Auchan etiquetados en Braille.
- Elevadores de cestas\*\*

\* Disponible en hipermercados.  
\*\* Disponible en supermercados.

#sinbarreras para el desarrollo  
790 empleos para personas con discapacidad.



**Alcampo** **Auchan** RETAIL ESPAÑA **SIMPLY** supermercados

## Un comercio sin barreras

Para Auchan Retail España, la inclusión de personas con discapacidad está concebida desde un punto de vista amplio, teniendo en cuenta no sólo la creación de empleo, sino la creación de espacios





accesibles donde los clientes puedan realizar su compra en igualdad de condiciones.

La compañía lleva años trabajando en este sentido y cuenta con 350 productos de marca propia etiquetados en braille, carros de compra adaptables a sillas de ruedas, mostradores adaptados, bucles de inducción magnética, elevadores de cestas, balanzas adaptadas y el servicio SVisual de videointerpretación en lengua de signos.

En el último ejercicio, ha ampliado su abanico de soluciones con dos novedades: paneles de pictogramas para niñas y niños con TEA y cajas de salida accesibles.



## Paneles de pictogramas

Los Clubes infantiles Rik&Rok incorporaron en junio de 2018 paneles de pictogramas destinados a facilitar la comunicación con niños y niñas con trastorno del espectro autista o con diversidad funcional.



Los paneles fueron diseñados por la asociación **Mente Azul**, utilizando los pictogramas de **ARASAAC** (Portal Aragonés de la Comunicación Aumentativa y Alternativa).

Además de la propia impresión de paneles, se ha realizado un vídeo formativo destinado a los monitores y monitoras de los Clubes Rik&Rok para explicarles no sólo el uso del propio panel, sino las necesidades de los niños y niñas con TEA (Trastorno del Espectro Autista).

## Cajas de pago accesibles

A principios de 2019 los hipermercados Alcampo de Esplugues de Llobregat, Alicante, La Orotava y La Laguna (Tenerife), Vigo (Pontevedra) y A Coruña, han instalado unas nuevas cajas de pago accesibles.

Estas cajas ergonómicas, cuentan con un mecanismo eléctrico que permite regular la altura de la encimera en la parte de la cinta y de la tolva de salida mediante la pulsación de un botón.



# En contra de la violencia de género

**A**uchan Retail España rechaza cualquier discriminación hacia las mujeres, y lucha contra todas las formas de violencia de género.

En este sentido, en julio de 2012 la empresa se adhirió a la iniciativa gubernamental "**Empresas por una sociedad libre de violencia de género**". Desde el 1 de enero de 2013 hasta finales de 2018, 35 mujeres han entrado a formar parte de la plantilla de Auchan Retail España con un contrato específico de Mujeres Víctimas de Violencia Género.

Asimismo, el Segundo Plan de Igualdad de la compañía, recoge medidas concretas para este colectivo como una ayuda de 500 € para sufragar los primeros gastos en caso de movilidad geográfica a otro centro para alejarse de su agresor, 12 meses para optar por el retorno al centro de origen, en lugar de los 6 previstos por la Ley y una excepción a lo previsto en el Convenio Colectivo de Grandes Almacenes en caso de bajas médicas: la colaboradora víctima de violencia, siempre percibe su salario de forma completa cuando su baja médica está relacionada con su condición de víctima de violencia de género.

Además de estas medidas en el ámbito laboral de la compañía, Auchan Retail España se ha sumado a actos y gestos públicos de rechazo de la violencia de género: la carrera "Hay Salida" y los acontecidos el Día Contra la Violencia de Género.

La empresa participó como patrocinadora de la

carrera "Hay Salida", celebrada el 10 de junio en Madrid, instalando además un stand en el que se repartía fruta y ofrecía masajes a los corredores y corredoras. 61 colaboradores participaron en la carrera y 9 fueron voluntarios en la organización de la misma.



El 25 de noviembre se celebra el Día Contra la Violencia de Género. Auchan Retail España se sumó a esta movilización utilizando sus herramientas de comunicación físicas y online para expresar su rechazo a la violencia de género, así como su solidaridad con las mujeres víctimas.



**NO + VIOLENCIA DE GÉNERO**  
25 de Noviembre

Día Internacional para la Eliminación de la Violencia sobre las Mujeres

#NoMasVG #NiunaMenos #BastaYa



## Menos desperdicio

**D**e acuerdo con los ODS 2 y ODS 12 (Hambre Cero y Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles), Auchan Retail España trabaja para **reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos**. Para ello, puso en marcha en 2017 un plan estratégico para avanzar en este sentido.

Dicho plan contempla diversos ejes de trabajo, como la reducción de demarca en sus hipermercados y supermercados, la concienciación ciudadana y la donación de aquellos productos aptos para el consumo pero no para la venta.

En este caso, la gestión se realiza en **colaboración con los Bancos de Alimentos** locales, tras la firma, en 2017, de un convenio a nivel nacional con la Federación Española de Bancos de Alimentos.

La totalidad de los alimentos entregados cuentan con todas las garantías de calidad y seguridad alimentaria.

En total, los hipermercados han donado 154.000 kg de alimentos y los supermercados y tiendas de proximidad han donado alimentos por valor de 412.000 €.\*

En cualquier caso, se trabaja para valorizar los alimentos que no puedan ser donados y se hayan convertido en residuos, favoreciendo siempre la economía circular.

\* Por diferencias en la gestión debidas a las herramientas disponibles, las unidades de medida en los hipermercados y supermercados son diferentes.

1ª Semana contra el desperdicio

La alimentación no tiene desperdicio

Disfrútala

Auchan RETAIL ESPAÑA    Iniciativa coordinada por: AECOC    Alcampo

### Semana contra el desperdicio alimentario

De acuerdo con el deseo de la compañía de promover la concienciación ciudadana, Auchan Retail España se sumó a la campaña organizada por AECOC entre los días 24 y 30 de septiembre bajo el lema: « La alimentación no tiene desperdicio, disfrútala », utilizando soportes de comunicación externa e interna para sensibilizar a la población sobre el consumo racional de alimentos y la lucha contra el despilfarro.

# Principios éticos que rigen toda la actividad

El desarrollo bajo principios éticos es una máxima para Auchan Retail a nivel internacional. De hecho en 1994 creó en Francia el primer **Comité de Ética**, un órgano presente en España desde junio de 2015.

Compuesto por mandos directivos, expertos en RSC, accionistas familiares, y representantes externos, reconocidos por sus competencias en materia de ética, este Comité se reúne dos veces al año para definir los grandes ejes éticos de la empresa, en base a los valores de Auchan, emitir recomendaciones en torno a cuestiones éticas, proponer formaciones sobre temas específicos y recomendar los procesos éticos a aplicar.

Con el fin de garantizar que los principios éticos forman parte de la forma de desarrollar el negocio, se han desarrollado diferentes herramientas: Carta Ética de Auchan Holding, Guía de ética para el día a día, Código de ética comercial de Auchan Retail, así como un canal de denuncias sobre cuestiones éticas.

**La Carta Ética** es un documento que recoge los principios éticos que guían las relaciones de la empresa con sus grupos de interés: colaboradores, clientes, socios comerciales, accionistas y entorno en general.

Con un principio de tolerancia cero frente a cualquier hecho de corrupción o no respeto de los principios de la Carta Ética, Auchan Retail cuenta con un canal de denuncias éticas desarrollado y gestionado por la compañía WhistleB.

La **Guía de ética para el día a día** es la aplicación práctica de la Carta Ética, que plantea situaciones que se pueden dar en el ejercicio diario de los profesionales de la compañía. Esta guía ha sido entregada y explicada al 100% de la plantilla para asegurar su conocimiento y estricto cumplimiento.

El **Código de ética comercial**, ya desarrollado en el capítulo destinado a proveedores, es una aplicación de la Carta ética para el conjunto de socios comerciales de Auchan Retail que debe ser firmada por la totalidad de los mismos.

Además de estas herramientas implementadas en todos los países en los que Auchan Retail desarrolla su actividad, la empresa en España cuenta con un **protocolo de buenas prácticas para la prevención de conductas ilícitas**, dando respuesta a la legislación propia del país.

**Auchan**  
cambia la vida

De sus clientes  
De sus colaboradores  
De sus socios

Comprometidos con la Ética

1 Carta Ética

2 Guía de ética para el día a día

3 Protocolo de buenas prácticas para la prevención de conductas ilícitas

4 Código de ética comercial

5 Comité de ética

6 Canal web de denuncias

¡Juntos, reinventamos Auchan!

Auchan | RETAIL  
ESPAÑA

# Diálogo eficiente con los grupos de interés

El diálogo con los grupos de interés es una constante para Auchan Retail España. En capítulos anteriores se han destacado modelos y herramientas de diálogo como el Barómetro de Compromiso de Empleados, los encuentros con representantes de los trabajadores, o las encuestas y reuniones con clientes.

Como novedad en modelos de diálogo encaminados hacia la eficiencia, cabe reseñar que en 2018 Auchan Retail España ha participado junto a la consultora Soandex, en el testeo del modelo MODE® creado por la consultora para **a medir intangibles y la relación con grupos de interés**, y que cuenta con un soporte tecnológico (SaaS).



MODE® es el resultado de un proyecto de I+D+i, impulsado por *Corporate Excellence Centre for Reputation Leadership* sobre la gestión eficaz y eficiente de las relaciones y la comunicación con los grupos de interés. El modelo permite medir la relevancia de los asuntos clave incluidos en los planes de sostenibilidad. Proporciona de forma automatizada la matriz de materialidad e informa del nivel de consenso o acuerdo existente para cada uno de los ejes de actuación de la empresa. El modelo permite, además, analizar la brecha entre los asuntos relevantes consultados y entre sus indicadores, ofrece datos de coste-efectividad, coste-eficacia, así como análisis prospectivos.

Este modelo de innovación ha sido aplicado por Auchan Retail España con el objetivo de conocer la relevancia y eficiencia de los ejes narrativos, los mensajes clave y las acciones de comunicación de la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa de esta compañía, de acuerdo a los intereses y preocupaciones de su grupo de interés clientes.



« MODE® ES UN PROYECTO DE I+D+I, PARA LA GESTIÓN EFICAZ Y EFICIENTE DE LAS RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS »





# NUESTRO MEDIO AMBIENTE

## Actuar por el Planeta

Con la **firme convicción de aportar en la lucha contra el cambio climático, Auchan Retail España** desarrolla planes específicos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que favorezcan la preservación de los recursos naturales.

La compañía trabaja para asegurar un uso responsable de la energía, de los gases refrigerantes y del agua, valorizar los residuos, reducir el uso de plásticos de un solo uso y promover, en general, políticas enmarcadas en el respeto y cuidado del medio ambiente.



# Eficiencia energética

El uso de energía procedente de fuentes no renovables produce gases de efecto invernadero, uno de los causantes del calentamiento del Planeta.

Para aportar a la mejora del entorno global, y siendo fiel a la consecución del ODS 7, Auchan Retail España puso en marcha en 2008 un plan de eficiencia energética cuyo objetivo es la reducción del consumo de energía y la promoción del consumo de energías limpias.



Para hacerlo realidad, se realizó un diagnóstico inicial que determinó que los mayores consumos eléctricos en las tiendas se concentraban en el frío alimentario, la iluminación y la climatización, tres puntos donde era necesario actuar, asegurando no sólo la incorporación de medidas técnicas o tecnológicas que favorecieran la eficiencia, sino la realización de un seguimiento estricto de la evolución de cada centro de trabajo así como la sensibilización de los trabajadores de la compañía, pieza clave para el éxito de los planes acometidos.

## En 2018...

Se ha realizado una **inversión en eficiencia energética de 1,85 millones de €** y se ha continuado desarrollando y haciendo evolucionar el plan de eficiencia, liderado por una gobernanza energética que coordina y supervisa las actividades que se realizan en pro de la reducción del consumo de energía.

Una de las medidas incorporadas en el ejercicio anterior, ha sido la inicialización de la instalación de

una **herramienta de seguimiento de consumos** en la totalidad de los centros de Auchan Retail España proporcionada por Schneider-Electric, empresa que acompaña a Auchan Retail a nivel internacional, en el camino de la eficiencia energética desde el año 2013.

Esta herramienta permite conocer en profundidad el consumo de cada centro y con los datos obtenidos, elaborar un informe mensual con el desempeño energético de cada centro, que es enviado a los departamentos oportunos para que se puedan tomar las decisiones adecuadas que den cumplimiento al objetivo de reducción del consumo de energía.



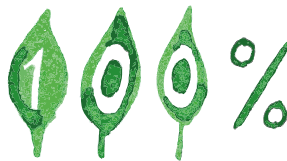


Otra de las acciones realizadas en 2018 ha sido la finalización de la instalación de LED en la totalidad de las salas de venta.

También se ha puesto en marcha la automatización de las instalaciones en los centros de proximidad, así como la instalación de controles remotos de monitorización de las instalaciones de frío y clima en supermercados.

Además, se han llevado a cabo los cambios pertinentes en los equipos de climatización de oficinas y tiendas y en las centrales de frío, incorporando asimismo, muebles cerrados para productos que necesitan frío en los nuevos supermercados. Cabe indicar en este sentido, que se han establecido prescripciones de eficiencia energética para que sean implementadas en todos y cada uno de los centros de nueva apertura.

Los resultados de 2018 hablan por sí solos: la reducción del consumo de electricidad por metro cuadrado de sala de venta ha descendido en hipermercados un 3% y un 5% supermercados con relación a 2017, cifra que asciende a 19% y 12% respectivamente si tenemos en cuenta los años desde los que se comenzó a trabajar en este sentido.



## 100% de energía renovable

La totalidad de la energía utilizada en Auchan Retail España desde julio de 2018, proviene **exclusivamente de fuentes 100% renovables** que respetan el medio ambiente y evitan las emisiones de CO<sub>2</sub>. Dicha energía es proporcionada por Iberdrola y está certificada con Garantía de Origen.

« EL CONSUMO DE ELECTRICIDAD  
DISMINUYÓ UN 19% EN  
HIPERMERCADOS Y UN 12%  
EN SUPERMERCADOS »



## Involucración de todos en la eficiencia energética

Para hacer realidad el plan de Eficiencia Energética es primordial que la plantilla se involucre y lo conozca, por eso se apuesta por asegurar el acceso a la información. Sin duda, trabajar en equipo es clave para el desarrollo y mantenimiento de los planes de reducción de la energía.

Además de focalizarse en el propio **plan de Eficiencia Energética**, la compañía también se suma a campañas de sensibilización globales como La Hora del Planeta, donde es también clave la participación de los colaboradores.



## El papel de los colaboradores

En el arranque del proyecto de Eficiencia Energética se puso en marcha el módulo de formación online **“El Ahorro energético es cosa de todos”**, cuyo objetivo es compartir el plan de ahorro energético de la compañía y además ofrecer ideas y soluciones que promuevan hábitos favorables a la consecución de dicho plan, cuyo resultado final redundará en la mejora del medio ambiente. En total, han realizado este módulo 8.600 personas.

## La hora del Planeta

En 2018 y 2019 Auchan Retail España se ha sumado a “La Hora del Planeta”, apagón voluntario realizado en el mes de marzo puesto en marcha por la organización WWF que surgió en 2007, en la ciudad de Sidney y hoy en día se ha extendido a más de 187 países, convirtiéndose en la **campaña de mayor movilización mundial**.

Su objetivo: sensibilizar sobre el consumo responsable de energía. Durante la hora y el día asignados por WWF, todas las tiendas de Auchan Retail España apagaron sus letreros luminosos sumándose así a este gesto global.



Asimismo, la compañía trabaja para difundir esta acción de WWF realizando un taller con los niños y niñas de su Club Rik&Rok y movilizando a sus colaboradores. En 2018 y 2019 se ha promovido una campaña viral en las comunidades internas cuyo leitmotiv era el hashtag **#YoApagoPor**; en ella, cada persona compartía con el resto sus motivos para sumarse al apagón voluntario, invitando a otro compañero a que diera los suyos para crear una cadena de mensajes en pro de la sostenibilidad.

« 8.600 COLABORADORES HAN REALIZADO EL MÓDULO DE FORMACIÓN ONLINE EN EFICIENCIA ENERGÉTICA »



# Gases refrigerantes con menor PCA

Los gases refrigerantes son necesarios para asegurar el funcionamiento de los muebles específicos para la conservación de alimentos congelados y que necesitan frío, pero también es cierto que la fuga de dichos gases favorece el calentamiento del Planeta.

Para reducir el impacto ambiental producido por los gases refrigerantes, Auchan Retail España trabaja para controlar fugas así como para sustituir los gases de sus centrales de frío por otros con menor Potencial de Calentamiento Atmosférico (PCA), cumpliendo así además con su compromiso con el cumplimiento de los ODS, en este caso el ODS 13.



En 2018, ha realizado una inversión de casi **1 millón de € para introducir gases con menor Potencial de Calentamiento Atmosférico**, sustituyendo estos gases en las centrales de frío de 13 centros, donde ha introducido los gases R449A, R513 y CO2.



# Racionalización del consumo de agua

« REDUCCIÓN DEL 38,4% DEL CONSUMO DE AGUA EN LOS HIPERMERCADOS »

Fiel al cumplimiento del ODS 6, que hace alusión a garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible, la compañía trabaja entre otros objetivos, para asegurar la racionalización del consumo de agua, cometido que comenzó a desarrollar en 2008 y en cuyo inicio planteó un **enfoque global al horizonte 2020**, involucrando a toda la plantilla.



Se realizaron por lo tanto, planes a largo plazo y en continua evolución orientados a la reducción de los consumos, identificando ineficiencias e incorporando medidas para asegurar el buen resultado, ya fueran técnicas o de formación y sensibilización de los trabajadores.

En Auchan Retail España se realiza un **seguimiento sistematizado** de los indicadores de metros cúbicos de agua en todos y cada uno de los centros y se incluyen, si procede, sistemas eficientes que aseguren un menor consumo.

Respecto a la formación y la sensibilización, se han desarrollado cursos de formación como “Ciudadanos y Colaboradores Responsables”, dirigido a la totalidad de la plantilla y puesto a su disposición en la plataforma *e-learning* con la que cuenta la compañía. En total, han cursado ese módulo de manera voluntaria más de 6.000 personas.

Con todo ello, cabe destacar que todos los mecanismos puestos en marcha en el plan de mejora han desembocado en una reducción por metro cuadrado de superficie de venta en los hipermercados del 38,4 % en relación a 2008.



# Movilidad sostenible

Auchan Retail España lleva años trabajando en planes de sostenibilidad del transporte de mercancía desde sus plataformas logísticas a sus tiendas. En 2018 ha avanzado en este compromiso global, ampliando su servicio de entrega a domicilio con vehículos eléctricos, así como iniciando la instalación de puntos de recarga para coches eléctricos en algunos de sus centros.

Además, ha continuado sumándose a iniciativas locales para promover la movilidad sostenible como por ejemplo la realizada por Alcampo Jerez (Cádiz), en el marco de la Semana Europea de la Movilidad cuya finalidad es fomentar los transportes sostenibles (bicicletas, vehículos híbridos y eléctricos) como una forma de movilidad urbana real. El citado hipermercado puso en marcha la **V Ruta Solidaria a Pie Alcampo**, en la que por cada participante se donó un kilo de alimento destinado a las asociaciones vecinales.



## Transporte de mercancía

### De las plataformas a las tiendas

La compañía ha continuado desarrollando **sinergias para el transporte de mercancía** de productos alimentarios desde las plataformas logísticas hasta los hipermercados, optimizando el número de viajes gracias a la utilización de **camiones mixtos bitemperatura**, que pueden albergar productos de alimentación seca y refrigerada en el propio camión. En un año\* ha incrementado un 7,7% la utilización de estos camiones, alcanzando la cifra de 4.752.

En el caso de las tiendas de proximidad, el 72% de los camiones utilizados son bitemperatura, utilizando además para los centros urbanos, 4 camiones a gas que reducen la contaminación acústica un 50%, cifra que alcanza el 20% en caso de las emisiones de CO2.

Dando un paso más en el área logística, está previsto para 2020 participar en el programa Lean&Green, desarrollado por AECOC (Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores), con una duración prevista de 2 años y cuyo objetivo es reducir la huella de carbono del proceso logístico completo.



\*octubre 2017-septiembre 2018.

## De las tiendas a la casa del cliente

En 2018 Auchan Retail España puso en marcha un piloto junto a Reevolt, una start-up española especializada en soluciones ZeroCO2 para la logística urbana. Este piloto, destinado al reparto de mercancía a clientes con **vehículos no contaminantes**, está funcionando en 28 centros de Madrid y Zaragoza.



## Puntos de recarga para vehículos eléctricos

Con el fin de asegurar una experiencia de compra excelente a los clientes y favorecer la lucha contra el cambio climático, Auchan Retail España ha incorporado puntos de recarga para vehículos eléctricos en dos de sus centros: Pío XII en Madrid y Marratxí en Mallorca.

En ambos casos el servicio está disponible durante todo el horario de apertura de Alcampo. El cliente que lo desee puede hacer uso del mismo, dándose de alta previamente en la plataforma digital *Smart Mobility Iberdrola*.



« 28 CENTROS DE MADRID  
Y ZARAGOZA HACEN  
EL REPARTO CON VEHÍCULOS  
NO CONTAMINANTES »

# Objetivo cero residuos



**A**uchan Retail España tiene el firme objetivo de hacer realidad la economía circular tanto en sus propios centros como en la propia sociedad, aportando allá donde puede hacerlo.

Su objetivo final es reducir el número de residuos y que los que se generen, se separen y traten correctamente para **asegurar su valorización y conversión en materias primas secundarias**, que vuelven a entrar en el proceso de producción de nuevos productos, envases, etcétera, o bien se transforman en combustible, reduciendo la utilización de combustibles fósiles.

## Gestión de residuos en los centros propios

El ODS 12 recoge que el consumo y la producción sostenible consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos. Esta es precisamente la inspiración de la estrategia de residuos de Auchan Retail España, que incorporó hace años planes específicos para garantizar la gestión eficiente de los mismos con el objetivo final de lograr la economía circular.



La tasa de valorización de residuos en las tiendas Auchan Retail España superó el 82% en 2018, es decir, **sólo el 19% de los residuos han ido a vertedero**.

Esta cifra responde a los protocolos de segregación de residuos incorporados a los centros, así como al trabajo desarrollado por los colaboradores de la compañía. 2.000 personas de Auchan Retail España han recibido formación específica de gestión de residuos.



« 82% DE LOS RESIDUOS DE TIENDA SON VALORIZADOS »



## Economía circular: realidad en 25 centros

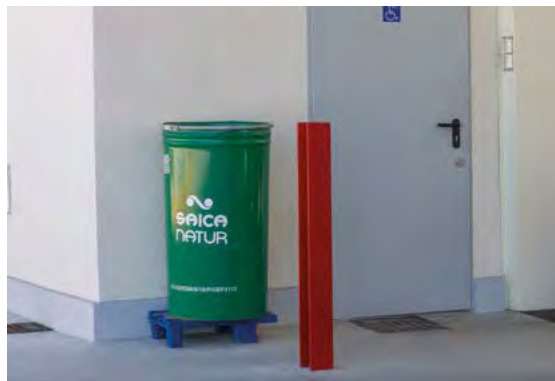
En 2018 seis hipermercados de Auchan Retail España de Cataluña y tres de la Comunidad Valenciana, gracias al apoyo de Saica Natur, consiguieron el objetivo de **Residuo Cero**; uniéndose a doce centros de la Comunidad de Madrid que consiguieron este objetivo en 2017. Además, a principios de 2019 lo han conseguido otros dos centros más en la Comunidad de Madrid, así como el nuevo hipermercado abierto en enero de 2019 en Esplugues de Llobregat (Barcelona) y una plataforma logística.

Esto significa que un total de 25 centros **han recuperado prácticamente el 100% de los residuos** generados a través de procesos de valorización y tratamiento, sin necesidad de recurrir a un vertedero.

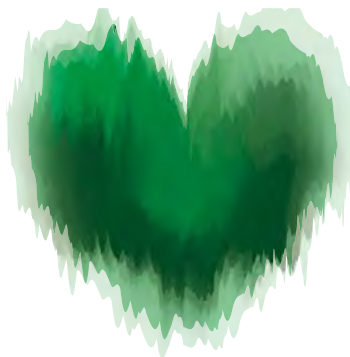
Este proyecto de innovación comenzó su andadura en 2013, dando sus primeros resultados en 2016, momento desde el cual más de 6.100 toneladas de residuos orgánicos\* no han sido enviadas a vertedero dándoles una segunda vida útil.

Gracias al trabajo conjunto realizado por ambas empresas, se han reintroducido en el círculo productivo materiales que hasta ahora eran depositados en el vertedero, evitando de esta manera la contaminación del suelo. Así, Auchan Retail España avanza hacia la economía circular, consiguiendo que el cartón se convierta de nuevo en papel reciclado con el que fabricar nuevas cajas; el polietileno de baja densidad, en granza que pueda utilizarse en sus embalajes; los desechos inertes, en CSR para su posterior valorización energética, y la basura orgánica tanto en compost como en bioenergía.

Continuando con el plan de asegurar Residuo Cero, en 2019 se han incorporado al proyecto dos plataformas logísticas de la compañía situadas en dos localidades de la Comunidad de Madrid: la de Camarma de Esteruelas y la de Valdemoro.



« 25 CENTROS  
CUMPLEN EL OBJETIVO  
"RESIDUO CERO" »



\* Sin tener en cuenta subproductos animales no destinados al consumo humano (SANDACH).

## Promover la segregación de residuos entre los clientes

### Ampliación de la red de ecoparques en los supermercados

Auchan Retail España, que ya contaba con ecoparques en 29 de sus hipermercados, incorporó en 2018 contenedores de recogida selectiva de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos y lámparas, en **60 ecoparques instalados en supermercados** distribuidos por toda la geografía española, para facilitar su adecuada recogida. De este modo, los usuarios podrán hacer entrega de los residuos de pequeños aparatos, así como de bombillas de bajo consumo, bombillas LED y fluorescentes, garantizando una adecuada gestión ambiental de los residuos.

La iniciativa se lleva a cabo en colaboración con Ecotic y Ambilamp, entidades de referencia a nivel nacional para el reciclaje de aparatos electrónicos y lámparas respectivamente, y con las que Auchan Retail España mantiene una estrecha colaboración para **impulsar la correcta recogida y reciclaje de los residuos** al final del ciclo de vida útil de los aparatos.



## Facilitando el reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos

Además de la incorporación de ecoparques en sus propias instalaciones, también en colaboración con Ecotic y Ambilamp, Auchan Retail España publicó una nueva web para facilitar el reciclaje de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE): <https://www.punto-limpio.info/alcampo>.

A través de 'Punto Limpio', no sólo pone sus centros a disposición de los usuarios para que puedan depositar sus residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, sino que informa de una extensa red de puntos de recogida municipales, con lo que se dispone de cerca de **1.800 puntos de entrega** distribuidos por toda España.



# Reducir el consumo de envases



Desde hace años, Auchan Retail España cuenta con una estrategia para contribuir a reducir el uso de envases y embalajes, así como para ofrecer otros más sostenibles.

En este sentido desde el año 2008 la empresa cuenta con planes de reducción de materiales que forman parte de los envases de los productos de marca propia. Desde el inicio del proyecto se han **reducido 623 toneladas de envases y embalajes**.

Asimismo, se ha continuado con el desarrollo del **servicio de venta a granel** para asegurar compras a medida en 52 hipermercados, que ofrecen un surtido de 660 referencias, como pasta, legumbres, arroz, infusiones, etc.

En 56 centros se cuenta con panadería en libre servicio donde se pueden realizar compras al unitario de 70 referencias de pan y pastelería. Tras la implantación de un nuevo modelo en 7 centros, donde se han introducido mostradores con venta asistida por profesionales de oficio, la compra al unitario es igualmente posible.

## Alternativas reutilizables

Conscientes del riesgo que provoca para la naturaleza el consumo y uso inadecuado de las bolsas de plástico, Auchan Retail España trabaja en ofrecer alternativas a las mismas desde hace años.

En el año 2009, los hipermercados de la compañía dieron el pistoletazo de salida a un plan de reducción de bolsas de plástico de un solo uso, realizando campañas mensuales de concienciación dirigidas a clientes y colaboradores, con el objetivo de modificar los hábitos de consumo hacia la reutilización y correcta gestión de la bolsa al final de su vida útil.

Tres años más tarde, se dejaron de distribuir bolsas de un solo uso en la línea de cajas, permitiendo reducir el consumo de las mismas un 63% por metro cuadrado de sala de venta, que supone evitar la utilización de **1.600 toneladas de plástico al año**.

En 2018, dando un paso más, se han eliminado las llamadas “bolsas de consigna” que se entregaban a la entrada de los hipermercados y donde los clientes podían introducir productos adquiridos fuera de Alcampo, con lo que se dejarán de utilizar 100 toneladas de plástico anuales.

Desde que comenzó su **apuesta por la eliminación de bolsas de plástico de un solo uso**, Auchan Retail España ha explorado y explora sin cesar alternativas que permitan ofrecer un servicio seguro y cómodo a sus clientes y que además favorezcan el cuidado del medio ambiente.

En este sentido, a lo largo de los años ha ido incorporando a su surtido varios tipos de bolsa, incrementando el mismo año tras año.

**Bolsa 15:** Conteniendo un 15% de plástico reciclado esta bolsa permite ser reutilizada como mínimo 15 veces.

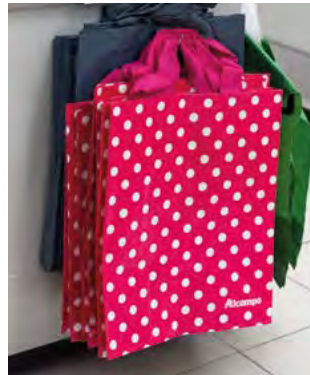
**Bolsa verde:** Fabricada con un 100% de material reciclado, ofrece una amplia posibilidad de reutilización.

**Bolsa de rafia:** Esta bolsa asegura una larga vida útil y se fabrica con un 60% de material reciclado



## Novedad 2018

Bolsa de papel. Esta nueva bolsa de papel se introdujo en el último trimestre de 2018 y soporta 15 Kg de peso. El papel con el que se fabrica proviene en un 30% de fibra reciclada y un 70% de fibra virgen con certificado de procedencia de bosques sostenibles FSC.



## Novedad 2019

**Bolsa de malla.** Fiel a su compromiso de mejora continua, ya en 2019 Auchan Retail España ha incorporado a su hipermercado Alcampo de Pío XII (Madrid), una nueva bolsa de malla reutilizable para las compras de frutas y verduras a granel.

Esta bolsa, que inició su andadura como un test en el hipermercado madrileño, estará disponible a lo largo de 2019 en todos los centros Alcampo que dispongan de venta en libre servicio de frutas y verduras.

Los clientes pueden introducir los alimentos a granel en la bolsa y pesar su compra, pegando a continuación la pegatina del pesaje en la etiqueta de la misma bolsa.

Esta nueva bolsa de malla es lavable, cuenta con unas medidas de 25 x 33 cm y soporta un peso de hasta 4 kg (3kg en movimiento) y asegura por su composición la seguridad alimentaria de los productos introducidos en la misma.

«Ayúdanos a reducir el consumo de plástico»

Compra esta bolsa y tráela para tus compras a granel



El ahorro está en el precio  
**0,85**  
unidad

**BOLSA REJILLA**  
25 x 33 cms  
Resistencia 3 kg.  
Lavable.



# Preservar la biodiversidad

A demás de trabajar en pro de la recuperación de especies, Auchan Retail España cuenta con dos políticas públicas que responden a su compromiso con la preservación de la biodiversidad y que responden claramente a dos ODS, el 14 y el 15: su política de pesca sostenible y su política de bosques.



## Política de Pesca Sostenible

Desde 2010, la empresa cuenta con una política de pesca sostenible que evoluciona de manera constante. Esta política responde al ODS 14, que tiene el objetivo de promover la utilización sostenible de los océanos, los mares y los recursos marinos.

Además del cumplimiento de compromisos de no comercialización de especies en peligro de extinción, así como la incorporación de **productos pesqueros certificados con estándares de sostenibilidad**, Auchan Retail España tiene la convicción de promover el trabajo conjunto y coordinado de proveedores y organizaciones en pro de asegurar la sostenibilidad de los océanos.



## Compromisos compartidos

Auchan Retail España colabora con **SFP (Sustainable Fisheries Partnership)** con el objetivo de trabajar en pro de la sostenibilidad de los recursos pesqueros. Para ello, en 2017 se comenzó a trabajar con los proveedores que surten de pescado fresco a Auchan Retail España, estudiando el grado de **sostenibilidad de las pesquerías** de las que se abastecen y con el fin último de participar en iniciativas de mejora que permitan asegurar la sostenibilidad pesquera a largo plazo.

A lo largo de 2018 se han ido sumando proveedores y especies al estudio, finalizando el año con la colaboración de 36 pesquerías diferentes y estudiando el grado de sostenibilidad de 7 especies, que representan casi un 50% de las compras de producto, como merluza, gallo, rape, pez espada, pulpo, atún o bacalao, entre otras.

Con la información proporcionada por los proveedores, se realiza un análisis de riesgos y se identifican aquellas pesquerías en las que son necesarias mejoras para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

En este marco, se realizan encuentros con SFP, proveedores de productos pesqueros y profesionales de Auchan Retail España.

En dichos encuentros, se dan a conocer determinados FIPs (*Fisheries Improvement Projects*) entre los proveedores, para favorecer la colaboración en pro de la sostenibilidad de los recursos pesqueros uniendo a diferentes actores por un mismo fin.

Durante 2018, se identificaron tres FIPs que Auchan Retail España está dando a conocer y promoviendo la participación de sus proveedores: el de potón de Perú (*Dosidicus gigas*), el de pulpo (*Octopus vulgaris*) en Mauritania y el de pez espada (*Xiphias gladius*) y tintorera (*Prionace glauca*) de la flota española de palangre de superficie que faena en aguas internacionales.



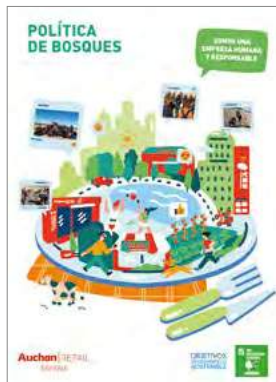
« AUCHAN RETAIL ESPAÑA  
COLABORA CON 36 PESQUERÍAS  
PARA ESTUDIAR EL GRADO DE  
SOSTENIBILIDAD DE 7 ESPECIES »

## Política de Bosques

Cada año 13 millones de hectáreas de bosques desaparecen y la degradación persistente de las zonas áridas provoca la desertificación de 3.600 millones de hectáreas.

Desde 2007, Auchan Retail España desarrolla, siguiendo el Objetivo de Desarrollo Sostenible 15, una "Política de Bosques" que engloba compromisos como **asegurar la sostenibilidad de los productos de madera y derivados** que se venden, eliminar o sustituir el aceite de palma en los productos de marca propia (información ampliada en capítulo "Clientes" de este informe) y utilizar para sus publicaciones papel procedente de fuentes sostenibles; de hecho el 97% del papel utilizado para folletos y uso interno está certificado con los sellos FSC o PEFC.

Además de estos aspectos, la "Política de Bosques de la compañía" acoge el compromiso de mantener el llamado "**Bosque Alcampo**".



Entre septiembre de 2017 y agosto de 2018 se realizaron diferentes acciones en favor del desarrollo de esta restauración forestal, como la plantación de 800 nuevos plantones en 2 hectáreas.

Para preparar el terreno y facilitar dicha plantación, se realizó la apertura de hoyos de manera mecanizada con una retroexcavadora. A continuación, más de un centenar de personas de WWF y Auchan Retail España participaron en jornadas de plantación manual de especies autóctonas como coscoja, encina, espino negro, retama, romero, rosal silvestre y jara blanca, en las que además se instalaron protectores y se realizaron alcorques.

A lo largo de los meses, los técnicos de WWF han realizado el mantenimiento de la plantación supervisando los protectores, repasando los alcorques o regando en verano para mitigar los efectos negativos de las altas temperaturas y ausencia de lluvias.



## Bosque Alcampo en alianza con WWF

Auchan Retail España inició en 2011 junto a WWF un proyecto de restauración forestal en Tembleque (Toledo), con el objetivo de contribuir a ampliar la superficie de encinares manchegos, proyecto que continúa apoyando año tras año.



# Medir la huella...



## Huella ambiental

En 2018 Auchan Retail España ha realizado la huella ambiental de dos productos Auchan Producción Controlada: dorada, y queso de oveja, midiendo el comportamiento ambiental de dichos productos a lo largo de su ciclo de vida para conocer los impactos ambientales de la producción y proponer acciones de mejora.

« AUCHAN RETAIL ESPAÑA HA REALIZADO LA HUELLA AMBIENTAL DE DORADA Y QUESO DE OVEJA EN 2018 »



Para dicha medición se han seguido las indicaciones de las normas ISO 14040 e ISO 14044 así como la metodología de la huella ambiental de la UE, definida en la recomendación de la comisión del 9 de abril de 2013.

Los impactos ambientales medidos en este marco son la acidificación, el agotamiento de la capa de ozono, el agotamiento de recursos (agua), el agotamiento de recursos (minerales, fósiles), el cambio climático, la ecotoxicidad para ecosistemas de agua dulce, los efectos a la salud humana (cancerígenos o no), las partículas o sustancias inorgánicas con efectos respiratorios, la eutrofización terrestre, la eutrofización de agua dulce, la eutrofización marina, la formación de ozono fotoquímico, la radiación ionizante (efectos sobre la salud humana), la radiación ionizante (ecosistema) y la transformación del terreno.



# HUELLA AMBIENTAL QUESO DE OVEJA AUCHAN PRODUCCIÓN CONTROLADA

## Ciclo de vida de producción



### Aguas arriba



94,21%  
carga ambiental  
aguas arriba

### Proceso principal



5,79%  
carga ambiental  
proceso principal

### Aguas abajo

Transporte del queso a los centros  
logísticos de Auchan Retail España

Uso por los consumidores  
Gestión de residuos



Entre 0,18  
y 0,52%  
carga ambiental  
aguas abajo

El valor de la Huella Ambiental por Kg  
de queso promedio es de 3,02 mPt

# HUELLA AMBIENTAL DORADA

## AUCHAN PRODUCCIÓN CONTROLADA



### Ciclo de vida de producción

#### Aguas arriba

MARESA  
Producción de alevines de dorada

Producción de energía y otras materias primas

SORGAL  
Producción de pienso para dorada

⇒ **80,90%**  
carga ambiental aguas arriba

Transporte

Transporte

Transporte

#### Proceso principal

PIMSA  
Producción de dorada:  
Recepción de alevines y siembra.  
Engorde.

⇒ **19,09%**  
carga ambiental proceso principal

Transporte

#### Aguas abajo

ISLASUR  
Procesado y elaboración de la dorada para su comercialización.  
Transporte de la dorada a los centros logísticos de Auchan Retail España

⇒ **0,83%**  
carga ambiental aguas abajo

El valor de la Huella Ambiental por 1 Kg de dorada, sin eviscerar y sin considerar el peso del embalaje es de 3,2438 mPt



## Huella de carbono\*

Desde el año 2010, Auchan Retail España calcula y publica la huella de carbono de sus hipermercados, actividad extendida a sus supermercados y tiendas de proximidad en el año 2013.

Para ello, sigue las directrices del **GHG Protocol**, recogiendo las emisiones de CO<sub>2</sub>e\*\* producidas por los gases refrigerantes, gas natural y gasoil (Alcance 1), electricidad (Alcance 2) y agua, residuos, actividad logística, papel y productos Auchan Producción Controlada (Alcance 3).

## Alcance 1

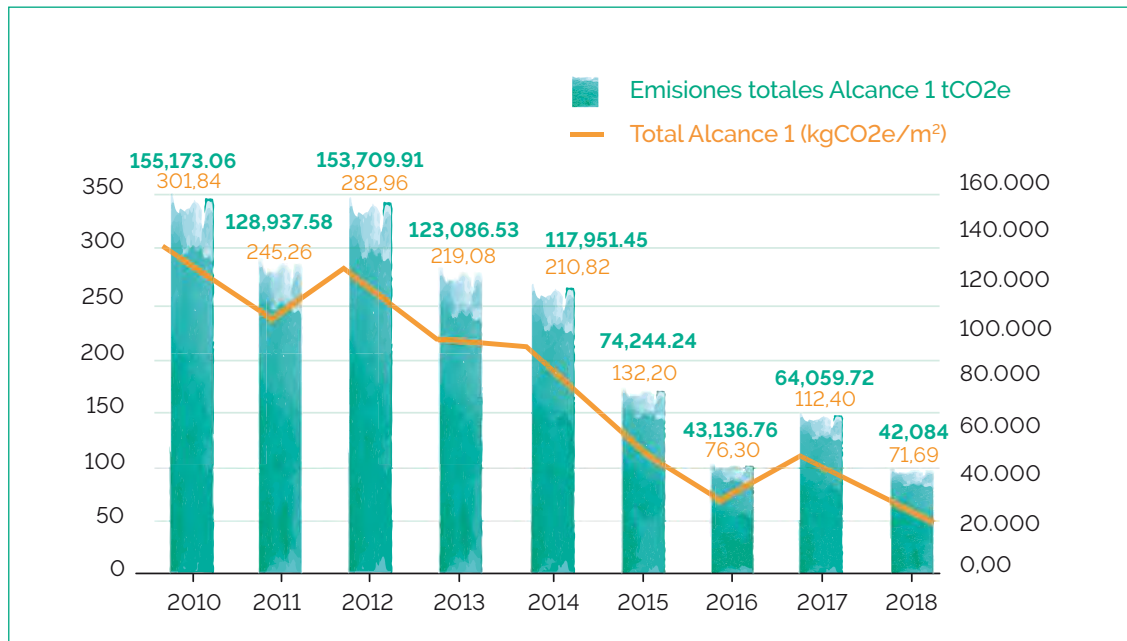
Las emisiones del Alcance 1 referentes a 2018 presentan una tendencia general a disminuir, gracias, sobre todo a la reducción en las fugas de gases refrigerantes y a la sustitución de gases por otros con menor PCA (Poder de Calentamiento Atmosférico).

## Hipermercados

Desde el año base (2010), se ha reducido un 76% el ratio de emisiones de CO<sub>2</sub>e por m<sup>2</sup> de sala de venta dejando de emitir 230 kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup>.

Respecto al año anterior, la reducción ha sido de 41 Kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> de sala de venta, que supone un porcentaje de mejora del 36%.

## ALCANCE 1 EMISIONES TOTALES TCO e HIPERMERCADOS



\*Los datos presentes en este documento son un avance de La Huella de Carbono que será publicada y podrá contener ligeras variaciones.

\*\* CO<sub>2</sub> equivalente

## Supermercados y tiendas de proximidad

En los supermercados y tiendas de proximidad también se mantiene y observa esta tendencia.

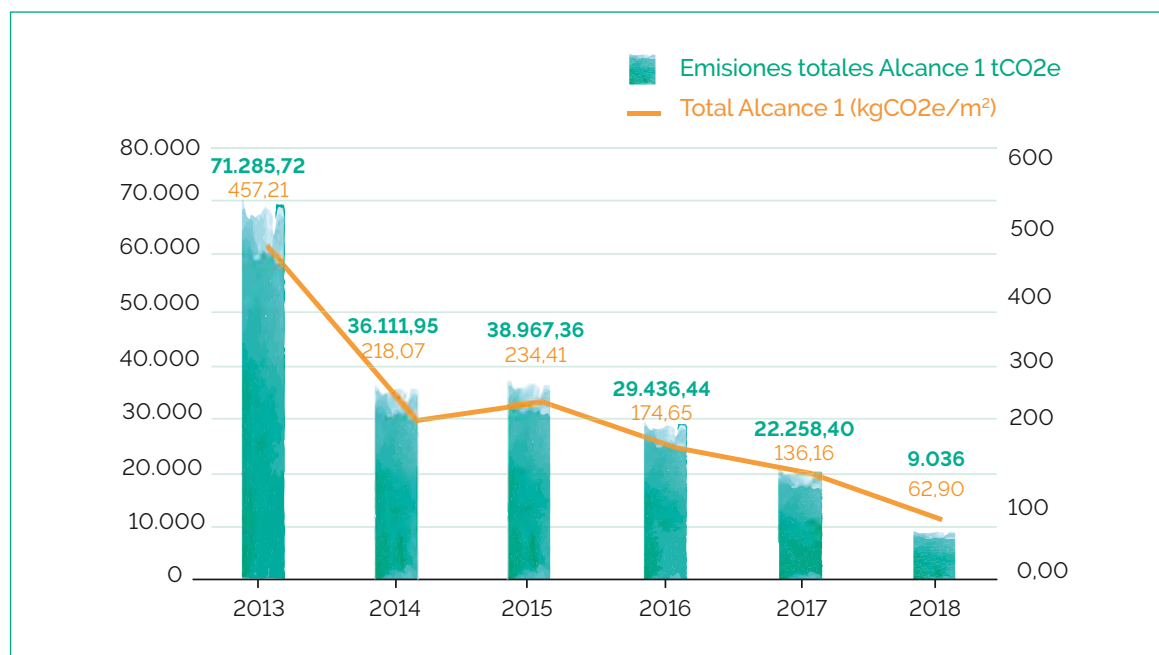
En cifras, desde el año base (2013), se ha reducido un 86% el ratio de emisiones de CO<sub>2</sub>e por m<sup>2</sup> de sala de venta dejando de emitir 394 kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup>

Respecto al año anterior, la reducción ha sido de 73 Kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> de sala de venta, que supone un porcentaje de mejora del 54%.

« EN 2018 EN SUPERMERCADOS SE HA REDUCIDO UN 86% EL RATIO DE EMISIONES DEL ALCANCE 1 »



## ALCANCE 1 EMISIONES TOTALES TCO<sub>2</sub>e SUPERMERCADOS



## Alcance 2

Entre los años 2010 y 2016, las emisiones de Gases de Efecto Invernadero del Alcance 2 (debidas a la producción de la electricidad consumida en los hipermercados y supermercados), han ido disminuyendo progresivamente.

Esta tendencia se rompió en el año 2017, como consecuencia del aumento del factor de emisión asociado a la empresa comercializadora de electricidad. Por ello, desde julio de 2018 la energía consumida en los hipermercados, supermercados y tiendas de proximidad procede al 100% de fuentes renovables. Lo que ha contribuido junto con los proyectos de eficiencia energética que siguen en marcha, a disminuir las emisiones de CO<sub>2</sub>e de este alcance.

El factor de emisión 2018 que aparece en las gráficas corresponde a los 6 primeros meses del año 2018, en el que no toda la energía que se consumía procedía de fuentes renovables.

## Hipermercados

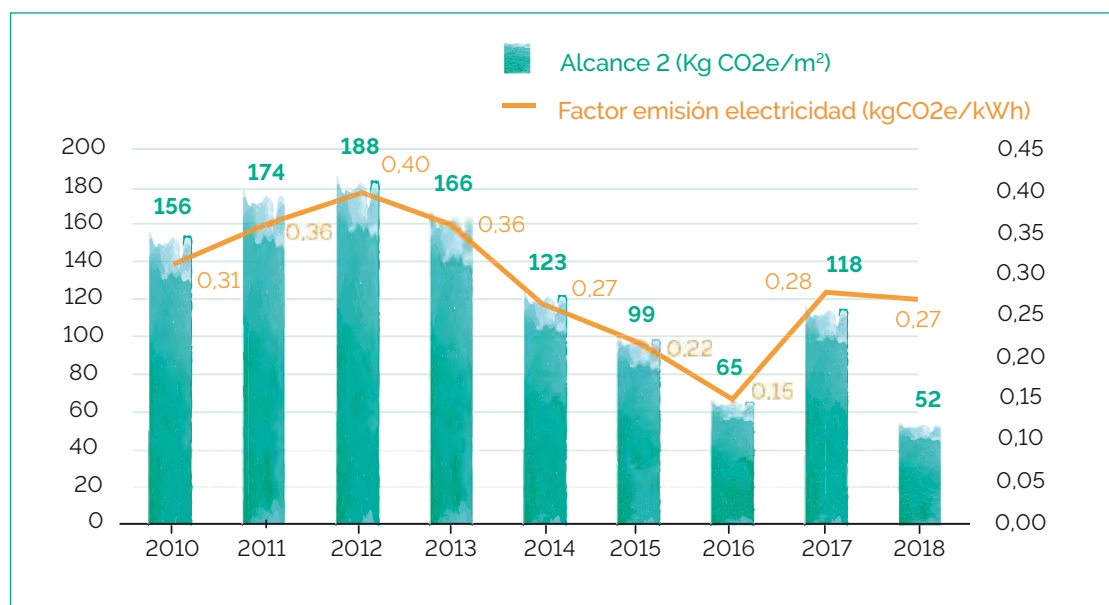
Desde 2010 las emisiones de CO<sub>2</sub>e del Alcance 2 se han reducido un 66%, lo que equivale a dejar de emitir 104 kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> de sala de venta.

Respecto al año anterior, las emisiones de CO<sub>2</sub>e se han reducido un 56%, que equivale a dejar de emitir 66 Kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> de sala de venta.

« EN 2018 EN HIPERMERCADOS SE HA REDUCIDO UN 56% EL RATIO DE EMISIONES DEL ALCANCE 2 »



## ALCANCE 2 (KG CO<sub>2</sub>e/M<sup>2</sup>) HIPERMERCADOS





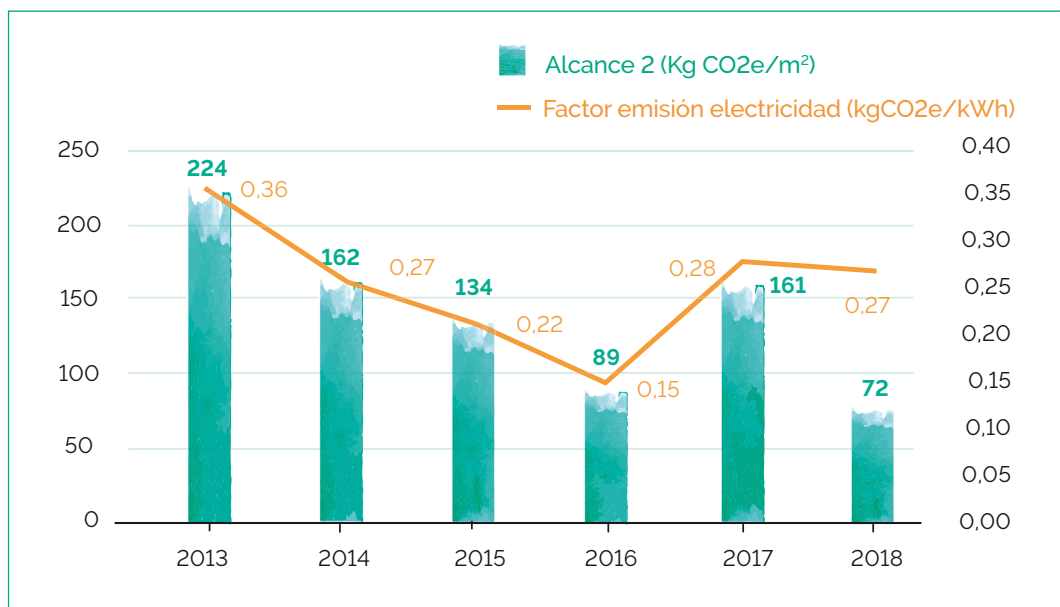
## Supermercado y tiendas de proximidad

Desde 2013, año base para el estudio de la Huella de Carbono de los supermercados y tiendas de proximidad, las emisiones de CO<sub>2</sub>e del Alcance 2 se han reducido un 68%, lo que equivale a dejar de emitir 152 kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> de sala de venta.

Respecto al año anterior, las emisiones de CO<sub>2</sub>e en estas tiendas se han reducido un 55%, que equivale a dejar de emitir 88 kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> de sala de venta.



### ALCANCE 2 (KG CO<sub>2</sub>e/M<sup>2</sup>) SUPERMERCADOS





# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Dar respuesta a la **Agenda 2030** es un eje prioritario para Auchan Retail España, que trabaja en pro de la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.



# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

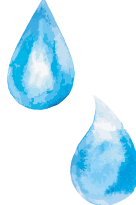


22.800



- Creación de empleo directo para **22.800 personas**.
- Colaboración con **productores de terceros países**.
- Desarrollo de proveedores españoles.
- Acciones para mejorar el entorno: Desayunos y Meriendas #ConCorazón, Ningún niño sin Juguete, 1 Kilo de Ayuda, Sorteo del Oro de la Cruz Roja, Gran Recogida del Banco de Alimentos...

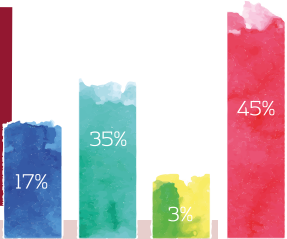
- Acciones para mejorar el entorno: Desayunos y Meriendas #ConCorazón, Sorteo del Oro de la Cruz Roja, Gran Recogida del Banco de Alimentos...
- Plan de reducción del desperdicio alimentario.



- Proyecto de racionalización del consumo de agua.



- Planes de eficiencia energética.
- Incorporación de energía 100% limpia.
- Oferta de productos ahorradores de energía.
- Participación en La Hora del Planeta de WWF.



- Más del 80% de la plantilla es indefinida.
- Desarrollo económico: inversión en apertura de centros y mejora de los mismos.
- Realización de auditorías sociales a los proveedores.



- Oferta de productos y servicios responsables: ecológicos, de Comercio Justo, para personas con necesidades especiales, que respetan el bienestar animal, etc.
- 100% de proveedores firman el Código de Ética Comercial.



- Estudio y publicación de la Huella de Carbono.
- Huella ambiental para dos productos.
- Inclusión de gases refrigerantes con menor PCA.
- Residuo Cero en 25 centros.



- Política de Pesca Sostenible.
- Campañas de sensibilización ciudadana.



- Oferta de productos frescos.
- Productos para todas las necesidades (sin gluten, sin lactosa).
- Promoción de hábitos saludables entre los más pequeños.
- Apuesta por el deporte.



- Formación continua para la profesionalización.
- Planes de empleabilidad y formación para personas en riesgo de exclusión.



- Programa de Liderazgo Femenino.
- Plan de Igualdad.



- Trabajo con estándares de construcción sostenibles.
- Introducción de mejoras de sostenibilidad en los centros.



- Planes de promoción de la diversidad y de la igualdad de oportunidades.
- Verificaciones del cumplimiento del código de ética comercial.



- Comercio sin barreras para asegurar la accesibilidad universal.



- Política de Bosques.
- Productos sin Residuos de Pesticidas.
- Oferta de productos que preservan la biodiversidad.
- Recuperación de especies.



- Firmantes del Pacto Mundial.
- Comité de Ética.
- Código de Ética Comercial de obligado cumplimiento.
- Carta Ética que rige las normas de relación con los stakeholders.
- Protocolo de buenas prácticas para la prevención de conductas ilícitas.
- Canal de Denuncias Éticas.



- Alianzas con entidades sociales y ambientales: Fundación ONCE, SFP, Cruz Roja, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Lealtad, WWF, etc.

**INFORME**  
DE ACTIVIDAD  
Y RESPONSABILIDAD  
SOCIAL  
CORPORATIVA  
**2018**

Dirección de Comunicación Externa y RSC  
C/ Santiago de Compostela Sur, s/n.  
28092 Madrid



The mark of  
responsible forestry

ELEMENTAL  
CHLORINE  
**FREE**  
GUARANTEED



HEAVY METAL  
**ABSENCE**  
CE 94/62



[www.auchan-retail.es](http://www.auchan-retail.es)

