

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2015

 Auchan

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2015

Auchan

INDICE

INTRODUZIONE

- **Premessa**
- **Nota metodologica**
- **Profilo**

1. DIPENDENTI E LAVORO

- **Occupazione e valorizzazione**
 - Composizione del personale
 - Piano di azionariato
- **Salute e sicurezza**
 - Politica sulla sicurezza
 - Indici infortunistici
- **Formazione**
 - Politica di formazione
 - Attività formativa
- **Pari opportunità e diritti umani**
 - Promozione delle pari opportunità e della diversity
 - Tutela dei diritti umani

2. CLIENTI E RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

- **Qualità, sicurezza e sostenibilità dei prodotti**
 - Salute e sicurezza dei consumatori
 - Audit e verifiche del sistema qualità
 - Prodotti a marchio
 - Etichettatura
- **L'ascolto dei clienti**

3. FORNITORI E BUSINESS PARTNER

- **Partnership con fornitori locali e PMI**

Sviluppo delle PMI

Progetto Export

- **Catena di fornitura sostenibile**

Controllo dei fornitori

4. AMBIENTE

- **Uso sostenibile delle risorse**

Energia

Acqua

- **Prevenzione dell'inquinamento e tutela dell'ambiente**

Gestione dei rifiuti

Fluidi refrigeranti ed Emissioni

Logistica sostenibile

5. COMUNITÀ

- **La Fondazione Auchan per la gioventù**

- **Partnership sociali e iniziative di sensibilizzazione**

La partnership con la Fondazione Telethon

La collaborazione con Humana People to People Italia

- **Educazione alimentare e lotta allo spreco**

Il progetto Scuola Channel

I progetti con le Scuole

La collaborazione con il WWF

Le donazioni alimentari

Premessa

Il tema dello sviluppo sostenibile oggi ricopre un ruolo sempre più cruciale anche, e soprattutto, alla luce di un contesto socio-economico che orienta la società verso modelli di crescita più attenti nel perseguire il comune interesse.

Il Rapporto di Sostenibilità riguarda un anno importante per il nostro Gruppo il quale ha portato a compimento sostanziali modifiche degli assetti societari e organizzativi a livello internazionale.

Il documento che qui presentiamo conferma la volontà di Auchan di radicare la propria crescita sulle solide basi dei principi guida di uno sviluppo durevole, tutelando la propria posizione nel complesso e competitivo mercato della Grande Distribuzione Organizzata e prestando ascolto alle istanze degli interlocutori.

In coerenza con impostazione strategica, l'azienda continua ad avere una struttura contrattuale del proprio organico che si fonda quasi esclusivamente su contratti a tempo indeterminato (99,4%); nel contempo continua a promuovere - nei rapporti di partnership con i fornitori - la filiera corta e le PMI.

Nel corso dell'anno è stato portato avanti l'impegno per l'uso sostenibile delle risorse. Sul fronte dei consumi energetici, grazie ai processi di ottimizzazione ed efficientamento, è stata generata una riduzione dei consumi pari a oltre 3,8 milioni di kWh; con riferimento alla prevenzione dell'inquinamento e alla tutela dell'ambiente, nell'ambito della raccolta differenziata gestita direttamente, il tasso di differenziazione ha registrato un ulteriore miglioramento rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda la relazione con i clienti, l'azienda si è adoperata nel consolidare gli strumenti di dialogo e interazione e si sono rilevati ottimi risultati circa la qualità dei prodotti percepita da clienti e cittadini. Infine, Auchan ha continuato a prendere parte attiva nella vita del contesto sociale, sostenendo numerose iniziative a beneficio della collettività.

Tutto ciò testimonia le nostre linee di indirizzo verso un modello di sviluppo aziendale che tende ad integrare le istanze degli interlocutori nel percorso dell'impresa ed un impegno rinnovato, giorno dopo giorno, dall'agire quotidiano di ciascuna persona che fa parte della nostra organizzazione.

Il Rapporto di Sostenibilità è particolareggiato e denso di informazioni quantitative. Siamo convinti che con il rigoroso impegno volto a promuovere completezza e trasparenza continueremo a perseguire l'eccellenza nel nostro agire d'impresa, mantenendo e accrescendo la fiducia degli stakeholder in un percorso proattivo di dialogo e relazione.

Buona lettura,

Carlo Delmenico

Direttore Responsabilità Sociale d'Impresa – Comunicazione – Azionariato - Eventi

Nota metodologica

Giunto alla settima edizione, il Rapporto di Sostenibilità è il documento tecnico e riepilogativo con cui Auchan presenta le performance sociali e ambientali connesse alle attività svolte, in linea con l'approccio consolidato nel corso degli anni.

Alla luce delle modifiche degli assetti societari occorsi a livello internazionale all'interno del Gruppo Auchan nel corso dell'anno 2015 ¹, l'informativa inserita nella presente edizione del documento è stata allineata:

- alle informazioni contenute nei Report internazionali del Gruppo ², il cui percorso di Sostenibilità si inserisce nel quadro della Norma sulla Responsabilità Sociale ISO 26000 e nel contesto dei 10 principi del Global Compact delle Nazioni Unite;
- agli indicatori di Sviluppo Sostenibile di Auchan France ³;
- ai temi indicati dall'art. 225 della legge francese Grenelle 2 ⁴ relativa agli obblighi di trasparenza in materia sociale e ambientale.

L'informativa del presente documento è, inoltre, conforme ai principi di equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e verificabilità, come indicati nelle linee guida di Reporting definite dal Global Reporting Initiative (GRI) ed è stata associata alla lista degli aspetti predefiniti della versione G3 e della più recente versione G4 dello stesso standard.

Processo e perimetro di Reporting

Pubblicato con cadenza annuale, il Rapporto di Sostenibilità contiene informazioni e dati riferiti ad Auchan Spa e ai 48 Punti Vendita a gestione diretta. L'eventuale esclusione dal perimetro di rendicontazione di alcuni specifici siti deriva dall'impossibilità di raccogliere dati con standard qualitativi soddisfacenti.

Nel Rapporto di Sostenibilità 2015 non sono state inserite modifiche sostanziali nella rappresentazione delle informazioni inserite nel report precedente, pubblicato a luglio 2015, e non esistono rapporti con joint venture, controllate o attività in leasing che possono influenzare la comparabilità dei dati o il perimetro.

¹ Il Gruppo Auchan – a far data da Ottobre 2015 - ha assunto la nuova denominazione Auchan Holding ed ha modificato la propria organizzazione creando tre nuove aziende autonome:

- **Auchan Retail** che riunisce tutti i formati di commercio alimentare, ipermercati, supermercati, prossimità, drive e e-commerce;

- **Immochan** che rappresenta il polo immobiliare commerciale del Gruppo;

- **Oney Banque Accord**, filiale del Gruppo attiva nel settore finance.

² Cfr. "Groupe Auchan: "Rapport d'activité et de développement responsable"; "Volet RSE du Rapport de Gestion"; "Rapport RSE".

³ Gli indicatori di Sviluppo Sostenibile di Auchan France sono stati creati nel 2003 con l'obiettivo di fornire agli stakeholder informazioni e dati quantitativi in grado di permettere la misurazione dello stato d'avanzamento degli obiettivi prefissati in materia di sostenibilità all'interno di un quadro di affidabilità e completezza.

⁴ In Francia, con il Decreto n° 2012-557 del 24 aprile 2012, è stata data attuazione, dopo due anni, all'articolo 225 della Legge Grenelle 2, relativa agli obblighi di trasparenza delle imprese in materia sociale e ambientale. Il provvedimento prevede l'obbligatorietà della trasparenza per le società quotate e quelle di dimensioni maggiori (fatturato di un miliardo fino al 31 dicembre 2011, di 400 milioni dal 2012 in poi), nonché il vincolo di spiegare quando non vengono diffuse le informazioni (principio del "report or explain"). Per le società minori, non c'è quest'ultimo vincolo. L'entrata in vigore riguarda le società quotate dagli esercizi successivi al 31 dicembre 2011; le società non quotate a iniziare dal bilancio chiuso il 31 dicembre 2016.

Come per la precedente edizione del documento, anche per l'anno 2015 il periodo di rendicontazione si estende dall'1 ottobre al 30 settembre, in allineamento con le modalità di rendicontazione adottate dal Gruppo Auchan a livello internazionale. Per alcuni dati e informazioni - opportunamente segnalati nel documento - si è mantenuto come riferimento l'anno solare in un'ottica di maggiore completezza.

Asseverazione di parte terza

Come per le edizioni precedenti, il Rapporto di Sostenibilità 2015 è stato sottoposto a verifica da parte di ALTIS per dare garanzia agli stakeholder dell'accuratezza e dell'affidabilità delle informazioni pubblicate.

Il Rapporto di Sostenibilità 2015 è il risultato di un processo articolato che coinvolge diverse funzioni che rappresentano trasversalmente tutte le aree connesse alla rendicontazione sociale.

Per contatti, informazioni, approfondimenti e chiarimenti:

carlo.delmenico@ auchan.it

Auchan Spa - Milanofiori, Strada 8 Palazzo N, 20089 Rozzano (MI)

Il Rapporto di Sostenibilità è disponibile sul sito www.auchan.it nella sezione Auchan sostiene.

PROFILO

Parte del Gruppo Auchan, la società Auchan SpA a fine 2015 è stata coinvolta nel processo di rinnovamento che ha interessato il Gruppo ed è confluita in Auchan Retail, oggi azienda internazionale e multicanale che riunisce tutti i format del commercio alimentare: ipermercati, supermercati, prossimità, drive e e-commerce.

Questa importante operazione è stata posta in essere al fine di:

- avviare un processo di semplificazione dell'organizzazione per una sempre maggiore efficacia ed efficienza, sviluppare le professionalità e focalizzarsi sui clienti in ciascun mestiere e in ciascun Paese;
- in un mondo in forte e veloce mutazione, migliorare le prestazioni di ciascun mestiere in un'ottica di lungo periodo;
- valorizzare le specificità di ciascun mestiere, consolidando l'attrattiva di ciascuno di essi per attirare nuovi talenti e per permettere ai collaboratori di migliorare lo svolgimento del proprio lavoro.

Presente in 14 nazioni con 300.000 collaboratori, Auchan Retail è organizzata per Paese, ogni realtà nazionale è dotata di una propria governance ed usufruisce di una serie di servizi di supporto forniti a livello internazionale. I servizi di supporto corrispondono alle seguenti aree: *Direzione Prodotto, Direzione Risorse Umane, Direzione Finanza, Direzione Innovazione, Direzione Efficacia, Direzione Performance.*

La governance, che nel periodo antecedente alla riorganizzazione era composta dal CdA e da un Presidente Direttore Generale esecutivo, è stata sostituita da una struttura duale che comprende un Consiglio di Sorveglianza presieduto dal Presidente e un Direttorio.

Il Comitato Direttivo di Auchan Retail è composto da 13 membri: 7 Presidenti esecutivi di Paese e 6 Direttori di funzione d'appoggio. Philippe Baroukh è il nuovo Presidente esecutivo per l'Italia.

AUCHAN RETAIL ITALIA

Dal novembre 2015 in Italia **Auchan Retail** comprende le seguenti insegne:

- La rete degli ipermercati **Auchan**, 48 strutture a gestione diretta presenti in 11 regioni italiane con 10.076 collaboratori;
- La rete supermercati **Simply** con 1.836 punti di vendita diretti, affiliati e master, presenti in 18 regioni con 8.814 collaboratori;
- La rete dei drugstore **Lillapois**, insegna lanciata in Italia nel febbraio 2014 con l'obiettivo di diventare il negozio di riferimento nella cura della casa, l'igiene e la bellezza della persona, con un ricco assortimento di make-up, cosmesi e profumeria alcolica racchiuso in un'area dedicata chiamata Lillamoi.

Con riferimento alla governance e agli assetti organizzativi, Auchan Retail Italia prevede che la figura del Presidente esecutivo (Philippe Baroukh) sia affiancata da un Comitato di Direzione composto da 9 membri, di cui 3 Direttori delle diverse insegne presenti nel paese e 6 Responsabili dei Servizi Centrali:

- Francesco Alfieri / Direttore Ipermercati Auchan
- Alfredo Sanasi / Direttore Supermercati Simply, IperSimply e PuntoSimply
- Antonello Sinigaglia / Direttore Drugstore Lillapois
- Franco Castagna / Responsabile Direzione Finanza
- Enrico Capoferri / Responsabile Direzione Prodotto (marchi, offerta e acquisti)
- Isabelle Duglery / Responsabile Direzione Performance (controllo di gestione e gli acquisti indiretti)
- Franco Bagnoli / Responsabile Direzione Efficacia (semplificazione, i sistemi informativi e la supply chain)
- Giuliano Stronati / Responsabile Direzione Risorse Umane (sviluppo dei talenti, comunicazione e RSI)
- Stefano Ghidoni / Responsabile Direzione Innovazione ⁵ (digital e relazione con i clienti)

AUCHAN SPA

Auchan opera nel settore della Grande Distribuzione Organizzata. Con sede centrale a Rozzano (Milano), in Italia l'azienda è presente in 11 regioni italiane con una rete di vendita che è organizzata in 60 ipermercati, di cui 48 a gestione diretta e 11 in franchising

Sul territorio nazionale sono, inoltre, attivi 25 distributori di carburante con insegna Auchan e un Chronodrive a Rozzano (Milano), dove è possibile effettuare la spesa inviando l'ordine di acquisto al punto vendita attraverso uno scanner.

48
Punti Vendita
a gestione diretta

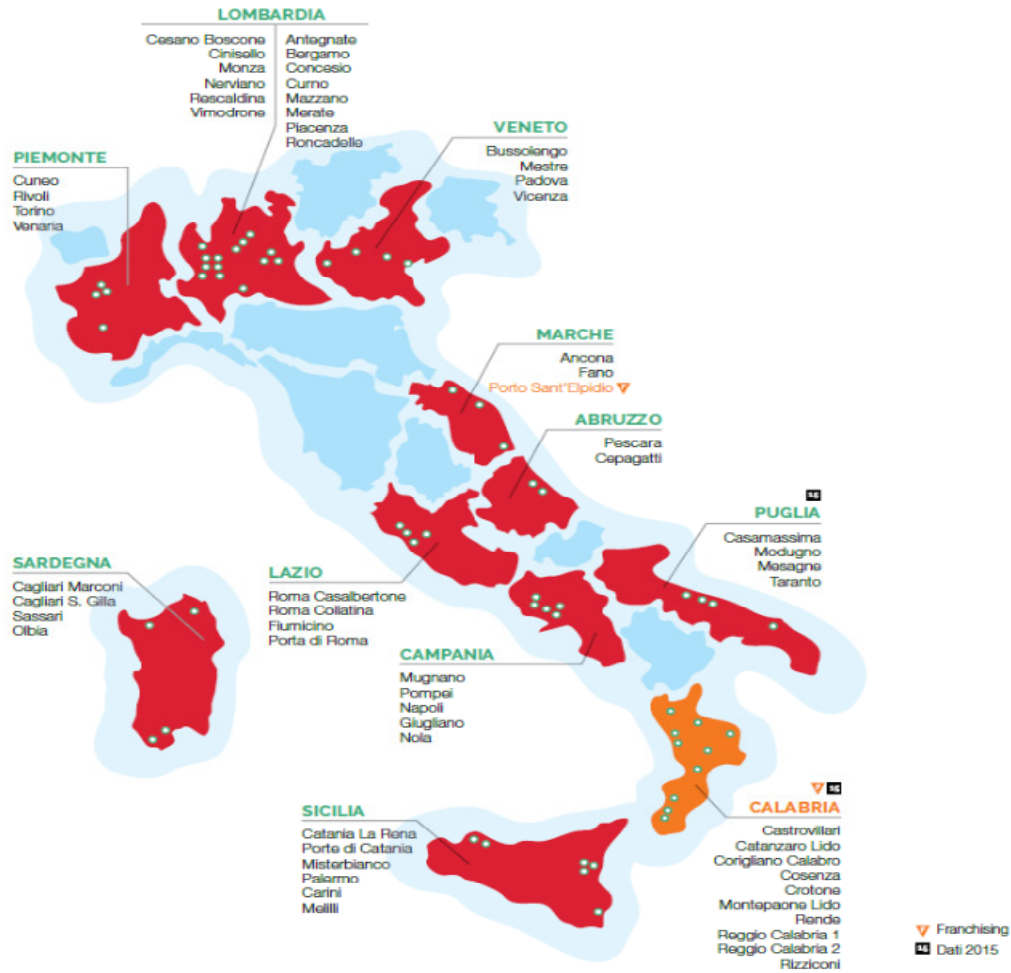
10.076
Dipendenti

2,5 miliardi di euro
Vendite sotto insegna

69.558.357
Clienti

⁵ Nominato nel luglio del 2016.

La presenza di Auchan in Italia



A far data dal 2 Dicembre 2015 Auchan S.p.A. è soggetta alla direzione e al coordinamento di Auchan Holding S.A.⁶.

⁶ Ad ottobre 2015 è stato deliberato l'aumento del capitale sociale da € 420.000.000 a € 475.569.231 mediante l'emissione di nuove azioni. L'aumento del capitale è stato sottoscritto dal Socio Barolux S.A. che detiene attualmente il 44,82% del capitale sociale; gli altri soci sono Valauchan Caisse Auchan Italie SCA (0,82%) e IDC (54,36%).

Nello svolgimento delle sue attività Auchan è sempre attenta al rispetto dei più alti standard etici, in allineamento alle best practice del Gruppo di appartenenza, e si impegna a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia che ha instaurato con tutti i suoi stakeholder: gli azionisti, i collaboratori, i clienti, i fornitori e i partner commerciali, i finanziatori, la Pubblica Amministrazione, i Media, le comunità locali, le organizzazioni non-profit, l'ambiente e le generazioni future.

Nell'ambito della riorganizzazione societaria, nel 2015 la Società ha modificato il proprio Codice Etico, suddividendolo in due sezioni:

- Carta Etica di Gruppo, che recepisce il documento formalizzato dal Gruppo Auchan nel 2015 e identifica i principi e i valori etici del Gruppo;
- Codice di Condotta, più operativo e calato sulla realtà di ogni Paese.

700
dipendenti formati sul Codice Etico nel corso del 2015

500
dipendenti formati sulle Linee guida Anticorruzione con corsi in aula o modalità e-learning

Il Codice di Condotta a sua volta definisce la “Visione” di Auchan, esplicitandone il progetto e le ambizioni:

L'AMBIZIONE 2017 è CREARE VALORE IN ITALIA

Vogliamo essere un'impresa italiana discount, moderna e redditizia, con dei collaboratori responsabili, professionali e valorizzati, all'ascolto degli Abitanti.

I 4 assi strategici di Auchan Spa:

- Affermare la nostra differenza di commercianti audaci
- Migliorare l'efficacia e la redditività dell'azienda
- Perseguire uno sviluppo sostenibile e redditizio
- Con le migliori squadre al servizio dei nostri clienti

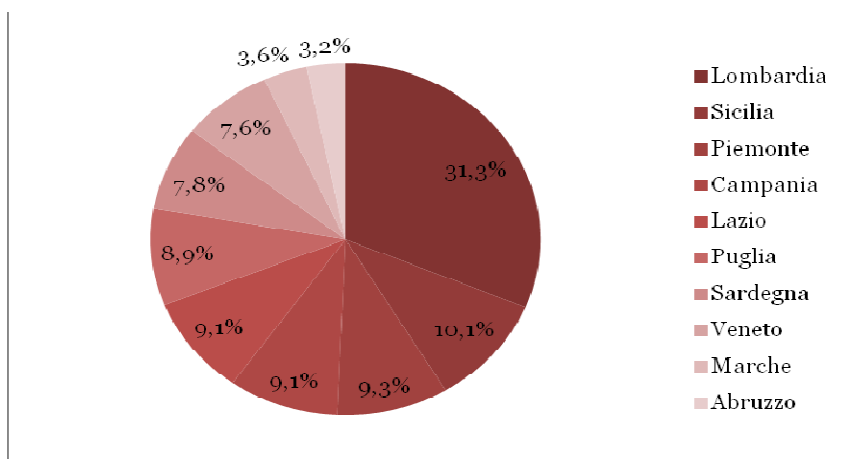
1. DIPENDENTI E LAVORO

Occupazione

Composizione del personale

Ad ottobre 2015 il numero degli addetti era pari a 10.076 unità. In linea con gli anni precedenti, la maggior parte dell'organico è costituito da personale femminile (pari al 61,2% del totale) e la sua distribuzione in ambito regionale vede una presenza significativa nella regione Lombardia (31,3%).

Tab. 1 Suddivisione organico 2015 per regione (%)



La maggior parte della forza lavoro è costituita da Addetti e impiegati (84,6%), mentre Manager e Quadri rappresentano il 14,6% e i Dirigenti lo 0,8%. Nelle posizioni dirigenziali, l'incidenza delle donne si attesta sul 5,9%, mentre tra i Quadri e Manager la presenza femminile è pari al 35,3%.

Tab. 2 Organico per qualifica e per genere (n. e %)

	2013	2014	2015
Dirigenti	92	100	84
Presenza femminile	6,5%	4%	5,9%
Manager e Quadri	1.808	1.767	1.463
Presenza femminile	33,3%	34,3%	35,3%
Addetti e Impiegati	10.493	10.168	8.529
Presenza femminile	65,5%	65,5%	66,1%
Totale Organico	12.393	12.035	10.076

Nel 2015 l'età media dell'organico è pari a 43 anni, con un'anzianità aziendale media pari a 16 anni. Il 99,4% dei lavoratori è assunto con contratto a tempo indeterminato. Nel 2015 ci sono state 262 assunzioni che per il 26,7% hanno interessato personale femminile. Le cessazioni sono state 2.249; il 10,7% delle cessazioni è stato dovuto a dimissioni volontarie, il 14,3% alla scadenza di contratti a tempo determinato, il 73,5% per motivi collegati al pensionamento o motivi economici e il 12,2% per altri motivi.

Il tasso di turnover⁷ è pari al 19,1% nel 2015. Tale valore in netto aumento rispetto agli anni precedenti è legato al piano di ristrutturazione aziendale resosi necessario dal perdurare della situazione economica difficile del paese. Un piano di uscite volontarie è stato proposto ai collaboratori che hanno aderito in maniera sostenuta.

Piano di azionariato

Il Piano di azionariato - riservato ai dipendenti assunti con contratti di lavoro a tempo indeterminato, d'inserimento e di apprendistato - rappresenta un importante strumento di partecipazione per rafforzare il senso di appartenenza e la motivazione dei collaboratori. Attualmente i collaboratori azionisti sono pari al 96% degli aventi diritto. Ogni azionista ha l'opportunità di beneficiare dell'eventuale crescita del valore delle azioni e, nel contempo, elegge i propri rappresentanti, riceve una formazione sull'azionariato, è informato in modo trasparente sulla vita dell'azienda e sul suo andamento economico, sentendosi risorsa attiva all'interno dell'azienda.

Tab. 3 Piano di azionariato

	2013	2014	2015
Capitale detenuto (%)	3,33%	2,17%	0,82%
Sottoscrizioni dell'anno (giugno e ottobre)	1.723	1.536	683
Totale azionisti	12.121	11.627	10.895
% sugli aventi diritto	97%	95,7%	96%

Salute e sicurezza dei lavoratori

Politica sulla sicurezza

Auchan si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e la conoscenza ed il rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione della salute e della sicurezza sul lavoro, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i dipendenti e i collaboratori esterni ed operando per preservare e migliorare, soprattutto con azioni preventive, le condizioni di lavoro, la salute e la sicurezza dei lavoratori.

⁷ Calcolato dividendo il numero di lavoratori usciti (esclusi quelli per scadenza del contratto a termine) per il numero di lavoratori presenti a fine anno.

La tutela della salute dei lavoratori è assicurata mediante un monitoraggio costante degli elementi di rischio individuati nello svolgimento delle attività lavorative. Idonee misure di prevenzione e protezione sono integrate, per i lavoratori esposti a rischi particolari, dallo svolgimento di una regolare sorveglianza sanitaria, effettuata a cura del Medico Competente. Inoltre, i piani di miglioramento e prevenzione volti alla riduzione degli infortuni prevedono costanti attività di formazione, informazione, sensibilizzazione e controllo, al fine di promuovere azioni responsabili e coerenti con la policy aziendale e il rispetto delle procedure operative e di sicurezza.

Inoltre, in applicazione del D. Lgs 626/94 e successive modifiche ed integrazioni, Auchan rispetta l'Accordo Interconfederale del 18 novembre 1996 sulla sicurezza e salute nei luoghi di lavoro, sottoscritto dalle associazioni datoriali e sindacali di Categoria.

Indici infortunistici

Nel 2015 gli infortuni registrati mostrano un ulteriore decremento rispetto all'anno precedente (349 vs 416 del 2014), così come le relative assenze, che si attestano a 8.857 giorni (- 16,2%). Il risultato è stato raggiunto anche per effetto dell'intensa azione formativa sulla sicurezza e dell'addestramento costante sull'utilizzo delle attrezzature di lavoro, che ha coinvolto tutta la forza lavoro. L'attività ha contribuito alla riduzione degli infortuni e al contenimento degli infortuni gravi, come testimoniato dalla riduzione dei giorni di assenza.

Nel 2015 è stato riconosciuto un caso di malattia professionale.

Tab. 4 Indici di infortunio

	2013	2014	2015
Infortuni	423	416	349
Giorni di assenza	10.825	10.570	8.857
Durata media	25,6 gg	25,4 gg.	25,4 gg.
Tasso di infortunio	3,4	3,5	3,4

Formazione

Politica di formazione

L'azienda si adopera per favorire la realizzazione dei suoi collaboratori, lo sviluppo delle competenze professionali e il miglioramento della loro occupabilità, in particolare attraverso la formazione e la promozione interna.

Auchan realizza annualmente una serie di percorsi e strumenti finalizzati alla crescita e allo sviluppo professionale di tutti i collaboratori come moduli di formazione e aggiornamento, sessioni di team coaching, piani di sviluppo individuali e processi di Performance management.

Attività formativa

I percorsi formativi nel 2015 hanno previsto:

- corsi manageriali e tecnici erogati in modalità e-learning (Auto Formazione Accompagnata – AFA) per un totale di 3.513 ore;
- programmi didattici in aula svolti presso l'IFE Istituto di Formazione all'Eccellenza (sito presso la Sede centrale di Milano) per un totale di 17.592 ore;
- corsi di aggiornamento e attività di training on the job svolti in Ipermercato (formazione locale) per un totale di 40.623 ore.

Nel corso del 2015 sono state erogate complessivamente 61.728 ore di formazione, pari a 6,1 ore pro-capite, per un totale di 22.137 presenze.

Tab. 5 Ore di formazione medie per categoria (n.)

	2013	2014	2015
Dirigenti	19,3	21,7	10,8
Manager e Quadri	2,7	5,1	4,8
Addetti e Impiegati	20,3	9,8	6,3
Ore medie pro-capite	19,2	10,4	6,1

In particolare nel corso del 2015 l'attività formativa ha riguardato i seguenti ambiti:

- sicurezza/igiene
- manageriale: allievi Direttori
- Prodotti freschi

Pari opportunità e diritti umani

Promozione delle pari opportunità e della diversity

L'azienda opera rispettando le pari opportunità e il pari trattamento nel lavoro, impegnandosi a non operare nessun tipo di discriminazione in fase di selezione, inserimento occupazionale, gestione e sviluppo del personale.

Auchan favorisce in particolar modo l'inserimento delle persone diversamente abili e valorizza le pari opportunità a tutti i livelli gerarchici dell'azienda. Tutte le decisioni vengono assunte in base alla corrispondenza tra profili attesi e profili dei dipendenti e su considerazioni di merito.

In tutti gli ipermercati l'azienda rispetta gli obblighi derivanti dalla legge 68/1999 la quale prevede l'assunzione obbligatoria di personale appartenente alle categorie protette in misura definita dalla legge stessa. Ad ottobre 2015 sono presenti in azienda 415 dipendenti appartenenti a categorie protette, il cui percorso di sviluppo mira a favorirne l'inserimento e l'integrazione nei processi aziendali.

Tab. 6 Categorie protette

	2013	2014	2015
N. dipendenti appartenenti a categorie protette	481	467	415
% Categorie protette su totale organico	3,9%	3,9%	4,1%

Tutela dei diritti umani

Auchan Spa si impegna a non essere complice nell'abuso dei diritti umani. Tale impegno si estende anche alle aziende con cui l'azienda instaura collaborazioni per prestazioni di lavoro e/o di servizio, in un'ottica di condivisione dei principi e valori enunciati all'interno del Codice Etico.

Nel 2015 non si registrano segnalazioni relative a pratiche discriminatorie e/o mancato rispetto dei diritti umani.

Relativamente alla formazione del personale addetto alla sicurezza in materia di diritti umani, sono state effettuate le ultime attività obbligatorie nell'ambito dell'Accordo Stato Regione. Nel 2015 si è proceduto con l'erogazione di 6.492 ore destinate alle figure professionali in ambito sicurezza (squadre di emergenza ed evacuazione, addetti antincendio, addetti primo soccorso, figure ASPP, RSPP, RLS, etc.).

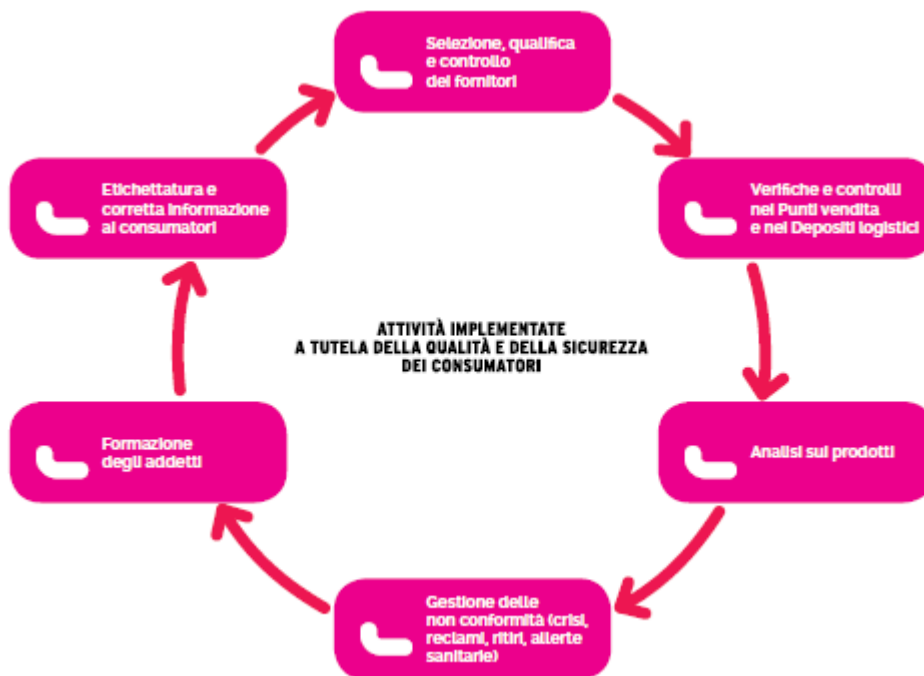
Presso tutte le sedi e i punti vendita non è ammesso lavoro minorile. All'interno dell'azienda non si sono mai verificati casi di lavoro forzato o obbligatorio; ai dipendenti è garantito un orario di lavoro consono previsto da contratto nazionale; il lavoro effettuato in straordinario è regolarmente retribuito e i lavoratori aderiscono su base volontaria a qualsiasi iniziativa di prestazioni di lavoro straordinario.

2. CLIENTI E RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Qualità, sicurezza e sostenibilità dei prodotti

Salute e sicurezza dei consumatori

Auchan Spa, tramite il Servizio Qualità, implementa annualmente una serie di azioni di monitoraggio e controllo volte a garantire la sicurezza dei prodotti e dei servizi offerti e il rispetto delle normative vigenti. L'attività comprende verifiche sui fornitori mediante qualifica documentale e audit, analisi sui prodotti a marchio con piani di controllo mirati, test di tracciabilità sulle filiere, ispezioni nei laboratori di produzione in punto vendita e analisi delle produzioni freschissime.



Inoltre, Auchan ha ottenuto la certificazione ISO 22000 sulla sicurezza alimentare per la sede e per 9 punti vendita. La certificazione ISO 22000 copre tutti i processi della catena alimentare che hanno un impatto sulla sicurezza del prodotto finito. L'iter certificativo è in corso anche per gli altri punti vendita dell'insegna.

Audit e verifiche del sistema qualità

Per quanto riguarda i piani di controllo nei settori food e non food, nel corso del 2015 sono state eseguite 2.823 verifiche analitiche e prestazionali sui prodotti a marchio, sui prodotti di filiera e sui prodotti freschissimi per offrire le massime garanzie a livello igienico, sanitario, di sicurezza e conformità legale.

Un'attività cardine per l'azienda è la formazione del personale addetto alle lavorazioni nei laboratori: i nuovi assunti vengono formati periodicamente sulle procedure aziendali e sul rispetto delle norme igieniche al fine di offrire al cliente prodotti sicuri e di qualità.

In allineamento alle procedure di Gruppo, l'azienda monitora l'I.S.A. (Indice di Sicurezza Alimentare), che integra i risultati ottenuti dalle diverse attività di sorveglianza (Qualità, RAS e Analisi). La percentuale di conformità ISA raggiunto dall'Azienda sul Settore Alimentare per l'anno 2015 è del 77%, 5 punti percentuali in più rispetto al 2014 e 7 punti percentuali sopra l'obiettivo aziendale previsto.

Tab. 7 Attività di sorveglianza dei Punti vendita: Indice di Sicurezza Alimentare

	2013	2014	2015
Valore medio complessivo	74%	72%	77%
Obiettivo soglia di conformità	70%	70%	70%
Numero punti vendita che hanno raggiunto obiettivo	39	33	43

Sul tema della gestione dei reclami, nel complesso l'anno 2015 si è concluso facendo registrare una notevole riduzione rispetto all'anno precedente: 1.807 i reclami ricevuti contro i 18.065 del 2014 (- 31,6% rispetto).

Tab. 8 Reclami (n.)

	2013	2014	2015
Prodotti food	2.595	2.573	1.713
Prodotti non food	142	69	94
Totale	2.737	2.642	1.807

I reclami sono gestiti da Auchan in maniera attenta e scrupolosa, prevedendo approfondimenti e verifiche accurate, con il coinvolgimento dei fornitori e degli enti aziendali, fino a raggiungere una risposta esauriente per la soddisfazione del cliente.

In caso di potenziali o effettivi rischi relativi ai prodotti offerti, Auchan prevede il ritiro degli stessi dagli scaffali: nel 2015 sono stati effettuati 257 ritiri, principalmente a scopo cautelativo. Per garantire la massima sicurezza dei clienti, Auchan ha inserito un'apposita sezione nel sito internet per la segnalazione di prodotti richiamati in seguito ad allerta sanitaria. Nel 2015 sono stati effettuati 20 richiami al consumatore.

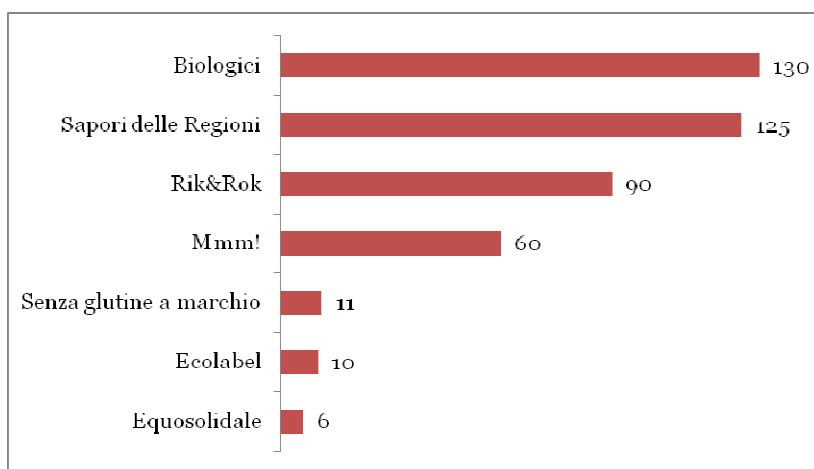
Nel corso del 2015 è proseguita l'attività di monitoraggio nell'ambito del Regolamento Europeo EUTR (EU Timber Regulation) per l'importazione di prodotti in legno all'interno dell'Unione Europea. Tale attività ha previsto la realizzazione di audit sociali sui fornitori di prodotti a marchio del settore Non Food presenti sul territorio nazionale, europeo ed extra UE.

Prodotti a marchio

Negli ipermercati Auchan è presente un'offerta molto articolata, costantemente aggiornata e monitorata, di prodotti a marchio, distribuiti in varie categorie merceologiche. Nel 2015 i prodotti a marchio sono complessivamente pari a 7720 unità.

Tra i prodotti a marchio rientrano le Linee speciali, nate con l'obiettivo di rispondere alle esigenze dei clienti in termini di prezzo, salute, tutela ambientale, eticità dei prodotti e rispetto delle tradizioni locali. Le Referenze delle Linee speciali nel 2015 sono pari a 432, come evidenziato nel grafico sottostante.

Tab. 9 Referenze Linee Speciali (n.)



Risulta fortemente ampliata la linea Qilive, il marchio creato da Auchan per la linea di prodotti tecnologici (es. smartphone, tablet, tv). Nel 2015 sono presenti in assortimento 394 articoli (a fronte dei 202 del 2014) che integrano qualità, design e convenienza.

In linea con le richieste di consumatori sempre più attenti ed esigenti, Auchan propone inoltre un'ampia gamma di prodotti ecosostenibili che spaziano dai detersivi per la pulizia domestica ai prodotti in carta riciclata al 100%, dalle lampade a risparmio energetico alle pile ricaricabili.

Etichettatura

Con riferimento ai prodotti a marchio, il Servizio Qualità presidia il rispetto delle normative relative all'informazione al consumatore, in particolare:

- Reg. UE 1169 /11 che concerne l'etichettatura dei prodotti alimentari, con l'inserimento in etichetta della tabella nutrizionale e l'evidenza degli ingredienti classificati come allergeni;
- Reg. UE 1379/13 in merito all'etichettatura del pesce fresco e congelato, con l'integrazione delle informazioni della zona di pesca e dello strumento utilizzato;

- Reg. UE 1123/09 sui prodotti cosmetici, con l'inserimento in etichetta del responsabile della sicurezza del prodotto e l'evidenziazione degli allergeni;
- Reg. 1262/08, noto come CLP, che riguarda i prodotti contenenti miscele chimiche, con nuove classificazioni di pericolosità e con un aggiornamento della comunicazione e dei simboli di rischio per l'utilizzatore.

Le etichette dei prodotti a marchio sono costantemente controllate e allineate alle prescrizioni delle normative. Inoltre, a tutela della salute e della sicurezza dei consumatori si rileva che nel 2015 sono stati effettuati 74 ritiri e allerte Food e 1 ritiro non food per etichettatura non conforme verso i requisiti di legge.

L'ascolto dei clienti

Le attività di ascolto dei clienti e di analisi della loro soddisfazione sono strumenti importanti di conoscenza per l'azienda, così come modalità per coinvolgere in modo più diretto il cliente nel processo di miglioramento dei prodotti e dei servizi erogati.

Annualmente Auchan realizza un'indagine a livello nazionale per rilevare la soddisfazione dei clienti verso l'insegna. Nel 2015 i questionari sono stati distribuiti alle casse dei punti vendita nel mese di febbraio, per un periodo di raccolta pari a 6 settimane. Complessivamente sono stati compilati 22.381 questionari, con un tasso di risposta pari al 10,1%.

La soddisfazione dei clienti presenta anche nel 2015 risultati positivi, come evidenziato in tabella.

Tab. 10 Indagine Helios: Indici di soddisfazione⁸

	2013	2014	2015
Soddisfazione reparti alimentari	7,6	7,5	7,5
Soddisfazione reparti non alimentari	7	7	7,1
Soddisfazione complessiva	7,7	7,7	7,7

Con riferimento all'attenzione dell'azienda verso l'ambiente, la tabella sottostante evidenzia che la percezione dei clienti si mantiene a livelli molto elevati.

⁸ Indici calcolati su scala 0-10, rappresentano le medie ottenute dopo aver attribuito i seguenti valori: 10 per "Molto soddisfatto"; 7 per "Abbastanza soddisfatto"; 3 per "Piuttosto insoddisfatto"; 0 per "Molto insoddisfatto".

Tab. 11 Indagine Helios: Percezione dei clienti ⁹

	2013	2014	2015
Auchan è un'insegna di cui mi fido	91%	92%	91%
Auchan rispetta i suoi impegni	87%	87%	87%
Auchan fa di tutto per rispondere alle attese dei suoi clienti	79%	80%	81%

⁹ Il valore indica la percentuale di clienti che si dichiarano d'accordo con l'affermazione.

3. FORNITORI E BUSINESS PARTNER

Partnership con fornitori locali e PMI

Sviluppo delle PMI

La collaborazione con le Piccole e Medie Imprese, spesso di dimensioni locali, è un aspetto che Auchan valorizza da sempre: attraverso rapporti di fornitura di lunga durata, le PMI hanno l'opportunità di affacciarsi a grandi mercati e di svilupparsi e crescere sia in termini di dimensione, che in chiave di efficienza organizzativa. Contestualmente Auchan ha la possibilità di ampliare e diversificare il proprio assortimento, soddisfacendo i bisogni dei clienti sempre più attenti ai prodotti del territorio.

Auchan promuove la filiera corta e le PMI anche in un'ottica di sostenibilità ambientale e come veicolo di sviluppo delle relazioni locali.

L'anagrafica dei fornitori di Auchan nel 2015 comprende 3.100 aziende fornitrici di beni e servizi.

Le piccole e medie imprese con cui Auchan collabora sono 1.071, pari al 34,5% dei fornitori totali, per un giro d'affari corrispondente al 16%.

Nel 2015 complessivamente sono 17.630 le referenze di prodotti locali in assortimento, con una leggera prevalenza di prodotti freschi provenienti da aziende agricole e piccoli produttori locali.

Progetto Export

Da oltre 7 anni Auchan sviluppa il Progetto Export, che promuove l'esportazione di prodotti italiani sia a marchio Auchan che prodotti di eccellenza nel food and beverage, valorizzando il Made in Italy. Attraverso il progetto, si rinnova l'impegno di Auchan nel promuovere un numero sempre maggiore di Piccole e Medie Imprese italiane in Paesi quali Francia, Spagna, Portogallo, così come Russia, Romania, Ucraina, Cina e Taiwan.

Nel 2015 il progetto Export ha portato sugli scaffali di 25 Paesi del mondo 1.200 referenze di 145 PMI italiane con un fatturato che nell'ultimo esercizio ha segnato una crescita del 102% rispetto al 2014, passando da poco più di 15 milioni di euro a oltre 30 milioni di euro.

Tra i prodotti più richiesti a livello internazionale risultano il vino, i prodotti freschi, quelli biologici e i prodotti delle PMI. Nell'ultimo anno oltre alla Francia e alla Spagna hanno mostrato un incremento del 20% di fatturato sull'importazione Portogallo, Russia, Romania, Ucraina e Lussemburgo, con incoraggianti risultati anche da parte di Taiwan.

L'obiettivo è di raggiungere sempre nuovi mercati e differenziare l'offerta alimentare, anche attraverso le vendite di prodotti stagionali.

Tab. 12 Programma Export Auchan Italia

	2013	2014	2015
Prodotti locali esportati (n.)	750	1.000	1.200
Aziende coinvolte nel progetto (n.)	120	130	145
Fatturato (euro)	9.500.000	13.000.000	30.920.000

A partire da aprile 2015 è stato realizzato un sito web dedicato all'attività dell'export di Auchan Italia www.export.auchan.it. In collaborazione con Fiera Milano e Food Hospitality world nel 2015 Auchan ha inoltre realizzato uno stand di presentazione dei propri prodotti esportati presso 3 fiere alimentari a San Paolo del Brasile, Città del Capo in Sud Africa e Guanzhou in Cina.

Nell'ambito del programma il servizio che fornisce Auchan alle PMI è completo, dal supporto amministrativo/logistico alla garanzia finanziaria dei pagamenti; dall'etichettatura dei prodotti alla prospezione dei mercati dei paesi di riferimento.

LA APP "AUCHAN: IL FRESCO DI FILIERA": L'IMPATTO AMBIENTALE DEI PRODOTTI DI FILIERA

Nel 2015 è proseguito il progetto relativo alla app "Auchan: il Fresco di Filiera". La app fornisce informazioni relative all'impronta ambientale di una specifica filiera (es. ortaggio, frutto, etc.) oggetto di analisi LCA (Life Cycle Assessment), comunicando dati relativi a consumi idrici, consumo di suolo e produzione di anidride carbonica.

La app al momento fornisce informazioni relative all'impronta ambientale della carota di filiera, in vendita presso l'Ipermercato Auchan di Rescaldina (MI).

Il progetto nasce dall'esigenza di comunicare la trasparenza e l'impegno di Auchan nei confronti di filiere sempre più sostenibili. L'obiettivo è quello di riassumere gli impatti ambientali su tre comparti essenziali per l'ambiente: acqua, suolo ed emissione di gas a effetto serra.

Lo strumento, realizzato in collaborazione con Istituzioni Scientifiche e Accademiche, intende promuovere acquisti consapevoli da parte dei consumatori, offrendo un'informazione ulteriore rispetto a quelle tradizionali e aumentando la consapevolezza di chi acquista e consuma.

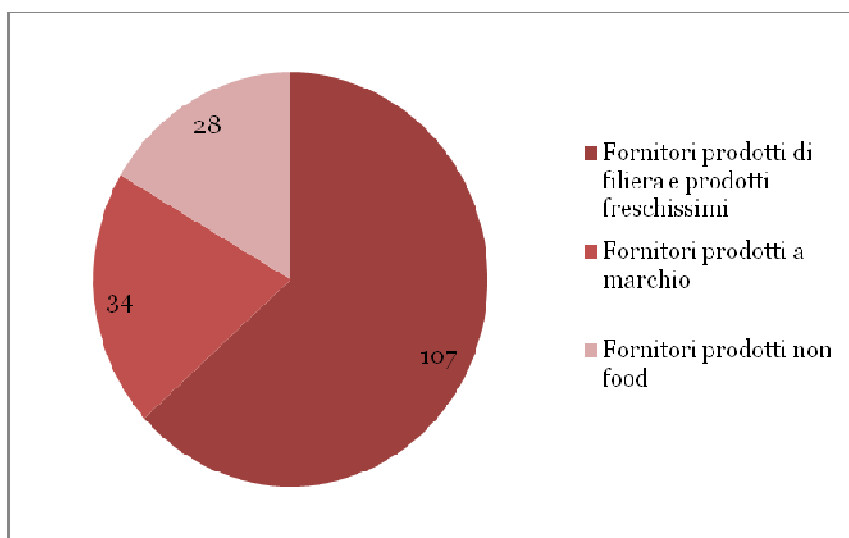
Controllo dei fornitori

La qualificazione e la successiva valutazione dei fornitori è basata sulla verifica dei requisiti di qualità tecnica, economica e organizzativa. Nell'ottica di promuovere lo sviluppo di relazioni trasparenti e durevoli, così come l'attenzione alla qualità, alla sicurezza e al rispetto dell'ambiente, i fornitori e i partner commerciali di Auchan sono chiamati a sottoscrivere il Codice di Etica Commerciale.

Nel corso della collaborazione con Auchan, i fornitori e gli stabilimenti di produzione sono sottoposti ad un processo di monitoraggio e controllo che prevede la verifica documentale, la verifica delle certificazioni possedute (es. IFS ,BRC, etc.) e lo sviluppo di audit.

Con la collaborazione di Enti accreditati¹⁰, nel 2015 sono stati effettuati 169 audit che hanno interessato in particolare fornitori di prodotti a marchio, di filiera e di prodotti freschissimi.

Tab. 13 Audit 2015 effettuati sui fornitori



Sono, inoltre, proseguiti gli audit in tema di Sostenibilità Sociale, in particolare nell'ambito dei fornitori di prodotti a marchio del Settore Non Food, presenti sul territorio nazionale, europeo o extra UE.

¹⁰ Audit eseguiti in base a specifici standard internazionali riconosciuti dal GFSI (Global Food Safety Initiative).

Per garantire il rispetto della normativa, degli accordi commerciali e dei capitolati concordati, annualmente l'azienda realizza un'ulteriore attività di controllo sui prodotti forniti: 2.823 le referenze verificate nel 2015, come evidenziato nella tabella.

Tab. 14 Controlli su prodotto (num.)

	2013	2014	2015
Verifiche su prodotti di Filiera e dei reparti freschissimi	1.085	992	705
Verifiche su prodotti a marchio Auchan	2.494	1.814	2.118
Totale Controlli e verifiche	3.579	2.806	2.823

4. AMBIENTE

Uso sostenibile delle risorse

L'uso responsabile e sostenibile delle risorse naturali, l'attenzione alla ricerca di tecnologie capaci di minimizzare gli impatti sull'ambiente e di migliorare le prestazioni, la tutela e la valorizzazione del territorio costituiscono priorità imprescindibili nella gestione delle attività di Auchan.

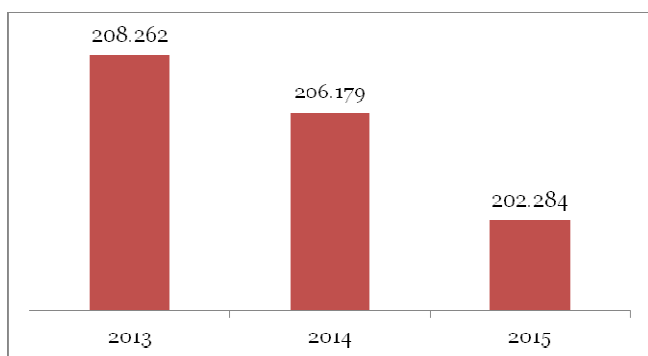
Energia

Auchan persegue un utilizzo sostenibile delle risorse energetiche attraverso le seguenti azioni:

- riduzione dei consumi energetici attraverso processi di ottimizzazione (es. potenziamento ruolo Energy Manager, monitoraggio dei consumi, etc.);
- efficienza energetica e utilizzo delle migliori tecnologie (es. rinnovamento dei sistemi di illuminazione, installazione lampade a risparmio energetico, etc.);
- utilizzo delle fonti rinnovabili;
- attività di formazione e campagne di sensibilizzazione dei lavoratori, in particolare nei Punti Vendita.

Nel 2015 il consumo totale di energia elettrica è stato pari a 202.284 MWh (- 1,9% rispetto al 2014); contestualmente, il consumo specifico - a parità di giorni di apertura - è stato pari a 463 kWh/ mq, in leggero aumento rispetto all'anno precedente (450kWh/ mq).

Tab. 15 Consumi totali di energia elettrica (MWh)



31%¹¹

Quota energia elettrica da fonte rinnovabile sul totale, per una mancata immissione in atmosfera

di **22.098** ton di **CO₂**

¹¹ La percentuale si riferisce al totale di energia acquistata da Auchan e da Gallerie Commerciali; comprende sia l'energia elettrica acquistata da un fornitore e certificata RECS, sia l'energia proveniente da mix nazionale e anch'essa in parte proveniente da fonte rinnovabile.

Gli interventi sull'illuminazione generale e sull'efficientamento degli impianti di refrigerazione alimentare hanno generato nel 2015 una riduzione dei consumi pari a 3.500.000 kWh e un risparmio economico per un ammontare complessivo di euro 603.814.

Con riferimento al gas metano, Auchan sta sviluppando la contabilizzazione dei consumi sulla base dei dati riportati in fattura. Complessivamente nel 2015 nei 32 Ipermercati che utilizzano gas metano - prevalentemente per il riscaldamento e per l'acqua sanitaria - si è registrato un consumo pari a oltre 2,3 milioni di m³ (- 21% rispetto al 2014).

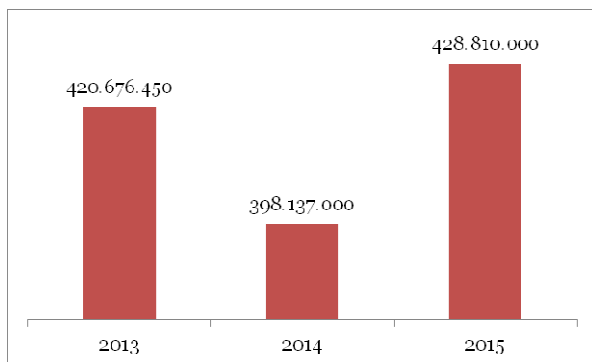
Tab. 16 Consumi di gas metano (m³)

	Unità misura	2013	2014	2015
Consumi totali	m ³	2.856.903	2.949.248	2.323.982
Consumo/ superficie area vendita	m ³ /mq	9,2	9,6	9

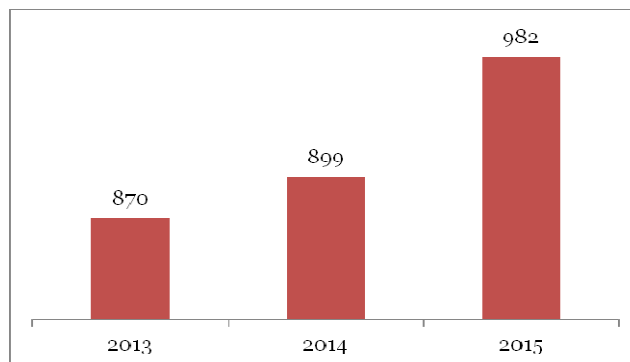
Acqua

Di norma l'acqua utilizzata dagli Ipermercati - per usi igienici, di pulizia e per gli impianti di rinfrescamento - proviene da allacciamenti ad acquedotti per usi civili. Le acque di scarico degli Ipermercati e della sede Centrale di Rozzano sono sostanzialmente assimilabili a quelle che si producono nelle abitazioni.

Tab. 17 Consumi idrici totali¹² (m³/anno)



Tab. 18 Consumi idrici/superficie di vendita (m³/mq)



L'azienda intende proseguire l'impegno nel promuovere un uso più consapevole della risorsa idrica attraverso azioni di sensibilizzazione e responsabilizzazione degli addetti.

¹² Il dato 2015 si riferisce al periodo compreso tra ottobre 2014 e dicembre 2015.

Prevenzione dell'inquinamento e tutela dell'ambiente

Auchan è consapevole degli effetti, diretti ed indiretti, delle proprie attività sul contesto ambientale di riferimento, per questo si impegna affinché i processi e le attività si in un'ottica di rispetto dell'equilibrio territoriale, prevenzione dell'inquinamento e tutela del paesaggio.

Auchan ha adottato un efficace sistema di regole e comportamenti aziendali che, nel rispetto delle normative nazionali e internazionali in materia ambientale, mirano a:

- prevenire e ridurre al minimo ogni forma di inquinamento;
- svolgere tutti i controlli necessari al fine di non danneggiare l'ambiente;
- promuovere tra gli stakeholder l'adozione di comportamenti e buone pratiche rispettosi dell'ambiente.

Gestione dei rifiuti

Tra le azioni volte a tutelare l'ambiente, rientra la riduzione dei rifiuti generati dall'esercizio delle attività aziendali e la loro corretta ed efficiente gestione.

In tutti i punti vendita sono attive procedure di raccolta differenziata dei rifiuti, di verifica e controllo, con l'obiettivo di favorire un recupero ottimale dei rifiuti stessi e un contenimento dei costi di smaltimento.

Nel 2015 sono state prodotte 29.371 tonnellate di rifiuti - di cui 126 di rifiuti pericolosi (neon, batterie, oli esausti, RAEE) - con un riduzione del 21,2% rispetto al 2014. I rifiuti prodotti dagli ipermercati sono rappresentati da cartone, plastica, organico, legno, ferro, vetro, oli vegetali, toner, rifiuti pericolosi.

Tab. 19 Rifiuti prodotti (ton)

	2013	2014	2015
Rifiuti differenziati	24.716	25.797	22.506
Rifiuti non differenziati	9.179	11.480	6.865
Totale	33.895	37.277	29.371

Auchan gestisce direttamente la raccolta dei rifiuti in 27 Ipermercati, mentre negli altri punti vendita la raccolta è effettuata da aziende municipalizzate o prevede una gestione in parte privata in parte pubblica, di conseguenza non si dispongono di dati completi e verificati.

Negli Ipermercati in cui la raccolta è gestita direttamente il tasso di differenziazione nel 2015 è stato pari al 78,2%, registrando un ulteriore miglioramento rispetto all'anno precedente (77,7%).

Il crescente coinvolgimento degli addetti attraverso costanti attività di sensibilizzazione e formazione - a livello centrale e locale - ha consentito negli anni di migliorare le performance in termini di produzione e differenziazione dei rifiuti.

Altrettanto costante è l'attenzione verso una corretta ed efficiente gestione dei rifiuti nei 5 depositi logistici.

Tab. 20 Rifiuti prodotti dai Depositi (ton)

	2013	2014	2015
Calcinante	1.550	1.065	1.250
Melfi	561	500	320
S.Palomba	31	25	12
Uta	2	10	16
Catania	76	50	44
Totale	2.220	1.650	1.642

Tra le iniziative di informazione e sensibilizzazione volte a promuovere la riduzione dei rifiuti, nel 2015 si è rinnovata l'adesione di Auchan alla Settimana Europea per la riduzione dei rifiuti, svoltasi tra il 21 e il 29 Novembre 2015. In tutti gli ipermercati i clienti sono stati sensibilizzati attraverso un'applicazione dedicata all'alimentazione consapevole e una campagna informativa sui led.

Fluidi refrigeranti ed Emissioni

I fluidi refrigeranti vengono utilizzati negli impianti di condizionamento e negli apparecchi di refrigerazione di generi alimentari ed emettono gas che hanno un impatto sul buco dell'ozono e sull'effetto serra. Auchan si avvale dei fluidi HFC, gas che rispettano la normativa attuale e che hanno un basso impatto ambientale. Nel 2015 i fluidi ricaricati sono stati complessivamente kg 13.750 (rispetto ai 12.880 del 2014) i quali hanno generato una produzione di 50.169 tonnellate di CO₂.

Allineandosi alle indicazioni del Gruppo e nel rispetto della normativa europea vigente, l'impegno di Auchan si concentra, da un lato, sulla riduzione delle perdite, e dall'altro sulla riduzione e sul contenimento delle quantità di fluidi frigorigeni utilizzati.

Con riferimento agli impianti di refrigerazione alimentare, nel 2015 è proseguito l'impegno dell'azienda nell'utilizzo di fluidi frigorigeri alternativi con minore impatto ambientale. In particolare sono state realizzate nuove centrali BT - oltre a quelle già attive nei punti vendita di Palermo Fondo Raffo e Mugnano - che impiegano R477 (CO₂). Questo gas ha un GWP (Global Warming Potential) pari ad 1 rispetto ai normali fluidi frigorigeri che hanno valori molto più elevati (da centinaia a migliaia di unità).

Logistica sostenibile

Promuovere una logistica efficiente e sostenibile è un impegno centrale per Auchan. Tale obiettivo viene perseguito attraverso una serie di interventi - che prevedono un importante coinvolgimento dei fornitori di trasporto - volti a minimizzare l'impatto ambientale del flusso distributivo attraverso:

- l'impiego di mezzi più moderni, meno inquinanti e conformi alle Direttive Euro 4 e Euro 5 (100% dei mezzi);
- la formazione di tutti gli autisti rivolta all'applicazione delle norme per una guida eco-sostenibile;
- l'aumento dei colli trasportati su ciascun mezzo, anche attraverso l'abbinamento di merceologie differenti che spesso richiedono l'utilizzo di mezzi multi-temperatura;
- l'impiego di mezzi più capienti, in particolare viene fissato un numero minimo di bighe (38 posti pallet) al posto dei bilici (33 posti pallet) da utilizzare quotidianamente, che nel corso del 2015 hanno consentito la riduzione dei km percorsi (- 9.225 km) e di emissioni prodotte (- 988 ton di CO₂);
- l'adozione, in collaborazione con Simply, di un sistema di logistica territoriale che consente di ridurre i km necessari per distribuire la merce, implementato nelle aree del Lazio e delle Marche;
- l'utilizzo di pallet CHEP riutilizzabili, che ha evitato l'emissione in atmosfera di 304 tonnellate di CO₂, l'utilizzo di 311 m³ di legno e la produzione di 29 tonnellate di rifiuti¹³.

Tab. 21 Impatto ambientale dei flussi logistici

	2013	2014¹⁴	2015
Numero viaggi effettuati	58.569	56.054	46.829
Media dei colli trasportati	1.432	1.492	1.507
Km percorsi	10.709.927	9.794.109	8.750.097
Consumi di carburante (litri)	3.824.974	3.497.896	3.125.035
Emissioni di CO ₂ (ton)	10.136	9.269	8.281

¹³ Fonte dati: Calcolo effettuato tramite modello LCA sul pallet pooling di CHEP in conformità con le norme ISO 14044.

¹⁴ I dati precedentemente pubblicati sono stati ricalcolati con una differente metodologia.

5. COMUNITÀ

La Fondazione Auchan per la gioventù

Operativa in Italia dal 2012, la Fondazione Auchan per la Gioventù sostiene progetti di solidarietà e di inclusione sociale rivolti ai giovani nei diversi territori in cui l'azienda è presente, valorizzando il ruolo di organizzazioni non profit locali. La Fondazione stimola la partecipazione dei diversi Ipermercati, chiamati a individuare i progetti e le iniziative locali da sviluppare, e sostiene il coinvolgimento dei collaboratori nei progetti finanziati, per creare una collaborazione duratura tra l'associazione partner e il punto vendita.

Nel 2015 sono stati implementati due nuovi progetti, promossi rispettivamente dai punti vendita di Vimodrone (MI) e Monza.

L'ipermercato di Vimodrone e l'Associazione "La Goccia", che ha l'obiettivo di assistere i giovani disabili con particolare attenzione al tempo libero, hanno attivato due laboratori teatrali, uno composto da 22 partecipanti e l'altro da 12, entrambi integrati (normo-dotati e disabili).

Il punto vendita di Monza, grazie al supporto della Fondazione, ha contribuito al finanziamento di un percorso di formazione per operatore in ambito gastronomico e della ristorazione per ragazzi in dispersione scolastica. Il corso, che è una delle attività formative realizzate dalla Cooperativa Sociale IN-PRESA, ha come obiettivo finale quello di rendere assumibili i ragazzi che lo frequentano, fornendo loro le competenze trasversali e professionali richieste oggi dal mondo del lavoro.

Tra il 2013 il 2015 la Fondazione Auchan per la gioventù ha finanziato complessivamente 15 progetti italiani, di cui 10 nel 2013, 3 nel 2014 e 2 nel 2015, per un ammontare complessivo pari a oltre 185.000 euro.

Dal 2012 è attiva anche una partnership con SOS Villaggi dei Bambini a livello locale, nazionale e internazionale, con il coinvolgimento del Gruppo Auchan Retail. Tramite il contributo offerto dalla Fondazione Auchan, i giovani accolti nei Villaggi SOS di Roma e Vicenza hanno avuto l'occasione di iscriversi al programma d'inserimento lavorativo "SOS Lavoro", che prevede la partecipazione a corsi professionali, borse lavoro, tirocini e stage.

La partnership con SOS Villaggi dei Bambini si sviluppa a livello locale tramite diverse forme di collaborazione, che variano a seconda delle specifiche esigenze del Villaggio presente sul territorio. Sono in fase di sviluppo nuovi progetti che amplieranno il supporto della Fondazione Auchan ed apriranno pertanto nuove possibilità ai giovani ospitati nel Villaggi.

Partnership sociali e iniziative di sensibilizzazione

Nelle relazioni con le Comunità, Auchan si impegna quotidianamente a contribuire al benessere e allo sviluppo dei territori in cui opera, ponendosi come un interlocutore attento e responsabile, integrandosi nel tessuto sociale ed economico e sviluppando partnership virtuose e durature.

La partnership con la Fondazione Telethon

La collaborazione con la Fondazione Telethon ha prodotto anche nel 2015 importanti risultati: grazie al coinvolgimento e all'attiva partecipazione dei clienti e dei collaboratori dei punti vendita Auchan, è stata raggiunta una raccolta pari a euro 1.050.000, confermando quanto perseguito nel 2014.

L'attività di raccolta fondi alle casse degli Ipermercati ha previsto come ogni anno diverse modalità, quali l'aggiunta di un contributo alla spesa o l'acquisto di un prodotto solidale come le shopper riutilizzabili "Milano City Bag" firmate da Cruciani.

Inoltre, nel 2015 l'azienda ha rinnovato l'adesione all'iniziativa nazionale di solidarietà "Walk of life" promossa dalla Fondazione Telethon in collaborazione con Enti e organizzazioni presenti sui vari territori. Auchan ha partecipato all'iniziativa con la raccolta alle casse nel periodo tra aprile e giugno e tramite la sponsorizzazione di numerose tappe della maratona podistica, che si sono svolte in diverse città italiane.

Nell'arco dei 14 anni di collaborazione, sono stati raccolti oltre 12 milioni di euro in favore di Telethon, destinati all'adozione e al finanziamento di 3 progetti di ricerca.

La collaborazione con Humana People to People Italia

Nel corso del 2015 si è consolidata la collaborazione con Humana People to People Italia Onlus che finanzia e realizza progetti nel Sud del mondo e contribuisce alla tutela dell'ambiente anche attraverso la raccolta, la vendita e la donazione di abiti usati.

Nel 2015 i punti vendita Auchan che hanno aderito all'iniziativa sono divenuti 16 e sono stati 109.885 (+ 9,7% rispetto al 2014) i chili di vestiti donati dai clienti dell'azienda negli appositi contenitori posizionati presso gli ipermercati. Attualmente circa il 30% dei progetti implementati dalla Federazione HUMANA People to People ottiene fondi dalla raccolta di abiti, che garantisce quindi continuità al lavoro di cooperazione.

Oltre a questo aspetto, la raccolta di abiti usati genera importanti benefici in termini ambientali ed economici, poiché si riducono i rifiuti prodotti e i relativi impatti (risparmio di emissioni di CO₂ e di consumi idrici) e si riducono i costi di smaltimento degli abiti a carico delle Pubbliche Amministrazioni.

Tab. 22 Raccolta abiti per Humana People to People Italia

	2013	2014	2015
Ipermercati aderenti all'iniziativa di raccolta abiti (n.)	5	15	16
Abiti raccolti (kg)	73.054	100.192	109.885

Educazione alimentare e lotta allo spreco

Con riferimento al tema della lotta allo spreco alimentare, diverse sono le azioni attraverso le quali Auchan esprime il proprio impegno: progetti educativi e attività di sensibilizzazione nei punti vendita e nelle scuole, donazione del cibo ad associazioni no profit, sconti fino al 50% su alcune categorie di prodotti prossimi alla scadenza.

Il progetto Scuola Channel

E' proseguito il progetto Scuola Channel, una piattaforma on line che propone progetti e contenuti educativi digitali su temi di rilevanza didattica, sociale e culturale, rivolti al mondo della scuola primaria e secondaria di primo e secondo grado. Il progetto, lanciato nel 2014 e rivolto alle scuole primarie e secondarie di primo grado nella sua prima edizione, nel 2015 è stato aperto anche alle scuole dell'infanzia e alle secondarie di secondo grado.

Con un nuovo focus dal titolo "Quant'è buono ciò che vale", l'edizione 2015 del progetto ha promosso il concetto di buono come pista per alimentare abitudini corrette per il benessere dell'organismo e del Pianeta. Nell'ambito del progetto sono stati realizzati format digitali coinvolgenti e materiali guida per gli insegnanti e le famiglie, favorendo esperienze ludiche e cognitive multidisciplinari: indovinelli e filastrocche per i più piccoli, un gioco di ruolo per i bambini, un'avventura a fumetti per i preadolescenti e una sfida per i ragazzi più grandi.

I progetti con le Scuole

Per coinvolgere il mondo scolastico e parlare direttamente alle nuove generazioni e alle loro famiglie, sono proseguite nel 2015 le collaborazioni tra i punti vendita di Auchan e le scuole del territorio.

Oltre al già citato progetto "Quant'è buono ciò che vale" implementato sul sito www-scuolachannel.it, nel corso dell'ultimo esercizio sono stati promossi i seguenti progetti educativi:

- "I segreti del mangiar sano" progetto di educazione alimentare realizzato in collaborazione con Città della Scienza di Napoli, che ha coinvolto 1.400 studenti della regione Campania;
- "Kids against waste" mostra-gioco che si è svolta nel mese di settembre al Museo dei Bambini di Milano, all'interno del programma Childrenshare di Expo Milano 2015.

La collaborazione con il WWF

La collaborazione con il WWF, attiva dal 2009, è proseguita nel 2015 nel comune obiettivo di sensibilizzare il grande pubblico e promuovere l'adozione di stili di consumo sostenibili, con particolare attenzione al tema dei rifiuti e del riciclo e riuso dei materiali.

Tra le attività realizzate nel 2015 si evidenziano:

- **Borse Special Edition 2015**

A partire da giugno 2015, negli ipermercati Auchan sono state messe in vendita le nuove shopper "Special Edition" con le simpatiche vignette dei "Viveri e Vegeti", i cibi che ogni giorno più facilmente vengono sprecati anche se ancora buoni. Il ricavato delle borse in vendita in tutti gli Ipermercati di Auchan è stato destinato alle 13 Oasi WWF adottate da Auchan e al sostegno dei progetti del WWF nell'ambito del programma One Planet Food, dedicato ai temi dell'alimentazione sostenibile.

38.547 Le borse Special Edition WWF vendute nel 2015	€ 39.317 Il valore delle borse destinato nel 2015 al WWF
---	--

- **Earth Hour 2015 "Change Climate Change"**

Anche nel 2015 Auchan ha aderito all'appuntamento Earth Hour, l'Ora della Terra, promuovendo il messaggio WWF a favore del clima e della sostenibilità. Earth Hour 2015 è stata celebrata il 28 marzo 2015 ed ha previsto azioni concrete per il clima in materia di energia rinnovabile, agricoltura sostenibile, legislazione del clima e pratiche commerciali, progetti di conservazione e educazione sul clima nelle scuole. Come ogni anno all'iniziativa hanno aderito tutti gli ipermercati Auchan, i quali hanno spento una delle insegne esterne per tutta la giornata e abbassato le luci del punto vendita ogni ora.

- **Sito www.insiemecontrogli sprechi.it**

In occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente, nel giugno 2015 è stato lanciato il nuovo sito www.insiemecontrogli sprechi.it creato da Simply e Auchan e dedicato al tema dello spreco alimentare, con consigli, approfondimenti e ricette anti-spreco. Il sito si accompagna alla diffusione dell'omonima campagna "Insieme per non alimentare gli sprechi" lanciata nel 2014 e proseguita anche nel corso dell'ultimo esercizio con l'obiettivo di sensibilizzare sempre più consumatori sulla tematica.

Le donazioni alimentari

Da alcuni anni Auchan effettua la donazione di alimenti non commercializzabili e/o prossimi alla data di scadenza ad organizzazioni non profit che si occupano di assistenza e di aiuto alle persone in difficoltà.

Le donazioni di beni alimentari rappresentano un efficace modo per ridurre lo spreco di cibo ancora buono, ridurre l'impatto ambientale della merce invenduta e promuovere il legame con il territorio. Negli ultimi anni l'impegno dell'azienda su tale fronte è cresciuto costantemente: nel 2015 il numero di Ipermercati che hanno aderito all'iniziativa è pari a 26 (54,2% del totale) e ed è stata donata merce per un valore pari a € 968.229 (+28,4% rispetto al 2014).

Come ogni anno, nel mese di novembre, tutti gli ipermercati Auchan hanno aderito alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare organizzata dalla Fondazione Banco Alimentare: i clienti che hanno fatto la spesa nei punti vendita Auchan hanno donato beni alimentari pari a 118.252 kg.

Anche nel 2015 20 punti vendita Auchan hanno aderito alla Giornata nazionale della Raccolta Alimentare organizzata dalla Fondazione Banco delle Opere di Carità. Con l'aiuto dei numerosi volontari, durante l'evento i clienti hanno donato parte della propria spesa – nel 2015 circa 80.000 kg di generi alimentari - in favore degli indigenti assistiti dalla Fondazione.

INDICATORI RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2015 AUCHAN

INDICATORE	RIF. GRI4	PAGINA
INTRODUZIONE		
Premessa		
Dichiarazione del vertice aziendale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	G4-1	3
Nota metodologica		
Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	G4-28	5
Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	G4-29	4
Periodicità di rendicontazione	G4-30	4
Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	G4-31	5
Perimetro del report	G4-17	4
Profilo		
Nome dell'organizzazione	G4-3	6
Principali marchi, prodotti e/o servizi	G4-4	7
Luogo della principale sede dell'organizzazione	G4-5	7
Paesi nei quali opera l'organizzazione	G4-6	7-8
Assetto proprietario e forma legale	G4-7	8
Mercati serviti	G4-8	7-8
Dimensione dell'organizzazione	G4-9	7
Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario	G4-13	6-8
Struttura di governo inclusi comitati	G4-34	6-8
1. DIPENDENTI E LAVORO		
Occupazione e valorizzazione		
Numero di lavoratori per contratto e genere.	G4-10	10-11

INDICATORE	RIF. GRI4	PAGINA
Ripartizione del personale per tipo, contratto e regione	G4-LA1	10-11
Benefit	G4-LA2	11
Salute e sicurezza		
Infortunati sul lavoro	G4-LA6	12
Formazione		
Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori	G4-LA9	13
Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere formazione continua	G4-LA10	12-13
Pari opportunità e diritti umani		
Composizione degli organi di governo e dell'organico per genere e altri indicatori di diversità	G4-LA12	13-14
Violazioni legate a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	G4-HR3	14
Operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua effettiva abolizione	G4-HR5	14
Attività e principali fornitori con alto rischio di ricorso al lavoro forzato e misure intraprese per abolirlo	G4-HR6	14
Personale addetto alla sicurezza che ha ricevuto una formazione sulle procedure e sulle politiche riguardanti i diritti umani	G4-HR7	14
2. CLIENTI E RESPONSABILITA' DI PRODOTTO		
Qualità, sicurezza e sostenibilità dei prodotti		
Fasi del ciclo di vita del prodotto/servizio per i quali sono valutati gli impatti sulla salute e sicurezza	G4-PR1	15-16
Casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi	G4-PR2	16
Informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e prodotti/servizi significativamente soggetti a tali requisiti	G4-PR3	17-18
Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e l'etichettatura di prodotti/servizi	G4-PR4	18
L'ascolto dei clienti		
Pratiche relative alla customer satisfaction	G4-PR5	18-19
3. FORNITORI E BUSINESS PARTNER		

INDICATORE	RIF. GRI4	PAGINA
Partnership con fornitori locali e PMI		
Descrizione della supply chain dell'organizzazione	G4-12	22
Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	G4-EC9	20-21
Catena di fornitura sostenibile		
Fasi del ciclo di vita del prodotto/servizio per i quali sono valutati gli impatti sulla salute e sicurezza	G4-PR1	22-23
4. AMBIENTE		
Uso sostenibile delle risorse		
Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	G4-EN3	24
Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	G4-EN4	24
Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	G4-EN6	25
Prelievo totale di acqua per fonte	G4-EN8	25
Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua	G4-EN9	25
Emissioni indirette di GHG (scope 2)	G4-EN16	26
Emissioni di sostanze nocive per l'ozono, per peso	G4-EN20	27
Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata o riutilizzata	G4-EN10	25
Prevenzione dell'inquinamento e tutela dell'ambiente		
Peso totale dei rifiuti per tipo e per metodi di smaltimento	G4-EN23	26-27
Peso dei rifiuti classificati come pericolosi	G4-EN25	26
Impatti ambientali significativi dei trasporti	G4-EN30	28
5. COMUNITA'		
La Fondazione Auchan per la gioventù		
Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi	G4-EC7	29
Impatti economici indiretti	G4-EC8	29

INDICATORE	RIF. GRI4	PAGINA
Partnership sociali e iniziative di sensibilizzazione		
Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi	G4-EC7	30-31
Impatti economici indiretti	G4-EC8	30-31
Educazione alimentare e lotta allo spreco		
Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi	G4-EC7	31-33
Impatti economici indiretti	G4-EC8	31-33