

Rapport annuel et de développement durable

GPA 2019





Table des matières

① Objet du rapport annuel et développement durable

② Message du Conseil d'Administration

③ Message du Comité exécutif

④ Le groupe GPA

- À propos de l'entreprise
- Notre modèle d'affaire
- Notre stratégie de développement durable
- Notre gouvernance

⑤ Temps forts

- Gestion stratégique du portefeuille d'activités
- Le chef de file de la transformation numérique du commerce de détail
- Structure en Amérique du Sud
- Développement durable

⑥ Qualité et responsabilité dans la chaîne de valeur

⑦ La valorisation des personnes

⑧ Gestion et changement climatique

⑨ Notre relation avec la société

⑩ Annexes

- Engagements volontaires
- Notre participation dans des associations
- Prix et distinctions
- Les indicateurs de performance de 2019
- Indicateur GRI (Global Reporting Initiative, initiative mondiale sur les rapports de performance)
- Lettre d'Assurance

⑪ Remerciements

Objectif du rapport annuel et de développement durable

Le rapport annuel et de développement durable de 2019 est l'occasion de partager, dans un souci de transparence, les principaux résultats des initiatives que nous avons menées au cours de l'année.

Le groupe GPA intègre la développement durable dans un modèle d'affaire fondé sur **six axes prioritaires**:



**LA VALORISATION
DES PERSONNES**



**NOTRE ENGAGEMENT
ENVERS LA SOCIÉTÉ**



**CONSOMMATION ET
OFFRE RESPONSABLE**



**GESTION DE L'IMPACT
SUR L'ENVIRONNEMENT**



**GESTION INTÉGRÉE
ET TRANSPARENCE**



**TRANSFORMATION
DE LA CHAÎNE DE VALEUR**

*Collaboratrice au service
d'une cliente d'un magasin
Pão de Açúcar*



Nos valeurs et nos engagements en matière de développement durable sont communs et transversaux au Groupe, mais avec des priorités et des stratégies spécifiques en accord avec le modèle économique et alignées sur une vision à moyen et long terme en vue de couvrir l'ensemble de la chaîne de valeur.

Les résultats de 2019 sont le fruit d'initiatives conçues au cours des dernières années et mises en œuvre dans une recherche d'innovation continue tout en s'engageant sur des voies de transformation en vue de trouver de nouvelles façons de faire affaire. Nos acquis nous ont permis d'évoluer et de renforcer notre engagement à construire un avenir plus durable et à renforcer les réseaux, générateurs d'une valeur partagée auprès de toutes nos audiences.

Nous vous souhaitons à tous une bonne lecture !



Contactez-nous

Pour toute **clarification, question, envoi de suggestions** et de **commentaires** sur le **Rapport annuel et de développement durable de 2019** envoyer un e-mail à comunicacao.corporativa@gpabr.com **102-53**

Accéder ici au Rapport annuel et de développement durable des années précédentes. **102-51 102-52**

Message du Conseil d'Administration

2019 a été une période de **réalisations importantes** pour GPA, marquée par **une cohérence et une assurance** dans l'exécution de la planification stratégique de la Société, favorisant la livraison de produits et de services de plus en plus qualifiés aux clients.

Nous avons fait un pas important vers **la simplification de la structure organisationnelle** du Groupe Casino, avec l'acquisition, en Novembre 2019, de 96,57% du capital de Groupe Éxito par GPA. L'opération, menée suivant les codes de gouvernance d'entreprise les plus strictes, offre plusieurs avantages aux activités concernées, parmi lesquelles je souligne la **création de valeur** pour les actionnaires, le **renforcement des processus de gouvernance** des entreprises et la possibilité de **consolider les synergies** entre les activités du Groupe dans la région. Ce processus a abouti à la migration de GPA vers **Novo Mercado** [Nouveau marché],

un segment qui rassemble les entreprises ayant le plus haut niveau de gouvernement d'entreprise de la bourse brésilienne.

La conclusion de l'acquisition d'Éxito fait du groupe GPA le **plus grand distributeur alimentaire en Amérique du Sud**, avec une position de leadership et de protagonisme dans tous les pays où il est implanté.

Mettant à profit son habileté à s'adapter au contexte macroéconomique complexe du Brésil, le groupe GPA a déployé ses efforts dans les **axes prioritaires** de cette année : **expansion des activités les plus rentables** et révision, optimisation et adaptation permanente du **portefeuille de magasins, sans compter** les investissements dans les **initiatives de transformation numérique**. Protagoniste de la distribution alimentaire, son ranking se consolide grâce, notamment, à

l'expansion du segment libre-service de gros (cash & carry), représentée au Brésil par l'enseigne Assaí.

L'optimisation de portefeuille a permis de repositionner l'enseigne Pão de Açúcar, avec un format de magasin « Génération 7 » qui récolte déjà les fruits du succès de l'initiative, outre la conversion des Supermarchés Extra sous deux nouvelles enseignes : Mercado Extra et Compre Bem. Les activités de Proximité et la stratégie de renouvellement des **Marques Exclusives** du Groupe sont également un point culminant de la période.

GPA a également continué d'évoluer sur le front de **la transformation numérique** et a réaffirmé, une fois de plus, être à l'avant-garde du e-commerce au Brésil en encourageant son rôle, à maintenir, de chef de file dans des initiatives importantes telles que l'acquisition et l'expansion des startups **James et Cheftime** et

le lancement de **Stix Fidelidade**, le plus grand programme de coalition nationale pour le commerce de détail, en partenariat avec Raia Drogasil, ce qui lui permet de renforcer et d'élargir encore plus le pouvoir de choix de ses clients.

Le **développement durable** demeure un pilier stratégique pour le Groupe et s'inscrit de plus en plus dans nos modèles d'affaires pour apporter des transformations dans la traçabilité de la chaîne de valeur, dans la stratégie de portefeuille proposée à nos clients, dans la transparence avec nos parties prenantes et dans les initiatives d'inclusion et de promotion de la diversité.

L'année 2020 verra **l'exécution continue** de la planification stratégique du Groupe, ce qui nous permettra de rester au coeur du processus de transformation du commerce de détail en Amérique latine.

La **confiance** en la gestion actuelle suscite notre optimisme et une forte conviction que ce sera une année de progrès encore plus significatifs, pour nos activités et le travail mené avec la société, et qui nous mènera à des gains et d'excellentes opportunités.

Il s'agit maintenant de continuer et de rester confiants dans notre capacité à relever les défis à venir. Soutenus par le Conseil d'Administration, le Comité exécutif et toute l'équipe GPA s'engagent à multiplier les aubaines pour tous les clients, en s'alignant sur la ligne directrice de la responsabilité sociale et environnementale qui a toujours guidé le travail de tout le Groupe Casino.

Jean-Charles Naouri

Président du Conseil d'Administration



Message du Comité exécutif

En 2019 **nous renforçons notre présence** sur le marché brésilien en tant qu'entreprise **à activités multiples, sous plusieurs formats, dans diverses régions**, du fait de la **gestion stratégique de portefeuille**, du positionnement et de l'adaptation de la valeur proposée pour les enseignes et de l'offre de produits et de services adaptés aux besoins de nos clients.

Avec la conclusion, en juin, du processus de cession de la totalité de la participation au capital de Via Varejo, nous avons concentré 100% de notre activité sur le commerce de détail de produits alimentaires et franchi une étape importante dans le processus de **simplification de la structure** du Groupe Casino, notre société mère de contrôle ultime **en Amérique latine**. L'acquisition de 96,57% du capital de Grupo Éxito, qui rejoint désormais le portefeuille de GPA, a étendu nos opérations à d'autres pays et s'est faite dans un haut niveau de transparence ce qui nous a permis de générer plus de valeur pour nos parties prenantes. GPA s'impose

comme le **plus grande entreprise de vente au détail d'aliments** en Amérique du Sud, en intégrant le **Groupe Éxito**, leader du commerce de détail en Colombie et est également présent en Uruguay et en Argentine. Dans ce contexte, nous nous félicitons de l'accord du Conseil d'Administration et de nos actionnaires pour le processus de migration de GPA comme société cotée **Novo Mercado**, segment spécial d'inscription de la bourse B3, achevé en mars 2020.

Nous enregistrons **des avancées importantes** malgré un **scénario économique difficile** et une consommation fortement affectée par des taux de chômage élevés : les ventes brutes au Brésil ont augmenté de 10,2% par rapport à l'année précédente, clôturant 2019 à R\$ 59,1 milliards. Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe, compte tenu des résultats d'Éxito au mois de Décembre, a atteint R\$ 61,5 milliards sur l'année. Nous avons également enregistré une croissance de 7,9% de l'EBITDA, totalisant R\$ 4,0 milliards et R\$ 790 millions de bénéfice net.

Nous avons maintenu le rythme accéléré de **l'enseigne Assaí**, avec une augmentation des ventes de plus de 5 milliards de réaux, une progression continue du flux de clients, des gains de part de marché, même avec une base de comparaison élevée et une évolution de la rentabilité. Notre record d'ouvertures, en une seule année, avec l'inauguration de 22 nouveaux magasins, confirme l'efficacité de la stratégie d'expansion du modèle, désormais pleinement inséré dans la routine du consommateur brésilien.

Quant au marché **Multivarejo** (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité), nous avons franchi une étape importante dans la construction d'un portefeuille plus réactif aux besoins des clients et avons consolidé le pouvoir de choix des consommateurs en assurant une meilleure offre de produits et services. Au total, 122 magasins ont été rénovés, convertis ou inaugurés au cours de l'année, ce qui nous rend encore plus confiants pour 2020.

Notre souci d'améliorer l'expérience d'achat des clients s'est concrétisé par la **renovation de Pão de Açúcar** suivant le concept de dernière génération des magasins, avec un espace multicanal, multisensoriel et multisolutions. Fin 2019, les 46 unités revitalisées représentaient déjà 40% du chiffre d'affaires de l'enseigne, avec une performance très différenciée au sein de la Business Unit en termes de chiffre d'affaires et de rentabilité.

Le processus de conversion des magasins de supermarchés Extra sous les enseignes **Compre Bem** et **Mercado Extra** est également à souligner, puisqu'elles atteignent désormais 70% du portefeuille d'activités du fait de l'évolution significative des ventes, du volume et de la clientèle. Les enseignes de **Proximité** ont toujours le vent en poupe, avec une proposition de valeur très affirmée, comme en témoigne l'augmentation continue des ventes, après sept trimestres consécutifs de croissance, et des gains de rentabilité tout au long de l'année.

Le portefeuille de nos **Marques Exclusives**, pilier important de la fidélisation et de la rentabilité de notre entreprise, a été entièrement reformulé, avec plus de 1 500 produits disponibles pour les client(e)s et l'entrée dans de nouvelles catégories, avec une part accrue des ventes et une stratégie plus intégrée aux différentes activités du Groupe.

Nous continuons de renforcer l'écosystème GPA et de faire progresser notre stratégie de **transformation numérique**, dans un processus continu d'évolution intégrée de solutions en ligne et hors ligne, ce qui nous permet de réaffirmer notre leadership dans le e-commerce alimentaire avec une croissance de plus de 40% sur l'année.

L'innovation étant une marque de notre ADN, après un an de partenariat commercial avec la startup **Cheftime**, nous avons acquis **Foodtech** en novembre 2019 et accéléré son développement ; nous avons également élargi les activités de **James** désormais présent dans 19 villes ; et nous avons créé le premier programme de coalition du commerce de détail au Brésil, **Stix Fidelity**, en partenariat avec Raia Drogasil, leader sur le marché brésilien des pharmacies.

En tant qu' **agent de transformation de la société**, nous suivons les lignes directrices de développement durable de l'entreprise pour : promouvoir une consommation et l'approvisionnement responsable ; réduire notre impact sur l'environnement au minimum ; contribuer aux changements au niveau de toute notre chaîne de valeur ; valoriser notre personnel, promouvoir l'inclusion et la diversité ; et renforcer nos relations et notre engagement envers la société dont nous faisons partie. Ces fronts de

performance sont menés grâce à une gestion transparente, fondée sur **l'intégration de la développement durable dans la stratégie et le modèle économique** du Groupe, en vue de résultats économiques, sociaux et environnementaux durables.

Convaincus non seulement de pouvoir mais de devoir générer des impacts positifs afin de contribuer, entre autre, à **l'avènement d'une société plus inclusive et représentative**, nous poursuivons notre engagement à augmenter le nombre de collaborateur(trice)s en situation de handicap, de personnes de plus de 60 ans, de jeunes, de femmes et de noir(e)s aux postes de direction. Dans le cadre de l'évolution de notre **programme pour la diversité**, nous avons également renforcé les lignes tracées pour faire face et lutter contre la discrimination raciale et pour promouvoir les droits LGBTQIA+. Le but étant de faire progresser l'égalité des genres, nous avons mis en place notre Programme pour le développement du leadership féminin, touchant plus de 200 femmes managers, ce qui nous a valu de remporter en 2019 le Women in Leadership Award – *Valor Econômico* dans la catégorie Commerce de détail, mais aussi le prix WEP (Women Empowerment Principles) – ONU Femmes, dans la catégorie bronze.

Pour l'année 2020, nous poursuivrons les nombreux fronts de travail et de mise en œuvre de la planification stratégique des activités. Pour ce faire, nous mettrons l'accent sur **le format hypermarché**, avec le projet de réajustement du portefeuille de magasins. Nous maintiendrons le **plan d'expansion d'Assaí**, avec de nouveaux magasins et les conversions d'hypermarchés;

et nous investirons à nouveau dans une **croissance organique de : Pão de Açúcar**, qui viendra s'ajouter aux rénovations de nouveaux magasins selon le dernier concept ; et de **Minuto Pão de Açúcar**.

Tous les fronts de **transformation numérique** se poursuivront dans un processus d'intégration accentuée des activités, en s'alignant sur nos quatre **pilliers fondamentaux** : rentabilité, évolutivité, réduction des coûts et amélioration de l'expérience client(e).

La réalisation de ce plan impliquera une **équipe toujours plus engagée**, plus de 110 000 collaborateurs, le soutien de nos actionnaires, le partenariat avec nos fournisseurs et la confiance de nos clients(e)s. Les relations que nous établissons se consolident dans notre **engagement à servir nos clients(e)s et à apporter notre contribution à la société**, en favorisant les initiatives génératrices d'impacts toujours plus importants et en nous développant de manière durable pour la prospérité de tous et de toutes.

Bonne lecture !

Peter Estermann
PDG





Le groupe GPA

ODD LES AXES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

12 17



Collaboratrice au service d'une cliente à la ligne de caisses d'un magasin Mercado Extra



À propos de l'Entreprise

Depuis 1948, nous nous consacrons quotidiennement au respect du pouvoir de choix de nos client(e)s afin de leur assurer la meilleure expérience d'achat. Nous sommes le plus grand groupe de distribution alimentaire en Amérique du Sud et faisons partie du Groupe Casino. Basés à São Paulo, nous sommes présents dans toutes les régions du Brésil avec plus d'un millier de magasins, sans compter les activités du groupe Éxito, depuis novembre 2019, à travers les enseignes Éxito en Colombie, Disco et Devoto en Uruguay et Libertad en Argentine. Nous sommes également le plus grand employeur du commerce de détail au Brésil, avec 110 834 collaborateur(trice)s*. Notre structure se divise en quatre Business Units, opérant sous de multiformats et multicanaux

102-1 102-2 102-3 102-4 102-6 102-7

** Ce chiffre inclut les personnes actives, les personnes en arrêt et les suspensions de contrats en décembre 2019.*

*Logo GPA à l'entrée du
siège, à São Paulo*



Nous faisons partie de la vie des Brésiliens depuis plus de 70 ans

102-7



Présence dans toutes les
régions du Brésil, dans

20 états et le
District Fédéral (DF)



1 076 magasins



Plus de

49,5 millions
de clients par mois



110 834
collaborateurs(trice)s

102-8

* Ce chiffre inclut les personnes actives, les personnes en
arrêt et les suspensions de contrats en décembre 2019.



Plus gros
employeurs

du secteur privé au
Brésil dans sa branche
d'activité



24 centres de
distribution

et entrepôts situés
dans toutes les régions du Brésil

Notre histoire

1948

GPA est créé avec l'ouverture de la Pâtisserie Pão de Açúcar.

1959

Pão de Açúcar ouvre son premier supermarché.

1971

GPA inaugure son premier hypermarché, Supermercado Jumbo, à São Paulo ABC.

1976

Création du segment électroménager, à l'achat d'Eletrobraz et de Rede Bartira.

1980

Acquisition des chaînes Superbom, Peg-Pag, Mercantil, des magasins Bazar 13 et de la chaîne Morita.

1989

L'enseigne Extra démarre ses opérations.

2001

Les premiers Points de collecte Pão de Açúcar Unilever sont disponibles en magasin.

2000

Lancement de Pão de Açúcar Mais, le premier programme de fidélisation du secteur du commerce de détail au Brésil.

1999

Le Groupe Casino acquiert 25% des parts du capital social de GPA.

1998

L'Institut GPA est créé pour susciter des changements dans la société et renforcer la vocation sociale des marques GPA.

1995

GPA entre sur le marché des capitaux avec l'introduction de la société en bourse par l'ouverture de son capital sous forme d'actions (IPO).

1993

Le premier service (ombudsman) brésilien de médiation pour les consommateurs du commerce de détail est créé par GPA.

2002

Drogaria Extra ouvre ses premiers magasins.

2004

Les stations services Posto Extra sont lancés.

2007

Le grossiste Assaí Atacadista intègre l'opération de GPA

2011

Mini Extra est inauguré et élargit le portefeuille GPA au format de Proximité.

2014

Création de Minuto Pão de Açúcar et du programme de fidélité Clube Extra.

2017

My Discount est lancé dans les applications de fidélité Pão de Açúcar Mais et Clube Extra.

2018

GPA lance les marques Compre Bem, Mercado Extra et Pão de Açúcar Adegas. Dans le E-commerce, acquisition de James et création de la fonction Meus Prêmios [Mes récompenses] dans les applications de fidélité.

Notre objectif

Pour GPA, le meilleur choix c'est de pouvoir toujours choisir. De l'alimentation à la technologie, du commerce de détail au commerce de gros, du mini à l'hypermarché, du E-commerce au magasin physique.

Nos client(e)s ont la possibilité d'acheter ce qu'ils(elles) veulent, où et quand ils(elles) le veulent.

Nos fournisseurs peuvent compter sur des négociations et des pratiques équitables et transparentes.

Nos investisseurs ont l'opportunité de diversifier leurs investissements.

Et nos collaborateur(trice)s ne comptent plus les opportunités qu'ils ont d'exercer leur talent.

Conscients de notre rôle d'agent transformateur, nous cherchons à contribuer à la construction d'une société responsable et inclusive. Nous avons choisi d'évoluer et d'innover en créant des tendances, en améliorant les formats d'affaires et en créant des opportunités et une expérience en fonction des besoins et du profil du (de la) consommateur(trice).



Service client

Le travail de Maison du Client contribue à l'amélioration de l'expérience d'achat des consommateur(trice)s.

74 841

interactions par
Fale Conosco
[Contactez-nous]

11 134

Retours vers les
réseaux sociaux

688 182

Contacts
téléphoniques

Nos enseignes et nos marques



Colombie

Argentine

Uruguay

MARQUES EXCLUSIVES



Notre affaire
et nos marques



J'aime beaucoup le magasin, la chaîne propose plusieurs moyens d'économiser mon argent. J'utilise toujours l'application pour activer les remises et les rabais ; et puis, le rapport qualité-prix en vaut la peine. Cette rénovation a vraiment optimisé le magasin : il est super moderne, surtout au niveau des solutions de paiement telles que le self-checkout et le pré-scanning ; cela accélère nos courses. J'en profite également pour acheter les produits des campagnes grâce aux bons de rabais Selinhos et aux récompenses Meus Prêmios que j'obtiens depuis l'application. Une autre belle initiative, c'est la course des enfants "Pão de Açúcar Kids Race". Mes filles y ont participé et ont adoré !



Carla Luzzati, cliente de Pão de Açúcar.



J'habite le quartier depuis plus de 40 ans et je suis une assidue du magasin depuis longtemps. J'y vais deux ou trois fois par semaine, selon les offres annoncées à la télévision, et le mercredi, je profite également des prix Quarta Extra pour acheter de l'ail, des oignons et des pommes de terre. Je consomme les produits Qualidade et Taeq : ce sont de bonnes marques ; je teste surtout les produits en promotion. Je suis bien accueillie et bien servie dans le magasin.



Dayse Martins, cliente Extra.



Le magasin s'est beaucoup amélioré après les travaux ; j'aime l'agencement des produits, c'est un espace de circulation facile ; le personnel est très attentionné et j'utilise tous les services, comme la découpe des produits de charcuterie et la boucherie aussi. Je vais au magasin en moyenne quatre fois par mois et j'active les offres Clube Extra en chemin. J'utilise beaucoup les produits Qualidade, de la nourriture aux articles d'hygiène, j'achète toujours. J'aime les produits à base de céréales et la qualité des produits hygiéniques et du filtre à café de la marque.



Joyce Silva Carvalho, cliente de Mercado Extra et consommatrice des Marques Exclusives.



Notre affaire
et nos marques

minuto
Pão de Açúcar



Le magasin est à deux rues de chez moi et j'y vais presque tous les jours. Je m'arrête toujours pour prendre quelque chose de frais pour le déjeuner ou le dîner. L'employée Rose m'a présenté l'application Pão de Açúcar Mais, m'a expliqué comment l'utiliser; elle m'a montré Meus Prêmios : c'est un avantage que j'utilise fréquemment.



Renata Perosa,
cliente de Minuto Pão de Açúcar.



Je fréquente le magasin depuis environ deux ans et c'est une expérience très agréable. Il est près du lotissement où j'habite et j'y vais souvent, deux à trois fois par semaine. Il est très pratique et a tout ce dont j'ai besoin pour maintenir mon stock à la maison. Le service client est super, depuis celui de l'agent de sécurité aux caissier(ère)s. Et j'utilise l'application Clube Extra pour m'assurer d'avoir les promotions de produits.



Luiz Dalton Gomes Junior, client Mini Extra.



mini
extra

COMPRE
BEM
SUPERMERCADOS



Cela fait des années que nous allons au magasin et depuis qu'il est devenu Compre Bem, il est propre, organisé et a tout ce dont vous avez besoin. La boulangerie et la boucherie sont excellentes, et le rayon fruits et légumes offre des produits de qualité. Les hôte(sse)s de caisse sont sympathiques et poli(e)s et le manager, très serviable. Les prix sont très bons, du coup on ne perd pas une journée de promotions, car elles sont excellentes.



Les sœurs Vânia et Valéria Alves,
clientes de Compre Bem.



Notre affaire
et nos marques

James



Je commande habituellement mes achats pour mon lieu de travail et c'est plus facile d'acheter chez James. C'est rapide, la commande arrive sans erreur et cela fait gagner du temps. Les promotions sont également un facteur important, je profite généralement des coupons et ça finit par compenser.



Flávio Tanaka, client James.



Notre affaire
et nos marques



C'est pour nous une grande joie et c'était un espoir pour la région ici. Je travaille avec un petit détaillant et, pour nous aussi, c'est une opportunité d'achat. Sachant que pour avoir des produits différenciés, il nous fallait aller les acheter ailleurs, dans les états de São Paulo, Minas Gerais. Mais aujourd'hui, le produit est à notre porte. Cela fait plaisir de voir cela, vraiment ! Les prix sont satisfaisants, c'est sûr. On a la possibilité d'avoir plus de variétés et à un bon prix.



Laercio Caldeira client d'Assaí Atacadista (Santarém - PA).



Je suis très contente d'avoir Assaí dans ma ville ! C'est un privilège pour nous ici, car cela va beaucoup aider à améliorer ce que les gens mettent dans leur assiette à Serrinha. Les promotions sont merveilleuses et adaptées à notre porte-monnaie ! Je connaissais déjà Assaí, dans d'autres États et d'autres villes, mais je n'imaginais pas qu'Assaí viendrait à Serrinha pour nous aider.



Gilnar da Silva, client d'Assaí Atacadista (Serrinha - BA).

Magasin de dernière génération
de Pão de Açúcar



Priorités stratégiques

Nos axes prioritaires pour les années à venir reposent sur quatre piliers fondamentaux :

Optimisation du portefeuille

Investissements dans la revitalisation, l'expansion organique et la conversion de magasins, en mettant l'accent sur une plus grande adhésion aux besoins de nos client(e)s et sur l'augmentation de notre présence au Brésil, mais aussi élargissement de notre gamme de produits et services financiers.

Marques Exclusives

Participation accrue aux ventes de produits alimentaires Multivarejo (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité) avec un gain de part de marché - l'objectif d'ici la fin de 2021 étant de 20% ; entrée dans de nouvelles catégories ; et une plus grande intégration avec les fournisseurs pour renforcer ce qui les différencie.

La transformation numérique

Promouvoir la croissance de notre clientèle fidélisée et le nombre de *téléchargements* actifs ; poursuivre la croissance du *e-commerce* alimentaire et maintenir notre leadership dans le secteur ; renforcer les modèles de livraison *Express* et *Clique et Retirez* [Cliquez et Retirez] ; procéder à l'expansion de James ; consolider Stix Fidelidade et Cheftime sur le marché ; et poursuivre nos partenariats avec les *startups*.

Opérations et efficacité

Optimiser le modèle logistique et augmenter l'efficacité opérationnelle ; réduire le niveau de dégradation des produits ; accroître l'utilisation des médias numériques pour le marketing ; avoir des produits périssables comme facteur différentiel ; et maintenir un calendrier actif de la dynamique commerciale.

Investissements (apports de capitaux/capital inputs)

Capital social et de relations (habitus mondain)

- L'Institut GPA
- Partenariats avec les ONG /Startups
- Canaux de communication et de relations
- Relations avec les petits, moyens et grands fournisseurs

Capital financier

- + 2,5 milliards de R\$ d'investissement brut (CAPEX)
- R\$ 61,5 milliards de revenus bruts
- 267 997 en milliers d'actions privilégiées et ordinaires

Capital humain

- +110 milliers de collaborateur(trice)s*
- Encouragement à la diversité et à l'inclusion

Capital intellectuel

- Développement et exploitation de la plateforme multiservices
- Connaissances et expérience des collaborateur(trice)s

Capital naturel (ressources naturelles)

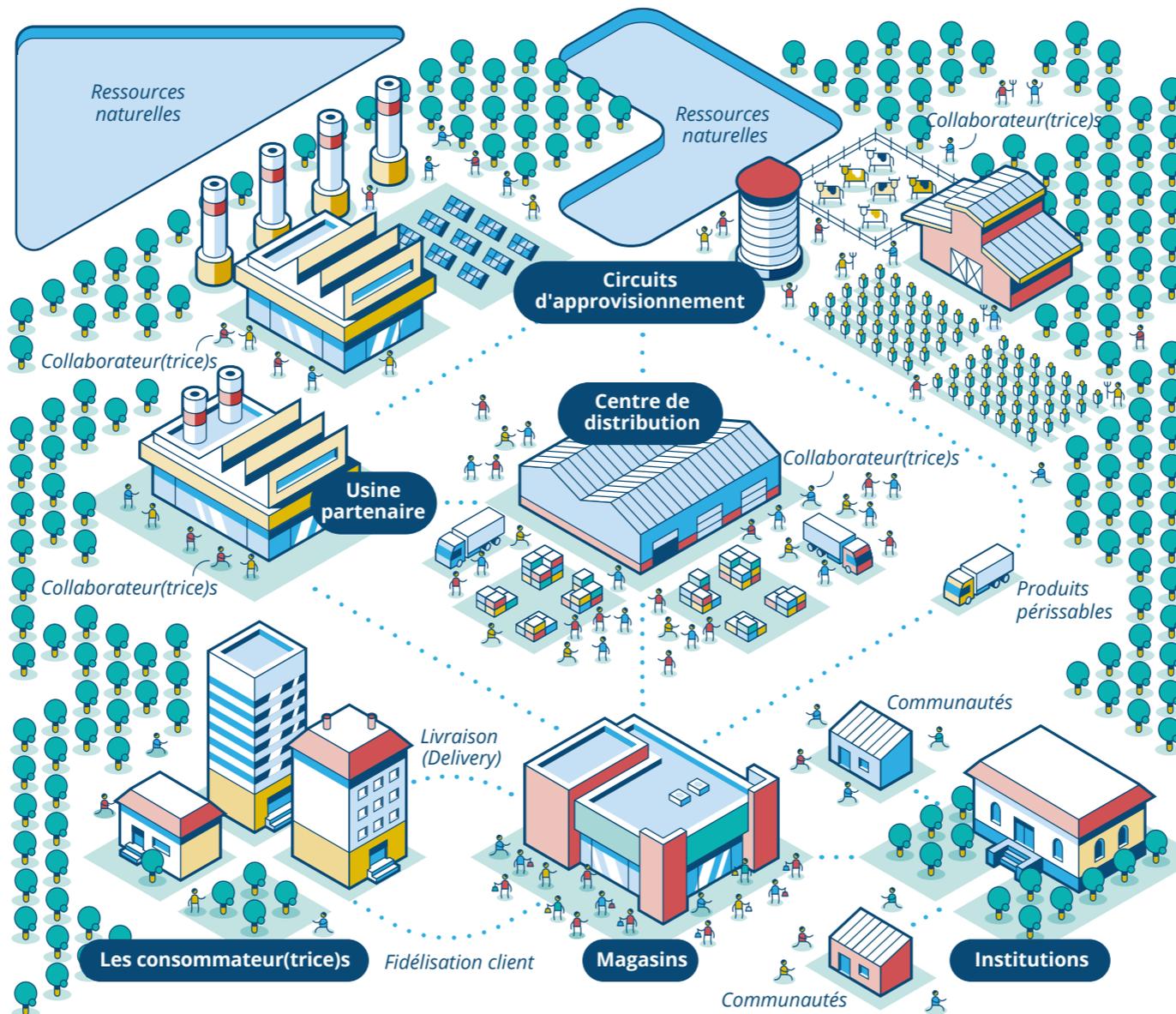
- 2,2 millions de m³ d'eau
- 1,1 million Mwh d'électricité

Capital manufacturier

- 1 076 points de vente (toutes régions comprises au BR)
- 24 centres de distribution et entrepôts
- GPA Lab et espace au Cubo
- Flotte, propre et externe

* Ce chiffre inclut les personnes actives, les personnes en arrêt et les suspensions de contrats en décembre 2019.

MODÈLE D'AFFAIRE



Valeurs générées

Capital social et de relations (habitus mondain)

- Meilleures pratiques avec les fournisseurs
- Offre et consommation responsable
- Relation et fidélisation client (+20 millions de client(e)s fidélisé(e)s)
- Pouvoir de choix : diversification du portefeuille d'activités
- Praticité, exclusivité et expérience d'achat
- Culture, éducation, travail et autres partenariats (Institut GPA)

Capital financier

- Retour aux actionnaires / performance des actions
- Économie de ressources
- Résultat net positif de R\$ 790 millions
- Gain part de marché

Capital humain

- + 3 millions d'heures de formation et de développement des compétences
- Diversité et inclusion :
 - 33,1 % de femmes à des postes de direction (contrôle de gestion et postes supérieurs hiérarchiques)
 - 41,7 % de noir(e)s
 - 4,1 % de personnes en situation de handicap incluses sur le marché du travail
- Santé, sécurité et qualité de vie
- Développement de carrière

Capital intellectuel

- Diversification stratégique et innovation (nouvelles activités, produits, marques et partenariats)
- Partage des pratiques responsables avec les fournisseurs
- Connaissance des consommateur(trice)s et du marché
- Technologie, applications et plateformes de vente en ligne

Capital naturel (ressources naturelles)

- Utilisation réduite des ressources naturelles (agencement et aménagement des magasins)
- Engagement en faveur des meilleures pratiques de production (environnement, personnes et bien-être animal)
- Recyclabilité accrue des déchets produits

Capital manufacturier

- Expansion commerciale : nouveaux magasins, 1 500 produits de Marques Exclusives disponibles, canaux de service client, CD efficaces et interconnectés
- Efficacité de la flotte

Notre stratégie Développement Durable

La stratégie de développement durable se rapporte à six lignes d'action dont l'objectif principal est de créer une valeur positive pour toutes nos parties prenantes. Celles-ci visent à intégrer les thèmes prioritaires de développement durable dans la planification des activités et présentent les objectifs pour la période de 2018-2020.

Nos lignes d'action se rapportent également au programme RSE, programme de responsabilité sociale du Groupe Casino.

Elles considèrent les dix thèmes jugés les plus pertinents par nos principales audiences, consultées lors de l'analyse de matérialité menée en 2017 : client(e)s, fournisseurs, actionnaires, société, collaborateur(trice)s et dirigeants de GPA, les principales parties prenantes pour lesquels nos activités et opérations ont un impact. Nous avons également mené des études de benchmarking sectoriels et analysé notre documentation interne.

102-40 102-42 102-43 102-44

Les données qualitatives et quantitatives (non financières) suivent les recommandations pour la communication des données sur le profil organisationnel, la stratégie, l'éthique et l'intégrité, la gouvernance, l'engagement des parties prenantes et les pratiques de reporting de la Méthodologie Casino, conformément aux exigences légales et réglementaires françaises, définies par l'Arrêté n° 2017-1180 du 19 juillet 2017 et par le Décret n° 2017-1265 du 9 août 2017. **102-54**

Les résultats publiés dans le présent rapport se réfèrent à des opérations réalisées au cours de la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2019 (avec des données sur les indicateurs environnementaux d'octobre 2018 à septembre 2019) et font partie des objectifs du plan triennal de 2018-2020 de GPA. Une partie des données a été auditée par EY, comme indiqué aux pages 103 à 106. **102-50 102-56**

Toutes nos unités d'affaires sont incluses dans nos indicateurs de performance, à l'exception des activités du groupe Éxito, acquises fin 2019. **102-45**

Nos thèmes matériels

102-47

- Valorisation de l'expérience client
- Gestion de la chaîne d'approvisionnement et transparence
- Sensibilisation du (de la) consommateur(trice)
- Gestion des déchets et logistique inverse/retour
- Changement climatique et émissions
- Création, développement et maintien des emplois des collaborateur(trice)s
- Qualité, sécurité et traçabilité des produits
- Gestion de l'électricité
- Gestion des ressources en eau
- Relations avec les collectivités locales

Quant à notre gouvernance sur ce sujet, nous soulignons que, depuis 2016, nous avons, dans le cadre de la rémunération variable de tous les postes éligibles (coordinateur(trice)s et postes supérieurs) un indice de développement durable et de diversité (IDD), avec des objectifs annuels, composé de trois indicateurs :

- **Nombre de femmes occupant des postes de direction (gérance et postes de haute hiérarchie) ;**
- **Nombre de personnes en situation de handicap au niveau du cadre du personnel ;**
- **Consommation d'électricité au mètre carré de surface de vente.**

Nos axes d'action

La valorisation des personnes

Être une entreprise de référence qui promeut la diversité, l'inclusion et le développement durable auprès des collaborateurs.

Consommation et Offre Responsable

Élargir l'offre de produits sains et durables en tant que valeur stratégique dans nos marques et nos activités ; influencer notre chaîne et sensibiliser les consommateurs au choix de ces produits.

Transformation de la Chaîne de valeur

Impliquer les acteurs de nos chaînes de valeur pour les rendre plus responsables vis-à-vis de l'environnement, des personnes et du bien-être animal.



Gestion de l'Impact sur l'environnement

Réduire au minimum et anticiper les impacts des activités de GPA sur l'environnement.

Notre engagement envers la société

Renforcer la relation entre les client(e)s, les fournisseurs, les collaborateurs et les organisations sociales autour de nos magasins pour travailler ensemble comme agents de transformation de la société.

Gestion intégrée et transparence

Intégrer le développement durable dans notre modèle commercial et renforcer la transparence avec nos parties prenantes.



Notre gouvernance



Transparence et éthique

Les politiques, les directives et les organes de décision de notre modèle de gouvernance structurent nos activités tout en visant une croissance transparente, alignée sur une culture de la conformité dans toutes ses opérations et en lien avec la gestion de la développement durable.

Nous divulguons des informations aux actionnaires, investisseurs et autres audiences stratégiques rapidement et régulièrement, par respect pour nos parties prenantes, avec qui nous entretenons des relations transparentes, une conduite éthique imprégnée dans toutes nos activités.

Notre modèle de gouvernance établit des rôles et des responsabilités spécifiques pour le Conseil d'Administration et le Comité Exécutif, lesquels sont fondamentaux pour la bonne conduite des affaires. En 2019, nous avons continué d'adopter des pratiques et des directives de niveau 1 et de niveau 2 de gouvernance d'entreprise de la Bourse de São Paulo (B3), parmi lesquelles : la composition du Conseil d'Administration formé de

trois membres indépendants ; quatre comités consultatifs au Conseil d'Administration ; une politique de dividendes ; auto-évaluation annuelle des membres du Conseil d'Administration ; et un manuel de participation des actionnaires aux Assemblées Générales. Et nous adhérons au plus haut niveau de gouvernance en suivant les directives de Novo Mercado de la bourse B3 dont nous faisons partie.

Nous suivons les bonnes pratiques du marché de capitaux nord américain

Aux États-Unis, nous intégrons le Niveau III des *American Depositary Receipts* (ADR) de la Bourse de New York, *New York Stock Exchange* (NYSE) et nous suivons les déterminations de *Securities and Exchange Commission* (SEC) et de la NYSE pour les entreprises étrangères cotées aux USA.



Acquisition d'Éxito

En 2019, GPA devient la société holding d'Éxito en acquérant 96,57 % des actions du Groupe. Le processus d'achat s'est déroulé dans la transparence pour le marché et pour les actionnaires des deux organisations, la transaction s'étant déroulée au plus haut niveau de gouvernement d'entreprise.

Conseil d'Administration

L'organe de gouvernance guide la stratégie d'affaire et en contrôle son exécution par le biais du Comité Exécutif. Le Conseil d'Administration est composé de neuf membres (dont trois indépendants) se réunissant au moins six fois par an. Ces derniers sont élus lors de l'Assemblée Générale des Actionnaires pour un mandat de deux ans, leur réélection étant autorisée.

Membres du Conseil d'Administration 102-22

	Fonction	Date d'élection	Terme du mandat
Jean-Charles Henri Naouri 102-23	Président	30.12.2019	Avr 2022
Arnaud Daniel Charles Walter Joachim Strasser	Co-Président Adjoint	30.12.2019	Avr 2022
Ronaldo Iabrudi dos Santos Pereira	Co-Président Adjoint	30.12.2019	Avr 2022
Franck-Philippe GeorGIN	Membre	30.12.2019	Avr 2022
Eleazar de Carvalho Filho	Membre indépendant	30.12.2019	Avr 2022
Hervé Daudin	Membre	30.12.2019	Avr 2022
Luiz Augusto de Castro Neves	Membre indépendant	30.12.2019	Avr 2022
Luiz Nelson Guedes de Carvalho	Membre indépendant	30.12.2019	Avr 2022
Philippe Alarcon	Membre	30.12.2019	Avr 2022

Comités consultatifs au Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est assisté de cinq Comités, composés de conseiller(ère)s chargé(e)s de mener les discussions sur les sujets liés à leur domaine d'activité et de délibérer en vue de la prise de décisions.

L'équipe d'audit

- analyse et contrôle la qualité et l'intégrité des informations trimestrielles, des états financiers et du rapport de gestion de la société ;
- évalue l'efficacité et la suffisance de la structure de contrôle interne et des processus d'audit interne et d'audit indépendant ;
- surveille les expositions aux risques.

MEMBRES

- **Luiz Nelson Guedes de Carvalho**
(Coordinateur)
- Eleazar de Carvalho Filho
- Gisélia da Silva
- Renan Bergmann

Ressources humaines et rémunération

- Le comité de RH et rémunération examine les candidat(e)s à la fonction de membres du Conseil d'Administration et du Comité Exécutif ;
- propose les critères d'évaluation de la performance des managers ;
- définit les politiques de rémunération et d'incitation ;
- examine les méthodes de recrutement et de sélection adoptées par la Compagnie.

MEMBRES

- **Arnaud Strasser** (coordinateur)
- **Luiz Augusto de Castro Neves**
- **Ronaldo labrudi**

Finances

- Le comité chargé des Finances examine la viabilité financière et économique des plans et programmes d'investissement ;
- recommande les mesures à prendre pour négocier toute fusion, acquisition ou transaction ;
- examine les flux de trésorerie, la politique d'endettement et la structure du capital ;
- recommande les opportunités liées aux transactions de financement susceptibles d'améliorer la structure du capital.

MEMBRES

- **Eleazar de Carvalho Filho**
(coordinateur)
- **Arnaud Strasser**
- **Luiz Nelson Guedes de Carvalho**

Gouvernance d'entreprise et développement durable

- Ce comité est chargé de guider l'entreprise et de s'assurer qu'elle adopte les meilleures pratiques de gouvernance d'entreprise ;
- Il contrôle le respect des exigences de la législation brésilienne et des autres organes de surveillance du marché ;
- Il guide la stratégie de GPA et de ses activités en matière de développement durable ;
- Enfin, il surveille les macro-indicateurs, évalue les politiques cruciales et à fort impact ainsi que les pratiques durables, sur la base des dimensions économiques, environnementales et sociales.

MEMBRES

- **Luiz Augusto de Castro Neves**
(Coordinateur)
- **Arnaud Strasser**
- **Hélio Mattar**
- **Ronaldo labrudi**

Innovation et transformation numérique

- Ce comité guide la stratégie de GPA et de ses activités en matière d'innovation ;
- suit les tendances technologiques et les innovations.

Comme il a été créé en novembre 2019 et ratifié le 31 décembre, la composition des membres de ce comité n'a pas encore été définie.

Comité Exécutif

Le Comité exécutif mène la gestion des affaires conformément à la planification stratégique à long terme, approuvée par le Conseil d'Administration.

Le Conseil élit les membres du Comité Exécutif, lesquels préparent les plans à moyen et court terme pour les actions et les programmes réalisés au cours de l'année. Il fait également le suivi hebdomadaire des indicateurs de performance du Comité Exécutif, une communication trimestrielle des résultats étant faite aux actionnaires, lors de l'Assemblée Générale. Les membres ont un mandat de deux ans.

Gestion des Risques 102-11

Le processus de gestion des risques est conforme aux protocoles du Groupe Casino et intégré aux pratiques

adoptées selon les normes internationales ; ces dernières se doivent d'améliorer régulièrement les mécanismes de contrôle interne, ainsi que les actions de prévention et d'atténuation des impacts.

Durant chacun des cycles, des entretiens annuels sont menés avec tous les principaux cadres exécutifs, ainsi que d'autres initiatives, afin d'obtenir une vision des objectifs généraux et des objectifs cibles et d'identifier les risques et expositions pouvant avoir un impact négatif sur la stratégie de l'entreprise.

Durant le dernier cycle, nous avons ajouté un Programme de gestion des risques en vue d'agir de manière plus approfondie et intégrée ; celui-ci a permis de mettre en place plusieurs ateliers de risques liés à l'exploitation et à la technologie. Ce travail a suscité un engagement accru, le respect de la méthodologie et **une culture de gestion des risques** au sein de la Compagnie.

Le processus mis en place garantit que tous les risques ont des cadres ayant le rôle de propriétaires et de responsables de leur gestion, assurant le suivi de l'évolution des indicateurs d'exposition et de leurs plans d'action respectifs. Le département de Gestion des risques suit périodiquement les procédures de gestion avec tous les départements concernés dans ce contexte et envoie un rapport au Conseil d'Administration par le biais du Comité d'Audit.

Notre matrice des risques décline le niveau de criticité (pertinence et gravité) des risques comme étant élevé, moyen et faible. Dix risques de criticité élevée ont été choisis pour la matrice de Solution des risques de Casino ou *Casino Risk Solution* (CRS), et ont servi de référence pour la construction du Programme de risques.

Conformément à la méthodologie du Groupe pour l'année 2019, nous avons intégré une matrice de risques spécifique aux thèmes en matière de Développement Durable et composée de six risques prioritaires. Nous avons identifié les principaux aspects associés à chacun d'entre eux, la stratégie d'atténuation à adopter en fonction du risque



Pour en savoir plus sur la Gouvernance de GPA, les procès-verbaux des réunions du Conseil d'Administration, les statuts, les politiques d'entreprise et autres informations, veuillez consulter le lien Internet de : [Relations avec les investisseurs](#)

Membres de la Direction

	Fonction
Peter Paul Lorenço Estermann	Président -Directeur Général
Christophe José Hidalgo	Directeur et Vice-Président à l'Administration et aux Finances
Belmiro de Figueiredo Gomes	Directeur Commercial responsable du Cash & Carry
Isabela Cadenassi	Directrice chargée des relations avec les investisseurs

Risques socio-environnementaux prioritaires

- Sécurité alimentaire
- Santé et nutrition
- Lutte contre la discrimination / la diversité / l'égalité des genres
- Bien-être animal
- Changement climatique / Impacts sur l'environnement dans la chaîne d'approvisionnement
- Gaspillage alimentaire

Code de conduite et d'éthique

Notre organisation s'engage à une conduite éthique faisant preuve d'honnêteté, d'intégrité. Notre code d'éthique, officialisé dans notre Programme de *Compliance* repose sur trois fronts : prévenir, détecter et réagir.

Ce programme présente les lignes directrices en matière de formations, de campagnes de sensibilisation des employé(e)s et de mécanismes d'identification, d'enquête et de traitement des écarts, outre la supervision par la haute direction.

Les actions du Programme de *Compliance* sont menées dans le respect du Code d'éthique et de la Politique anticorruption, conformément à la loi anticorruption brésilienne (loi n° 12.846 / 2013), à la loi anticorruption nord-américaine (*United States Foreign Corrupt Practices Act - FCPA*) et à la loi anticorruption française (Loi Sapin II).

Le Groupe GPA dispose également de politiques en matière de conflits d'intérêts, d'analyse des risques par des tiers et de processus de contrôle interne afin de renforcer les obstacles au contrôle des risques liés à la corruption pour éviter et/ou en atténuer les impacts.

Notre canal de médiation (Ombudsman) est à la disposition de toutes nos audiences pour enregistrer tout cas de non-respect ou de non-conformité à la législation en vigueur, du Code d'éthique GPA, des politiques et procédures internes du Groupe pouvant impliquer nos parties prenantes, indépendamment de la fonction ou de la position de l'auteur de l'acte pratiqué.



Pour en savoir plus sur le [Code d'éthique GPA](#).

Service de Médiation (Ombudsman)

Heures de fonctionnement du Service de médiation :

Du lundi au samedi, de 8 h à 20 h.

Assaí et Compre Bem
ouvidoria@assai.com.br
0800 777 3377

GPA
ouvidoria@gpabr.com
0800 55 57 11

Multivarejo
ouvidoria@multivarejogpa.com.br
0800 55 57 11

Protection des données

Nous prenons toutes les mesures en notre pouvoir pour protéger la confidentialité et les données personnelles de nos client(e)s et sous-traitants (cf. nos politiques de sécurité des informations et nos politiques de confidentialité mises à jour régulièrement). Afin de nous adapter à la Loi Générale sur la Protection des Données Personnelles (LGPD), nous revoyons actuellement les mesures techniques et organisationnelles et formons nos équipes à la sécurité de l'information afin de fournir les meilleures pratiques du marché et de nous assurer que le traitement des données personnelles au sein de GPA est fait correctement et en respectant toutes les exigences légales.

Employé de GPA rendant service au téléphone

CODE DE CONDUITE ET D'ÉTHIQUE

Principales initiatives et résultats 2019

Prévenir

- Mise à jour et développement des politiques et procédures ;
- Diligence raisonnable des fournisseurs ;
- Formation à l'éthique et à la compliance (conformité) dispensée à 196 prestataires de services et plus de 5 000 collaborateur(trice)s dans des activités jugées critiques ;
- Campagne « Tous en Conformité » pour lutter contre la corruption et diffuser l'éthique auprès de 3 000 fournisseurs ;
- Première *Journée de la Conformité*, événement à l'adresse des collaborateur(trice)s comportant des colloques et des pièces de théâtre sur la conduite éthique dans la vie quotidienne personnelle et professionnelle.

Détecter

- Détermination et application de mesures, le cas échéant, des 6 570 incidents critiques d'éthique enregistrés sur le canal du Médiateur en 2019.

Réagir

- Détermination des conséquences pour les cas de violation des politiques internes, comprenant de mesures disciplinaires pour les employé(e)s, des mesures éducatives (formations) voire de blocage de fournisseurs. En 2019, 22 fournisseurs ont été bloqués et 9 284 disqualifiés ;
- Revue de 11 politiques et procédures, notamment : la politique sur les conflits d'intérêts, les cadeaux, voyages et



Nous sommes conscients que notre succès dépend de notre réputation et de la relation de confiance établie entre nous, nos client(e)s et nos partenaires commerciaux. Pour en savoir plus sur notre [Programme de Compliance](#).



Temps forts

Gestion stratégique du portefeuille d'activités

En 2019, nous avons poursuivi une stratégie axée sur l'accélération de la croissance des activités les plus rentables et sur l'optimisation et l'adaptation du portefeuille de magasins en fonction des besoins de consommation de nos client(e)s.

- Poursuite de l'**expansion d'Assaí Atacadista** avec **22 nouveaux magasins** et présence dans trois nouveaux états : Tocantins, Amapá et Rondônia. Grâce à cette stratégie d'expansion, nous avons enregistré une **évolution dépassant 5 milliards de réaux de ventes et des recettes brutes de 30,4 milliards** de réaux sur l'année (une croissance plus que triplée ces cinq dernières années), outre l'augmentation significative du flux de clients et du gain continu de parts de marché.
- **430 000 nouvelles cartes Passaí émises**, soit un total de plus d'un million d'émissions depuis le lancement en 2017 et de 700 000 cartes actives. Le projet pilote de guichets automatiques pour les cartes de crédit et de débit de la marque Passaí a également été lancé à São Paulo.

- Au total, **ce sont 46 magasins Pão de Açúcar rénovés** suivant le concept de la dernière génération des magasins, qui nous permettent de reprendre et de renforcer la valeur de l'enseigne *premium* du Groupe. Ces unités représentent déjà **40 % du chiffre d'affaires de l'enseigne**. Le nouveau format allie technologie, praticité et rapidité au service à la clientèle et au portefeuille de produits *premium* dans un concept multicanal, multisensoriel et multisolutions.
- Conversion de 92 magasins Extra Super, totalisant 70 % du portefeuille, en **77 Mercados Extra**, soit 100 magasins au total et **15 Compre Bem**, pour un total de 28 unités.
- Croissance à deux chiffres des ventes de formats de Proximité, sur une période de sept trimestres consécutifs maintenant, sans compter la rentabilité accrue tout au long de l'année. Quant au format **Minuto Pão de Açúcar** ce sont **10 magasins inaugurés et 72 réinaugurés**. Et pour les **Mini Extra**, ce sont **144 magasins rénovés**.

Nous marquons notre présence dans le classement des moutardes jaunes et de Dijon, du journal *O Estado de São Paulo*, la moutarde jaune **Qualitá** remportant la première place et la moutarde de Dijon de **Casino**, la deuxième, respectivement, selon leur ranking.

- Avec plus de **1 500 produits à la disposition** des client(e)s, les Marques Exclusives ont représenté 12,7 % de la catégorie Multivarejo (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité) ; ou encore l'entrée dans de nouvelles catégories, comme celle des bières artisanales avec le lancement de **Fábrica 1959** ; mais aussi celle des produits *Premium Qualitá* ; ou la première ligne de **rations Qualitá** ; et la **Ligne Baby de Qualitá** comportant les couches jetables et lingettes humides.



Le chef de file de la transformation numérique du commerce de détail

L'innovation fait partie de l'ADN de GPA et fait du Groupe un pionnier dans la stratégie d'omnicanal. En 2019, nous avons investi dans des initiatives et des technologies qui bénéficient à nos client(e)s et leur facilitent la vie en leur assurant la meilleure expérience d'achat, dans nos magasins et sur nos sites Web.

- Nous sommes toujours les **leaders du e-commerce de la distribution alimentaire**, avec plus de 40 % de croissance et plus de 70 % du *market share* selon Nielsen (valeur). Les ventes *en ligne* ont représenté environ 6 % du chiffre d'affaires de l'enseigne Pão de Açúcar. Cette année nous a permis d'élargir les modalités de livraison *Delivery Express* et *Clique e Retire*, de 125 magasins. Un autre fait marquant a été l'avancée du modèle centralisé avec l'ouverture de la première Boutique *E-store*, à Rio de Janeiro, opérant dans une partie de la zone d'inventaire du magasin et servant de point de collecte pour les achats effectués dans les *e-commerces*.

Collaboratrice effectuant
un pré-scannage



- Création de **Stix Fidelity**, une alliance de fidélité sans précédent en partenariat avec Raia Drogasil. La nouvelle entreprise rendra service à plus de 50 millions de clients fidèles de GPA et de RD à partir du second semestre de 2020.
- Expansion de **James** dans 19 villes, après le démarrage des opérations à **Aracaju, Brasília, Cuiabá, João Pessoa, Uberlândia e Fortaleza**. La *startup*, acquise fin 2018, affiche une croissance moyenne de 35 % par mois, avec 15 fois plus de commandes qu'au début de l'année.
- Plus d'un million de bouteilles de vin ont été vendues sur la plateforme en ligne de Pão de Açúcar Adegas, soit une augmentation de 60 % des ventes par rapport à l'année dernière.
- **Pão de Açúcar Mais** et **Clube Extra** ont atteint le jalon de plus de 20 millions de clients fidélisés, 14 % de plus qu'en 2018, avec 11 millions de *téléchargements* des applications, autrement dit : 48 % de plus qu'en 2018.
- Les ventes identifiées représentent **plus de 20 % du segment** Multivarejo (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité) et **50 % des ventes** de nos *e-commerces*.
- Nous effectuons la distribution de **plus de 8 millions de**

récompenses pour Cliente Mais Client et Clube Extra.]

- En 2019, les client(e)s participant aux programmes de fidélité **ont économisé plus de R\$ 317 millions** avec **Meu Desconto [mon rabais] uniquement**.
- Lancement de la **plateforme en ligne de Aliados Minimercado** centrée sur la vente de produits d'épicerie pour bars, restaurants et hôtels.
- Nous avons élargi les solutions de paiement et de livraison dans nos magasins : grâce au **Pré-scanning**, le temps passé à la caisse enregistreuse a diminué puisque les produits sont désormais pré-scannés ; le **Self Checkout**, permet au client de numériser et de payer ses articles à une caisse libre-service ; avec **FastPass Assaí**, les produits sont placés sur un tapis roulant qui scanne automatiquement les articles ; et puis **Apple Pay et Samsung Pay**, permettent de payer ses achats directement au moyen des applications mobiles.
- Mais le levier de notre culture de transformation numérique et d'innovation a été le **GPA Labs**, espace dédié à l'interaction avec l'écosystème de *startups*, services, produits et concepts en magasin et la promotion d'une culture de l'innovation à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise.

Cliente utilisant une caisse rapide automatique en libre-service



8 millions
de récompenses

pour Cliente Mais
et Clube Extra



20 millions
de clients

devenus fidèles à Pão de Açúcar
Mais et Clube Extra

- Avec le travail de l'équipe d'Innovation, plus de 14 startups, surtout des **foodtechs**, environ 100 articles sont mis dans les rayons de plus de 180 magasins du Groupe et généré plus de 300 000 unités de ventes.
- Outre ces produits, les partenariats avec les startups ont permis de viabiliser d'autres services et commodités dans les magasins Pão de Açúcar, comme le partage de parapluies de location par Rentbrella ; le totem numérique de GetNinjas pour engager plus de 200 types de services offerts par l'application ; et les niches intelligentes gratuites pour animaux de PetParker, munies d'un système de surveillance, climatisation, ouverture et fermeture automatiques par l'application.
- Pour stimuler la création de partenariats et de nouveaux produits, nous avons réalisé le **premier colloque annuel des foodtechs** partenaires du Groupe, sur le thème du *Co-branding*.
- Nos relations dynamiques avec les *startups* ont été maintenues et sont actives grâce aux **30 projets pilotes** menés pour travailler sur les fronts technologiques, sur l'efficacité opérationnelle, l'optimisation des processus en *backoffice* et sur l'amélioration de l'expérience client et l'achèvement du deuxième lot du programme d'accé-

lération de *startups* de commerce de détail, en partenariat avec Liga Ventures, dans le but d'explorer des solutions pour lutter contre le gaspillage alimentaire et faciliter la livraison au E-commerce.

- Inauguration du GPA Lab à Cubo Itaú, plus grand hub de l'écosystème d'innovation du Brésil. Cet espace permet une prospection intensive et des relations plus proches avec les *startups* alignées sur la stratégie commerciale de GPA.
- Première édition du programme IN – InnovationNetwork [Réseau innovation] . Le programme consistait en un réseau de 24 employé(e)s de différents secteurs du GPA jouant le rôle d'ambassadeurs afin de potentialiser et de capillariser l'innovation en vue de la transformation numérique de l'Entreprise, par le biais de formations et de méthodologies d'innovation. Ces derniers ont identifié les défis de chacun des secteurs et recherché des solutions conjointement avec les startups du marché. À la fin de l'année, nous avons lancé le premier prix de l'innovation en interne, pour souligner notre reconnaissance aux principaux projets d'innovation de l'année, des projets d'ambassadeurs de l'innovation, déploiement avec les *startups*, le(la) gestionnaire et l'ambassadeur(trice) le(la) plus innovateur(trice).

Etudiants du Programme Prosperar [Prosperer], de l'Institut GPA, dans l'espace GPA Lab, au siège du Groupe





Acquisition de Cheftime

Après un an de relation, le Groupe a acquis, en 2019, la *foodtech* Cheftime. Avec l'établissement du partenariat, les produits de la gamme sont passés d'un magasin pilote à 200 unités Pão de Açúcar, Minuto Pão de Açúcar, Extra et *e-commerce*.

En 2019, la marque gastronomique a vendu plus de 200 mille repas, entre les kits gastronomiques et les repas prêts-à-consommer et prêts-à-cuisiner, en ligne avec la stratégie de conservation, de praticité et de fraîcheur par l'expansion de solutions *ready to cook, ready to eat* et *ready to go*. Pendant l'année, avec l'inauguration de l'espace de l'École de Gastronomie de Cheftime *by* Pão de Açúcar, les consommateur(trice)s peuvent désormais échanger leurs points du Programme de récompenses Meus Prêmios contre des cours et des *ateliers* culinaires. Ce mouvement réaffirme le leadership du Groupe en matière d'innovation dans la distribution alimentaire et de nouveaux concepts de produits, services et expériences multicanaux d'alimentation.

Produits Cheftime : panier d'abonnés, kits gastronomiques et solutions prêts-à-cuisiner, prêts-à-consommer et prêts-à-emporter

Opération en Amérique du Sud

Le groupe GPA a finalisé l'acquisition de 96,57 % du capital de Grupo Éxito le 27 novembre 2019, devenant ainsi le plus grand groupe de distribution alimentaire en Amérique du Sud.



Les résultats du quatrième trimestre prennent en compte un mois de consolidation de l'opération, avec une contribution de 2,4 milliards de R\$ de recettes brutes. Le Groupe Éxito, chef de file de la vente au détail de produits alimentaires en Colombie, présent également en Uruguay et en Argentine, est détenteur de marques et de formats pour tous les segments de la population.

Certains membres de GPA participeront aux Comités chargés des finances, des nominations, des rémunérations et de la gouvernance d'entreprise, du développement durable et de l'expansion, conformément aux règles de gouvernance actuelles d'Éxito. 100 % des membres composant le Comité d'Audit sont indépendants.

Le haut niveau de transparence de l'opération est générateur de valeur pour les parties prenantes du Groupe. Dans ce contexte, le processus de migration de GPA vers Novo Mercado, segment de cotation spéciale de la bourse B3, a été approuvé par le Conseil d'Administration et par les actionnaires, l'admission de la Société ayant été conclue en mars 2020.

Façade de magasin Éxito en Colombie



Colombie



ÉXITO

Formats Wow, Express, Supermarché, Hypermarché, Quartier et stations-service
- 247 magasins, dont 9 au format Wow et 79 magasins Éxito Express



CARULLA

Supermarché et Proximité
- 98 magasins



SURTIMAYORISTA

Commerce de gros - Cash and Carry
- 30 magasins



SURTIMAX

Supermarché centré sur les prix compétitifs
- 92 magasins



SUPER INTER

Supermarché centré sur les prix compétitifs
- 70 magasins



Immobilier

34 centres commerciaux et galeries Viva immobilier en Colombie (51% réalisé par Grupo Éxito)
- 12 centres commerciaux
- 6 galeries commerciales

Puntos Colombia -

Programme de fidélité Joint Venture avec Bancolombia (50% / 50%)

Praticité et rapidité dans l'expérience d'achat

E-commerce, applications, catalogues numériques, dernier kilomètre & livraison à domicile, Cliquez et supprimez et Place du marché

Uruguay



DEVOTO

Supermarché et proximité
- 60 magasins



DISCO

Supermarché
- 29 magasins



GÉANT

grande surface
- 2 magasins

Argentine



Libertad Hyper
- 15 magasins



Paseo 170 mille m2 SLB (Superficie Locative Brute)
- Taux d'occupation de 93,9%

Mini et Petit Libertad Proximité
- 10 magasins

Développement durable

Découvrez nos temps forts et nos principales réalisations en la matière

Diversité

Evolution du programme de diversité, avec des stages de formation spécialisés à l'adresse de diverses audiences ; signature de nouveaux engagements sur le thème et réception des prix Women in Leadership (catégorie retail) ou le leadership féminin dans le commerce de détail du journal Valor Econômico, et du Prix WEP du Brésil - des Entreprises adoptant les principes d'autonomisation des femmes, dans la catégorie bronze.

Emballage biodégradable

En 2019, GPA s'est engagé à remplacer 100 % de ses barquettes de fruits et de légumes en styromousse de ses Marques Maison (Qualità et Taeq) par un matériau biodégradable d'ici mai 2020.

Points de collecte

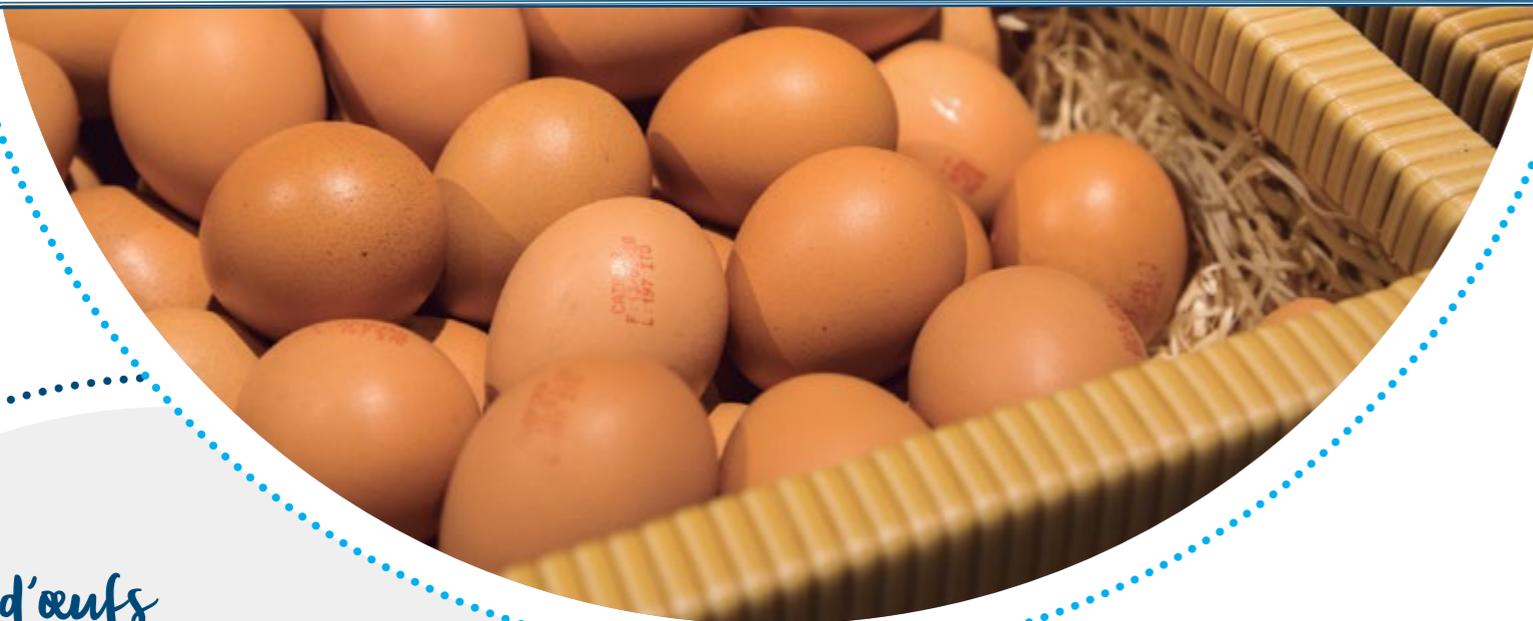
En 2019, plus de 6,7 milliers de tonnes de matières recyclables ont été collectées dans les magasins Pão de Açúcar et Assaí, soit une augmentation de 14 tonnes/mois en moyenne.

Responsabilité dans la chaîne de la viande bovine

100 % des fournisseurs de viande bovine sont *en conformité* avec la Politique d'achat responsable dans le secteur de la viande de GPA. 99,6 % du volume de viande vendu dans nos magasins est d'origine contrôlée, des fournisseurs achetant du bétail directement.



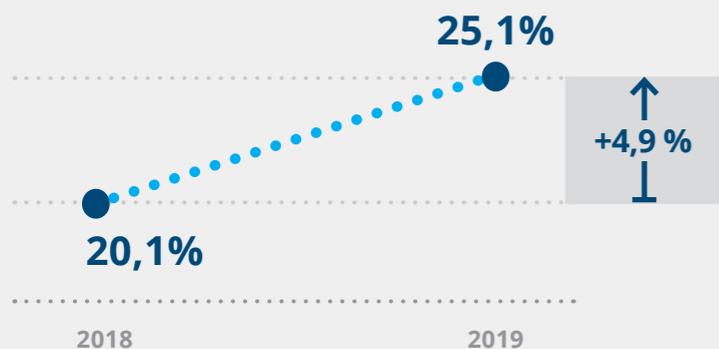
Gondole de produits biologiques dans un magasin Pão de Açúcar



Œufs de poules
fermières élevées en plein air

Vente d'œufs de poules fermières élevées en plein air

Marques Exclusives



Bien-être animal

Les ventes d'œufs de poules pondeuses élevées en plein air des Marques Propres de GPA ont augmenté de 4,9 % par rapport à 2018.

Don de fruits et légumes contre le gaspillage

GPA a fait don de 29 % de plus de fruits et légumes esthétiquement moins attrayants à la vente, mais néanmoins propres à la consommation, par le biais du Programme de partenariat contre le gaspillage, par rapport à 2018. 4 303 tonnes ont été données par 512 magasins.

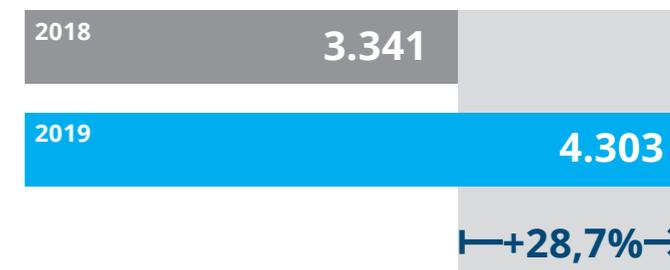
Cours de formation technique

Formation de 261 personnes en boulangerie, pâtisserie et service à la clientèle grâce aux programmes Mãos na Massa [Mains à la pâte] et Sementes [graines] et plus de 2 700 entrepreneur(se)s certifié(e)s par l'Académie Assaí Bons Negócios.

Collecte de produits alimentaires

Augmentation des collections d'aliments en 17 % par rapport à 2018, ajoutant plus de 2 000 tonnes, destinées aux institutions partenaires de l'Institut GPA, à travers les actions du Programme Solidaire.

Total des dons (tonnes)





Qualité et responsabilité dans la chaîne de valeur

102-9

ODD

LES AXES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

2 8 11 12 14 15



Gondole de légumes au
magasin Pão de Açúcar

Des relations responsables

En tant que distributeur alimentaire, notre chaîne de valeurs riches et complexes nous permet de lier les producteurs(trices), l'industrie et les processus de stockage et de distribution.

La relation que nous construisons avec nos partenaires commerciaux se fonde sur une conduite éthique et de bonnes pratiques selon les critères sociaux, environnementaux et économiques contenus dans notre Charte éthique fournisseurs.

Le document constituant le contrat établit formellement les règles et recommandations sur le respect des droits de l'homme, les horaires de travail, la santé et la sécurité, les pratiques anticorruption, l'environnement et le bien-être animal.

Un producteur de laitues travaillant au champ



Étapes de production prises en compte dans l'analyse des risques socio-environnementaux de la chaîne de d'approvisionnement de GPA

MATIÈRE PREMIÈRE



TRANSFORMATION



GPA



RISQUES SOCIO-ENVIRONNEMENTAUX



Bien-être animal



La lutte contre la déforestation



Les conditions de travail



Utilisation responsable
de la biodiversité



Bien-être animal

En 2019, GPA a continué à développer le thème du bien-être animal tout au long de la chaîne, en mettant l'accent sur la mise en place d'actions visant à atteindre 100 % de ventes d'œufs de poules "cage-free" dans des Marques Maison d'ici 2025.

Pour ce faire, la diffusion des produits et de leurs qualités a été intensifiée auprès des clients ; l'approvisionnement en magasin a été renforcé ; le travail mené conjointement avec les fournisseurs a contribué à développer les circuits d'approvisionnement ; et au niveau sectoriel, nous avons travaillé avec le gouvernement pour que ce processus de production suive une norme bien définie dans tout le Brésil.

En continuité avec le plan de développement des fournisseurs, qui a débuté en 2018, en avril 2019, un autre *atelier* pour les équipes commerciales des enseignes Assaí et Compre Bem et leurs fournisseurs d'œufs respectifs. La formation visait à aborder les aspects généraux de la production de poules pondeuses, ainsi que les techniques qui traitent du bien-être animal. Pour les consommateur(trice)s, la communication a été initiée dans des magasins pilotes où l'on fournissait plus d'informations sur les types de production d'œufs afin de créer un environnement plus favorable à la sensibilisation de nos client(e)s.

Ceci a eu pour conséquence une augmentation de 96,1 % à 98,2 % de l'offre d'œufs de poule "cage-free" dans les magasins Extra et Pão de Açúcar. À Assaí, nous avons porté à 143 le nombre de magasins proposant des œufs de poules "cage-free", soit une augmentation de 22 magasins par rapport à l'année précédente.

Œufs de poules "cage-free"



Ma participation au *Workshop* promu par Assaí a été très intéressante pour comprendre combien les producteurs ont évolué en matière de respect des animaux et comment ils parviennent à attribuer une valeur financière et conceptuelle à leurs produits. Nous, de l'entreprise familiale Ovos Mombuca, qui avons commencé à élever nos volailles "cage-free" en 2017 pour répondre à la demande croissante d'œufs à l'époque. En 2018, nous nous sommes aperçus que l'ajout à notre marque d'une gamme de produits déjà très forte au Brésil serait une excellente opportunité : les œufs hors cages. En 2019, nous avons converti les bâtiments pour volailles "cage-free", en un système de poules hors cages, et avons récemment obtenu le label AVAL (Association des Aviculteurs Fermiers).



Tiago Wakiyama,
Directeur de Ovos Mombuca, fournisseur d'œufs d'Assaí Atacadista.

Ventes d'œufs de poules "cage-free"

Marques Exclusives





La lutte contre la déforestation

Nous nous engageons à prévenir et à réduire au minimum les impacts sociaux et environnementaux négatifs dans nos circuits d'approvisionnement. On sait qu'une grande partie de la production de viande bovine provient du biome amazonien, constamment touché par la déforestation. Pour cette raison, nous mettons en place depuis 2016, par le biais de la Politique d'achat de viande bovine, un processus d'homologation des fournisseurs de ce produit. Ce processus vise à identifier l'origine directe et à garantir le respect des critères socio-environnementaux pour la production de viande bovine tels que :

- Élevage sans déforestation du biome amazonien ;
- Exploitation sans pratique apparentée au travail forcé ou au travail des enfants ;
- Exploitation sans mise sous embargo par le Ministère de l'environnement en raison d'une infraction environnementale ;
- Exploitation sans pratique d'invasion de terres indigènes ;
- Exploitation sans pratique d'invasion de zones de conservation.

La portée de ce processus englobe tous les fournisseurs nationaux, de viande *in natura* (refrigérée/congelée) livrées à nos unités d'affaires et à nos enseignes. Il comporte deux approches stratégiques :

1. Traçabilité et transparence ;
2. Surveillance de la chaîne alimentaire.

En matière de transparence, nos fournisseurs ont le devoir d'informer de l'origine de la viande ou du bétail qu'ils élèvent et transforment pour pouvoir approvisionner les magasins dans notre système de traçabilité. Fin décembre 2019, 94 % des fournisseurs imputaient déjà des données dans ce système.

Pour la surveillance, nous exigeons que les usines de transformation de viande mettent en place un système de géosurveillance pour contrôler les achats de bétail et vérifier les cinq critères prévus dans notre Politique. 99,6 % du volume de viande vendu dans nos magasins est d'origine surveillée et contrôlée par ces systèmes.

Les fournisseurs n'adhérant pas à la politique ou ne l'ayant pas adoptée sont placés en interruption de contrat jusqu'à ce qu'ils soient en règle et prouvent qu'ils appliquent la politique. De plus, si une incohérence est constatée au cours du processus, la ferme est "bloquée" et n'a plus le droit de commercialiser ses produits avec notre Entreprise. Depuis la mise en œuvre de la politique jusqu'à fin 2019, 23 fournisseurs ont été exclus/refusés.



En 2019, l'équipe technique d'Aliança da Terra a réalisé, à travers un travail de terrain intense, une évaluation socio-environnementale approfondie dans 100 % des fermes d'élevage de la race Rubia Gallega au Brésil. Nous pouvons affirmer avec certitude que toutes ces exploitations sont conformes aux exigences de la Plateforme Produzindo Certo [de production correcte], afin que les consommateur(trice)s soient assurés d'un processus de production qui contribue à la protection des ressources naturelles et à la valorisation des personnes qui travaillent aux champs. L'un des résultats les plus impressionnants a été le fait que, même lors de la grande crise des incendies survenue au Brésil en 2019, aucun incendie n'a été déclaré dans une seule de ces exploitations.



Aline Locks,
PDG Aliança da Terra.

RUBIA GALLEGA

En plus de ce suivi, nous développons depuis plus de 10 ans une ligne de viande exclusive, Rubia Gallega - issue du croisement de la race espagnole Rubia Gallega et de la race brésilienne Nelore - élevée au Brésil, et dont les éleveurs sont des partenaires exclusifs de GPA. Toutes les étapes de l'élevage de veaux de boucherie, de gros bovins et de l'engraissement du bétail sont réalisées dans les exploitations des producteur(trice)s partenaires afin de garantir la traçabilité totale de la chaîne, depuis l'insémination de l'animal jusqu'à la mise en vente en gondole.

Toutes ces fermes ont été visitées par Aliança da Terra, dans le cadre du Programme Produzindo Certo, pour évaluer les aspects juridiques, environnementaux, sociaux, économiques, de bien-être animal et de traçabilité, en vue d'encourager les bonnes pratiques.

RÉSULTATS DE LA PRODUCTION DE LA LIGNE DE VIANDE EXCLUSIVE - RUBIA GALLEGA -



+ de **345 000** ha

sous une bonne gestion socio-
environnementale



+ de **32 000** ha

région
conservation permanente
(90,4 % conservé)



+ de **2 200** km

de cours d'eau protégés



Emballages de viande
Rubia Gallega



Les conditions de travail

Dans le cadre de cette gestion des fournisseurs, nous réalisons des audits de conformité sociale dans les usines situées dans les pays socialement vulnérables, afin d'évaluer non seulement le respect des lois locales, mais aussi des normes de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Ce processus suit la méthodologie *Initiative for Compliance and Sustainability [Initiative pour la conformité et la développement durable (ICS)]*, protocole international de partage des résultats d'audits entre les membres. 94 % de nos usines ont été auditées en 2019. Outre ce suivi, nous vérifions également, depuis 2017, la liste rouge du travail forcé et des mises sous embargo de l'Ibama, Institut brésilien pour l'environnement et des ressources naturelles renouvelables, pour nos fournisseurs potentiels. Lorsque nous identifions la présence d'un fournisseur potentiel dans cette base de données, leur inscription est immédiatement retirée de nos systèmes.

En 2019, une formation a été réalisée avec 100 % de l'équipe commerciale de la filière Multivarejo en charge des importations, soit une trentaine de personnes, pour renforcer les objectifs cibles et les engagements en matière de conditions de travail décent dans la chaîne, renforcer les processus et garantir un engagement des employés centré sur leurs responsabilités et leurs devoirs.

FOURNISSEURS DE PRODUITS TEXTILES, CHAUSSURES ET ACCESSOIRES SONT CERTIFIÉS ABVTEX

Depuis 2011, nous nous engageons à acheter 100 % de nos produits textiles, chaussures et accessoires auprès de fournisseurs et de sous-traitants certifiés par l'ABVTEX (Association Brésilienne des détaillants textile). En tant que membre du Comité directeur de l'entité, GPA participe activement aux discussions du Groupe de Travail des Fournisseurs, dans une recherche sans relâche des améliorations à apporter au Programme d'Audit.

En 2019, 3 % des fournisseurs identifiés étaient en cours de recertification et ont donc été mis en suspension de contrat jusqu'au début de l'année 2020, à la normalisation de la situation.

Une formation a également été dispensée durant l'année avec l'ensemble de l'équipe commerciale "Textile" pour renforcer les processus internes de respect des engagements du programme, et pour présenter la plateforme ABVTEX, qui assure la transparence des circuits, car elle permet un suivi en temps réel des données de tous les fournisseurs, et indique les fournisseurs agréés, par région.

Rayon textile d'un magasin Extra Hiper



La participation active de GPA en tant que membre associé signataire du Programme ABVTEX a eu un rôle déterminant dans le processus d'amélioration du programme. Le Groupe a démontré son engagement dans le suivi et le développement de la supply chain en faveur de la formalisation, du travail décent, de la transparence et de l'éthique en affaires. En joignant ses efforts aux 101 autres marques participant au programme ABVTEX lors des réunions des groupes de travail, GPA partage ses meilleures pratiques et favorise l'échange d'expériences pour trouver des solutions communes aux problèmes communs. La présence de hauts dirigeants au sein du Comité d'ABVTEX contribue de manière significative à l'expansion de l'entité et à la consolidation de son rôle protagoniste dans la transformation de la chaîne de valeur de la mode.



Edmundo Lima,
Directeur exécutif d'ABVTEX.



Utilisation responsable de la biodiversité

Pour une meilleure gestion de nos ressources, notamment halieutiques, nous avons une politique de réception du poisson frais, qui inspecte la qualité et respecte les lois en vigueur, telles que la période de fermeture de la pêche, la taille minimale de capture, le suivi de l'Annuaire du Registre Général de l'Activité de Pêche - RGP en portugais, qualifiant les fournisseurs admissibles. De plus, nous nous engageons à ne pas commercialiser, même avec l'autorisation de la législation, les espèces menacées d'extinction, telles que le mérrou et le merlan.

Depuis 2018, nous proposons à nos client(e)s une plus grande variété de poissons (le rouget-barbet tacheté, *Scomberomorus brasiliensis*, communément appelé en français par la FAO le Thazard serra et, anciennement, le Thazard acheté du Sud, la sériole, les mérours des Caraïbes, l'œil de bœuf, le thon obèse de l'Atlantique, *Priacanthus are-natus*, le maquereau, le chinchard et les Carangues) pour développer la consommation d'espèces peu connues des consommateur(trice)s. En 2019, nous avons consolidé la communication visuelle sur le projet dans les magasins Pão de Açúcar de dernière génération, en augmentant les ventes de certaines espèces comme l'oeil de boeuf (79 % par rapport à 2018), par exemple. L'espèce la plus vendue reste le Pagre.

Pour 2020, nous souhaitons promouvoir davantage encore ce projet en multipliant les stages de formation au sein de notre équipe magasin et en favorisant une meilleure communication avec nos client(e)s.

Le poissonnier de Pão de Açúcar apporte des informations sur le projet de diversité des espèces



Sem risco de extinção



Registro de origem



Tamanho mínimo respeitado



Pesca em época permitida

Outre ces actions, nous avons également développé d'autres programmes pour assurer une qualité accrue aux produits que nous vendons dans nos magasins, tels que le Programme de **Qualité depuis l'origine** ; nous avons également élargi l'assortiment pour proposer des options de produits qui encouragent les consommateur(trice)s à une consommation plus responsable, comme l'offre de produits Bio (Taeq Boa Escolha [le bon choix]) et la ligne Caras do Brasil [visages du Brésil, de valorisation des petits agriculteurs].

QUALITÉ DEPUIS L'ORIGINE

Les fruits et légumes représentent le plus gros volume de ventes de GPA. Ainsi, depuis 2009, nous menons le Programme Qualité Depuis l'Origine (QDO), qui implique les actions suivantes :

- des audits qualité pour qualifier et sélectionner les fournisseurs ;
- une analyse des résidus de pesticides et de substances microbiologiques dans les produits, conformément à la législation et aux normes en vigueur ;
- un suivi et des collectes d'informations pour attester du respect des exigences de la législation brésilienne ;
- Inspection de l'origine, des performances commerciales et des pratiques de développement durable (en termes de prévention et/ou d'atténuation des impacts, et de création de valeur environnementale et sociale).

Toutes ces initiatives favorisent des améliorations dans la chaîne logistique, aident les fournisseurs à perfectionner leurs processus et expansions, et garantissent ainsi des produits sûrs pour les consommateur(trice)s.

En 2019, 590 analyses de résidus ont été effectuées sur plus de 95 variétés différentes de légumes. Après quatre ans de travail, la mise en place de la plateforme de suivi QDO est conclue ; les fournisseurs partagent donc désormais les informations techniques et les données de traçabilité tout en pouvant accéder à leurs performances dans les audits, les taux d'inspection et les résultats d'analyses. En septembre 2019, un événement tenu avec l'ensemble de nos fournisseurs a marqué la nouvelle phase du programme.

LE PROGRAMME "CARAS DO BRASIL" [VISAGES DU BRÉSIL] ENCOURAGE UNE PRODUCTION DURABLE

Nous encourageons la consommation de produits de petits producteur(trice)s, dont les processus de culture et de gestion sont durables, à travers le programme Caras do Brasil, créé il y a 18 ans par Pão de Açúcar.

Grâce au programme, ces fournisseurs ont l'opportunité d'avoir accès aux gros détaillants, offrant en magasin des produits typiques des cinq régions brésiliennes, le but étant d'apporter reconnaissance et appréciation des produits et des producteur(trice)s, et de **renforcer aussi la régionalisation et la culture, à partir de denrées alimentaires.**

Depuis sa création, plus de 100 petites exploitations agricoles ont intégré le programme. En 2019, la restructuration du programme a permis de terminer l'année avec un nouveau concept dans six magasins et 15 partenaires commerciaux. En 2020, nous prévoyons d'étendre le Programme à d'autres localités et magasins Pão de Açúcar.



[Cliquez ici pour en savoir plus sur le programme Visages du Brésil \('Caras do Brasil'\).](#)

Équipe Manioca



Les consommateur(trice)s sont de plus en plus soucieux(es) de l'avenir de l'alimentation, de l'environnement et de notre biodiversité. Un grand nombre de produits merveilleux proviennent de la forêt - et nous parviennent par le biais des autochtones. Manioca a pour but d'apporter les saveurs de l'Amazonie partout, tout naturellement et simplement. Et le partenariat avec le programme Caras do Brasil est fondamental pour rapprocher la forêt du public brésilien, en apportant couleurs, saveurs et histoire.



Paulo Reis,
Co-fondateur de Manioca, l'un des partenaires commerciaux de Visages du Brésil ('Caras do Brasil').



Présentoir de produits du Programme dans un magasin Pão de Açúcar

TAEQ BOA ESCOLHA [TAEQ LE BON CHOIX] PRO-MEUT CONSOMMATION ET APPROVISIONNEMENT CONSCIENT

En partenariat avec les fournisseurs, GPA a lancé une ligne pour maximiser la consommation de toute la production biologique et valoriser les fruits et légumes en évitant de les rejeter.

Les denrées alimentaires sélectionnées pour la gamme Taeq Boa Escolha (Taeq Le Bon Choix) peuvent varier en taille, en forme et en couleurs, voire présenter des imperfections, par rapport aux produits biologiques traditionnels.

En raison de ces caractéristiques, les articles sont en moyenne 40 % moins chers que les produits biologiques traditionnels. Au cours de la première étape du Programme, les produits sont vendus dans cinq magasins Extra. Trois types de tomates, pommes de terre, carottes, oignons, mangues, melons, fruits de la passion, papayes, pastèques, courgettes et patates douces sont proposés.

PRODUITS BIO EN VRAC

En tant que pionniers dans l'offre de produits biologiques à nos client(e)s, dans certains magasins Pão de Açúcar, nous avons commencé à vendre des fruits et légumes bio sans emballage, pour permettre aux clients de consommer de manière durable, en prenant seulement la quantité dont ils ont vraiment besoin, sans générer d'emballage secondaire.

De cette façon, nous garantissons des prix jusqu'à 30 % inférieurs à ceux des produits bio préemballés et offrons aux consommateur(trice)s la possibilité de sélectionner des produits de tailles et de formes répondant le mieux à leurs besoins.

DES PRODUITS MARAÎCHERS DIRECTEMENT DU PLANT

Aujourd'hui, sept magasins Pão de Açúcar ont un système de culture hydroponique de légumes qui amène le champ jusque dans le supermarché et permet aux client(e)s de récolter directement des plants. Le projet réduit la distance entre le(a) producteur(trice) et les consommateur(trice)s et contribue à la réduction du gaspillage alimentaire car aucune perte n'est produite dans la chaîne logistique.



Un potager Pão de Açúcar



Résumé des objectifs cibles

Objectifs cibles de 2019	STATUS	Commentaires
Atteindre les 25 % de ventes d'œufs de poules "cage-free" (Marques Exclusives)		Le pourcentage de ventes d'œufs de poules élevées en plein air était de 25 %, soit une augmentation de 4,9 % par rapport à 2018
S'assurer que 90 % de d'huile achetée pour nos Marques Exclusives est d'origine connue (traçabilité)		Nous avons clôturé 2019 avec un taux d'origine connue de 97 % pour les achats d'huile de palme par ME (Marques Exclusives)
Atteindre 100 % du volume de viande acheté auprès de fournisseurs avec un système de géosurveillance		Nous avons atteint 99,6% du volume de viande acheté auprès de fournisseurs avec un système de géosurveillance
Réaliser des audits des conditions de travail sur 100% des fournisseurs étrangers de pays critiques		Nous auditions 94% des nos fournisseurs de pays critiques
Relancer le programme Visages du Brésil		Le programme Visages du Brésil ("Caras do Brasil") a été restructuré et mis en œuvre dans certains magasins, avec son nouveau concept, fin 2019

La valorisation des personnes

ODD

LES AXES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

4 5 8 10



En tant que premier employeur du commerce de détail au Brésil, nous avons une culture de gestion des personnes fondée sur la reconnaissance de nos talents, la promotion de la diversité et nous nous assurons de maintenir nos employé(e)s impliqué(e)s pour mener à bien la planification stratégique de GPA et de toutes ses activités.

Nouvelle plateforme de sélection

En 2019, suivant la directive stratégique de transformation numérique, nous avons mis en œuvre un projet pour la Corporation GPA, le Multivarejo (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité), les galeries marchandes GPA Malls, Assaí (cash and carry) et Compre Bem, pour lesquels les étapes des processus de sélection sont désormais totalement numériques. La nouvelle plateforme permet aux candidat(e)s de s'inscrire et de suivre toutes les phases du processus de sélection ainsi que les résultats ; de plus, toutes les meilleures RH et gestionnaires ont accès en temps réel aux informations sur leurs offres d'emploi. Nous avons également des programmes de recrutement interne structurés pour valoriser nos talents. Au cours de l'année, nous avons sélectionné plus de 1 000 employé(es) dans le cadre du Processus de recrutement interne (Prosin). Et plus de 38 000 nouveaux employés ont rejoint la société.

Lancer le programme de Culture: Ser Assaí é assim [C'est ça : être Assaí]



En 2019, Assaí a identifié, enregistré, validé et commenté à diffuser les valeurs et comportements qui traduisent la manière d'être Assaí [Jeito de ser Assaí].

Pour cela, plus de 200 entretiens ont été réalisés, auprès des directeurs, gérants et employé(e)s de nos magasins, Centres de Distribution et bureaux, afin d'identifier les valeurs déjà en place et pratiquées, mais qui n'avaient jamais encore été enregistrées, ni standardisées.

L'analyse des données recueillies a permis une perception réelle des employé(e)s qui les pratiquent déjà, pour lesquels être avec nous est un choix et qui sont engagés et heureux de ce que nous sommes déjà. Six valeurs étaient répertoriées : notre simplicité ; focus sur le client ; passion de ce que nous faisons ; engagement en matière de résultats ; attention particulière sur les personnes ; et notre éthique.

Et, pour assurer des informations en cascade, les actions suivantes ont été mises en place :

- Création de la marque « Ser Assaí é Assim » ;
- Lancement de la culture pour plus de 400 dirigeants et spécialistes lors de la Réunion Nationale d'Assaí, tenue en août ;
- Diffusion de la vidéo Manifeste et de toutes les valeurs et comportements dans 100 % des canaux de communication d'entreprise ;
- Arrangement (décoration) de toutes les filiales avec des mobiles, affiches, papier plateau, panneau d'exposition (mur de culture), etc.
- Réalisation du 1^{er} Atelier de Culture avec l'équipe de RH pour tester le modèle pilote ;

Et pour 2020, nous allons changer tous les cordons de badges et poursuivre les workshops d'enquête sur les pratiques (dos and don'ts) avec tous les leaders.

Formation et développement pour la croissance de l'affaire

Comprenant la rapidité et la complexité de l'évolution des besoins de nos client(e)s, nous investissons dans la formation et le développement de nos employé(e)s, au moyen de stages de formation, de la sensibilisation et de procédures techniques en vue de les faire avancer dans leur carrière, dans un souci permanent de toujours mieux servir nos client(e)s.

Outre ces formations de valorisation et de perfectionnement professionnel, nous fournissons des contenus visant à l'épanouissement personnel et à la connaissance de soi de nos employé(e)s. Ces programmes sont mis en œuvre par l'Université du Commerce de Détail GPA et l'Université Assaí.



Collaborateur
Compre Bem

Université Assaí

En 2019, nous avons dispensé plus de 2 millions d'heures de formation à plus de 35 000 employé(e)s Assaí. Au total, les 141 566 participations aux stages de formation représentent une moyenne de 59 heures de formation par employé(e). Plus de 17 millions de réaux ont été investis dans le développement des personnes (Nossa Gente), le but étant de continuer à préparer et à qualifier nos employé(e)s pour soutenir l'expansion de notre entreprise. Dans l'ensemble, nous avons enregistré une croissance de plus de 50 % en heures et investissement dans la formation par rapport à 2018.



35 000
Collaborateurs(trice)s
formé(e)s chez Assaí



R\$ 17 millions
investis par Assaí dans
le développement des
personnes



EXPANSION ASSAÍ



EXPANSION COMPRE BEM



+ de 6 100
personnes recrutées

+ de 1 100
personnes recrutées



+ de 31 000
personnes ont participé
aux processus de
recrutement dans
tout le Brésil

+ de 5 000
personnes ont participé
aux processus de
recrutement dans
tout le Brésil

L'Expansion d'Assaí et de Compre Bem : une immersion dans la culture organisationnelle avec l'intégration des nouvelles embauches

Les équipes des nouveaux magasins Assaí et Compre Bem, mais aussi les managers, les cadres intermédiaires et les employé(e)s de la base, ont eu environ 30 jours consécutifs de formation pour s'immerger dans la culture, les process, les normes opérationnelles et les bonnes pratiques de gestion, avant de connaître l'ensemble du programme de formations prévu dans le Kit d'inauguration, programme créé en 2013, exclusivement pour préparer les nouvelles recrues à une ouverture réussie de nouveaux magasins. Ce programme a permis de réduire le *turnover* de l'expansion de plus de 20 % au cours des cinq dernières années.

Formation des Leaders Assaí

En 2019, l'Université Assaí a continué d'investir massivement dans la formation des leaders à travers les programmes : *Dono do Negócio* [L'esprit d'entrepreneur] pour les directeurs de magasins ; *Acelerar* [Cap Accélération] pour les responsables adjoints de magasin ; *Crescer* [Grandir] pour les chefs de rayon magasin et les responsables des Centres de Distribution ; et le programme *Atuar* [Action] récemment lancé pour tous les responsables des opérations des Centres de Distribution. En moyenne, chacun de ces postes a reçu cinq cours tout au long de l'année, sur des sujets liés à la connaissance du modèle d'affaires, du modèle d'exploitation, de la gestion commerciale, du service à la clientèle et de la gestion des personnes. Préparer nos leaders, c'est garantir la pérennité de notre culture afin qu'ils soient un exemple pour tous les autres collaborateur(trice)s.

Stagiaire commercial Assai

En 2019, plusieurs collaborateur(trice)s ont été réperé(e)s par le biais du Programme Avance pour avoir exprimé le souhait de migrer vers le secteur Commercial comme développement de leur carrière. Puisque ce secteur est extrêmement important et au cœur du modèle commercial Assai, nous avons donc lancé le Programme Trainee de Stagiaires commerciaux. Les participant(e)s inscrit(e)s, après avoir été reçu(e)s au processus de sélection/recrutement interne, ont quitté leurs fonctions et suivront un programme de formation de 24 mois. Au terme de cette formation, ils pourront être affectés à des postes d'Assistant Commercial III ou de Commercial Achats Jr. 20 participant(e) ont été reçu(e)s au processus de sélection ; et puis, toujours en 2019, nous avons réalisé :



+ de 2 180 h
de formation en présentiel

de 37 h
de formation en ligne

de 7 920 h
de stage

Stagiaire Opérations et Stagiaire Carrière Opérations chez Assai

Nous avons deux programmes différents : le Programme de Trainee de Stagiaires en Opérations, à l'adresse des chefs de rayon et des responsables des Centres de Distribution, qui les préparent au poste de responsable adjoint de magasin ; et le Programme Trainee de préparation à la Carrière Opérations, exclusivement pour les employé(e)s de bureaux souhaitant migrer vers le secteur des Opérations.

La 9^{ème} classe du Programme de Stagiaires en Opérations a démarré en 2019, année au cours de laquelle, nous avons eu trois classes simultanées de Stagiaires en cours (la 8^{ème} et la 9^{ème} classe de Stagiaire en opérations et la 1^{ère} pour la Carrière Opérations) avec plus de 90 participants. Les programmes de Stagiaire Assai ont remporté un franc succès car ils sont perçus comme une porte d'accès au développement de carrière par les employé(e)s. Plus d'un millier de personnes se sont inscrites aux processus de sélection tout au long de l'année, ce qui représente au total :

de 66 000
heures de formation

+ de 2 000
heures de stage pratique

Collaborateur Assai

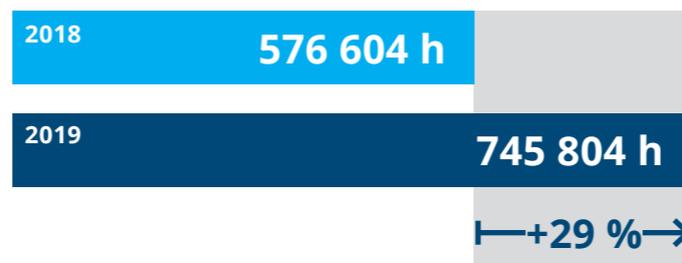


Colaboratrice Multivarejo

L'Université du Retail GPA

L'Université, centrée sur l'apprentissage et le développement des employé(e)s de la Corporation et des activités Multivarejo (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité), a développé plusieurs initiatives revenant à un total de 745 804 heures de formation, soit une croissance de 29 % par rapport à 2018. Sur la plateforme *en ligne* de l'Université du Retail, nous avons eu une augmentation de 190 % du nombre d'accès et le nombre d'heures de navigation passées aux formations a augmenté de 1 071 %.

HEURES DE FORMATION



Formation aux opérations des cartes GPA

En avril 2019, nous avons ouvert l'école NAC Escola, premier magasin de formation pour l'intégration des nouveaux(elles) employé(e)s en charge des cartes GPA. Jusqu'au mois de décembre, 270 nouveaux(elles) employé(e)s ont été formé(e)s.



Amélioration continue du Backoffice

En 2019, c'est en pensant à transférer la responsabilité de leur développement à chacun des employé(e)s de bureaux chez Assaí que nous avons relancé le Programme Aprende Mais Corporativo [Apprendre toujours et encore plus sur le monde de l'entreprise] avec le modèle d'auto-inscription et de validation du manager avec un *workflow* 100 % numérique via la plateforme LMS (*crossknowledge*). Grâce à cette initiative, nous avons pu accroître la participation à tous les employé(e)s du *backoffice* qui ont ainsi suivi les cours offerts tous les mois par l'Université Assaí. Plus de 2 000 participants ont suivi nos cours tout au long de l'année.

De plus, nous avons automatisé l'enregistrement des présences aux formations proposées par l'Université avec la mise en place d'une application qui effectue la lecture du Code QR du badge des employé(e)s. C'est l'Université sur la voie de la transformation numérique, apportant gains de productivité et rapidité à l'entreprise.

Développement des employés Pão de Açúcar au service à la clientèle

Le Programme Surpreender para Encantar [Surprendre et Enchanter] a formé 16 000 employé(e)s Pão de Açúcar en offrant une expérience ludique et interactive pour parler du service en utilisant les piliers de notre Manière d'être et de Servir, et pour améliorer ainsi le niveau de service dans nos magasins.

Formation de leaders chez Extra

La formation Clic sur la gestion, pour 100 % des leaders de l'enseigne, organisée dans les magasins Extra, nous a permis de les former aux principes de la gestion et du service client, en vue d'une qualité accrue et d'améliorations au niveau de l'opération.

Formation à l'efficacité dans les magasins de Proximité

Le Programme Ágil [Rapidité] réalisé avec 100 % des employé(e)s du format Proximité a permis d'apporter plus de qualité, d'efficacité et de rapidité au service des client(e)s de ces magasins.

Formation technique du Multivarejo

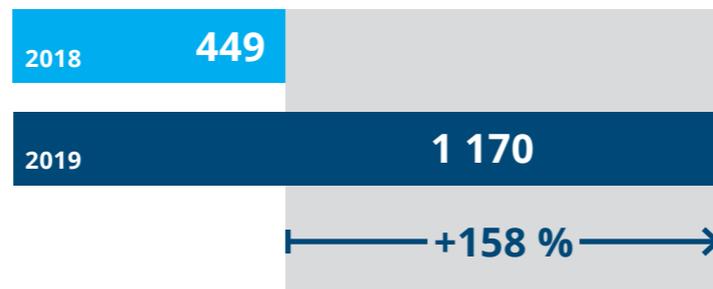
Tout au long de 2019, nous avons formé 14 389 personnes aux fonctions de boucher, (bouchère) pâtissier (pâtissière), boulanger (boulangère), poissonnier (poissonnière) et opérateur (opératrice), et enfin de chef des opérations, gestionnaire et de responsable magasin, soit 126 330 heures de formation au total.

Journée et Semaine du Développement de GPA

En 2019, 1 170 employé(e)s ont participé à la Semaine du Développement, soit une augmentation de 158 % par rapport à l'année précédente. Les 29 actions de formation ont abordé divers sujets tels que le protagonisme, la méthodologie rapide, le leadership, le coaching, la rétroaction (feedback), le digital mindset (état d'esprit) numérique et enfin le mindfulness.

La Journée du Développement, tenue une fois par mois, nous permet également de mener, en moyenne, quatre actions de formation en entreprise sur auto-inscription, sur des thèmes divers, tels que la communication, la gestion du changement, Excel, entre autres. Tout au long de l'année, plus de 500 employé(e)s ont participé à ces rencontres.

COLLABORATEUR(TRICE)S AYANT PARTICIPÉ À LA SEMAINE DU DÉVELOPPEMENT



L'équipe d'employé(e)s qui a fait la promotion de la Semaine de développement GPA



Sondage sur l'engagement des personnes: Fale na Boa [Parlons franchement]

Réalisée tous les deux ans dans nos Business Units, l'enquête mesure la favorabilité et l'engagement des collaborateur(trice)s.

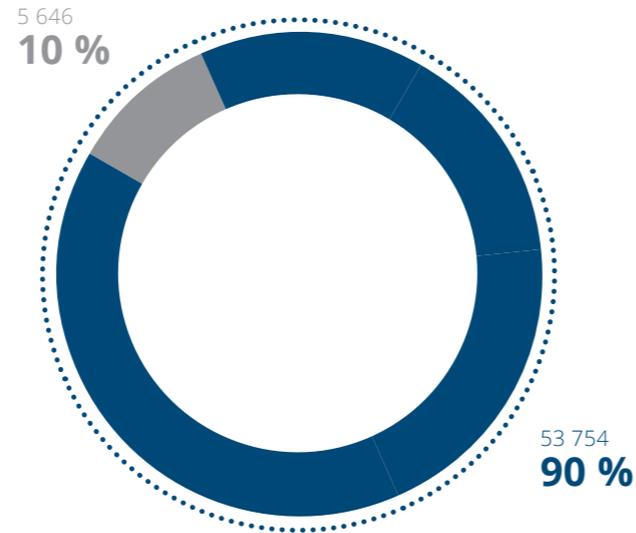
En 2019, le Multivarejo et la Corporation ont mené le sondage pour lequel la méthode a changé et utilise maintenant un questionnaire individuel et confidentiel - 100 % et en ligne. Des 59 400 personnes éligibles (tous salariés confondus), entre les stagiaires et les jeunes apprentis recrutés jusqu'en mars 2019), 53 754 ont répondu au questionnaire, ce qui représente un taux d'adhésion de 90 %. Le taux d'engagement est passé de 66 % en 2017 à 73 % en 2019, soit une augmentation de 7 %. Cet indicateur est l'un des plus pertinents car il démontre l'évolution de tout le travail réalisé ces dernières années est celui relatif à la diversité. Nous avons eu une augmentation de 8 % sur ce thème par rapport au dernier sondage. En 2020, un plan d'action sera élaboré et servira de retour d'information sur la base des résultats du sondage.

Diversité : 8 points de plus

Le thème de la diversité abordé lors du sondage a vu une augmentation de 77 % à 85 % en 2019

Participation au sondage

(employé(e)s et %)



- ont répondu
- n'ont pas répondu

Indice d'engagement



Employé(e)s réuni(e)s au siège de GPA

RÉPERCUSSIONS DE L'ENQUÊTE SUR L'ENGAGEMENT D'ASSAÍ

L'enquête menée en 2018, chez Assaí, pour mesurer le degré d'engagement a recueilli 94 % d'adhésion des salarié(e)s et a présenté un taux d'engagement de 79 %, chiffre record depuis qu'il a été décidé de mener le sondage. Afin de donner un retour d'information aux employé(e)s, l'enseigne a mis en place plusieurs actions comme le Programme de reconnaissance des promu(e)s et le Programme Employé(e) du mois, dans les magasins Assaí ; et la mise à disposition de nouvelles options de cours et l'amélioration de l'Université Assaí.

Le dialogue social

L'élaboration de politiques de Ressources Humaines se fonde sur un dialogue régulier avec nos salarié(e)s et partenaires sociaux. Le Groupe mène de nombreuses actions en faveur du dialogue social et entretient des relations avec 308 syndicats couvrant 100 % de nos effectifs. En 2019, nous avons négocié les conventions collectives et les accords avec les syndicats pour nous conformer aux nouvelles lois du travail et aux besoins de l'entreprise.



Groupe d'employés ayant complété 20 années au sein de l'entreprise

Nouvelles unités de soins ambulatoires : plus de santé pour nos employé(e)s

Parmi les actions visant à promouvoir la santé physique et psychologique des employé(e)s, nous avons inauguré au siège d'Assaí Atacadista, à São Paulo, un service de soins ambulatoires de complexité moyenne, doté de professionnels de huit spécialités différentes. De septembre à décembre 2019, plus de 6 000 consultations ont été réalisées pour promouvoir la prévention de maladies et la qualité de vie de tous et de toutes. En mars 2020, nous allons mettre sur pied une unité de soins ambulatoires identique à ce format au Centre de Distribution (DC) de Cajamar,

à São Paulo, qui offrira un service 24 h/24. Une nouvelle unité a également été inaugurée en Août pour le Multivarejo, pour les collaborateur(trice)s du siège social et des 525 magasins environnant. Celle-ci comporte sept cabinets et peut accueillir jusqu'à 150 personnes par jour. Environ 16 000 consultations ont été effectuées tout au long de 2019, entre les examens médicaux de recrutement, de licenciement, les examens périodiques et de retour au travail.

Remerciements aux collaborateurs(trice)s

Programme Employé(e) du mois

En 2019, Assaí a lancé le Programme Employé(e) du mois, qui visait à reconnaître les collaborateur(trice)s faisant preuve d'attitudes et de comportements positifs pour le renforcement de la culture et contribuant à une meilleure expérience pour nos client(e)s. Chaque mois, cinq professionnels sont élus Employé(e) du mois, dans tous les magasins de gros Assaí Atacadista, sur la base de l'évaluation de leurs dirigeants. Depuis son lancement en août 2019, plus de 3 000 personnes ont été reconnues.

Reconnaissance et remerciements de l'ancienneté

Une autre initiative démontre notre reconnaissance et nos remerciements à nos collaborateur(trice)s pour avoir célébré 10 à 45 ans de travail au sein de l'entreprise, cette célébration se faisant tous les cinq ans. Pour le Multivarejo, nous avons organisé un événement en décembre pour les employé(e)s des départements corporate de l'entreprise et honoré environ 3 000 personnes à travers le Brésil. Tou(te)s les collaborateur(trice)s des magasins, des Centres de Distribution et des bureaux régionaux qui ont célébré l'anniversaire de leur entreprise ont reçu un kit de célébration sur leur lieu de travail pour fêter l'occasion avec leurs collègues. Assaí a un programme similaire, pour lequel 387 employé(e)s ont été honorés et ont reçu, ensemble, R\$ 500 000 en 2019.



Espace du service de soins ambulatoires au siège d'Assaí et de GPA



Diversité et Inclusion

Notre engagement envers la diversité, le respect et l'inclusion est un facteur différentiel de notre entreprise, faite de personnes et pour les personnes, où le(a) client(e) est au centre de notre stratégie.

Nos politiques, initiatives et processus sont guidés par cinq thèmes prioritaires afin de garantir la représentativité, les droits de l'homme et droits civils, le respect, l'appréciation et l'équité de tous et de toutes :



Inclusion et épanouissement
des personnes en situation
de handicap



Équité des genres



Équité sociale



Respect pour les
Droits LGBTQIA+



Diversité d'âges



Collaborateur
Extra Hiper



Inclusion et épanouissement des personnes en situation de handicap

Plus de 4 000 professionnels en situation de handicap travaillent au siège social, dans les magasins, les Centres de Distribution et les bureaux de GPA.

Les professionnels en situation de handicap représentaient 5,4 % du cadre du personnel chez Assaí en 2019.

En 2019, les sites et intranet Assaí et Compre Bem sont devenus accessibles aux personnes malentendantes, grâce à la mise en place de l'outil *Hand Talk* (Hugo) qui traduit le contenu des textes et vidéos en Libras (langue des signes brésilienne).

Hugo, le personnage
de *Hand Talk* qui fait
la traduction en Libras
[la langue des signes
brésilienne]



Plus de 5 millions et 900 000 mots ont été traduits depuis le lancement du programme.

Assaí s'est également rendue à Reatech, le plus grand salon sur l'inclusion des personnes en situation de handicap d'Amérique Latine. Notre stand offrait des opportunités d'emploi, d'affaires avec la carte Passaí et une formation pour les entrepreneur(se)s à l'Académie Assaí Bons Negócios [bonnes affaires].

L'enseigne Extra, par le biais de l'Institut GPA, a réalisé de nouvelles éditions du Programme Sementes [Graines], qui vise à former les personnes en situation de handicap aux métiers de boulanger, pâtissier et d'agent de service à la clientèle (cf. page 82 pour en savoir plus).



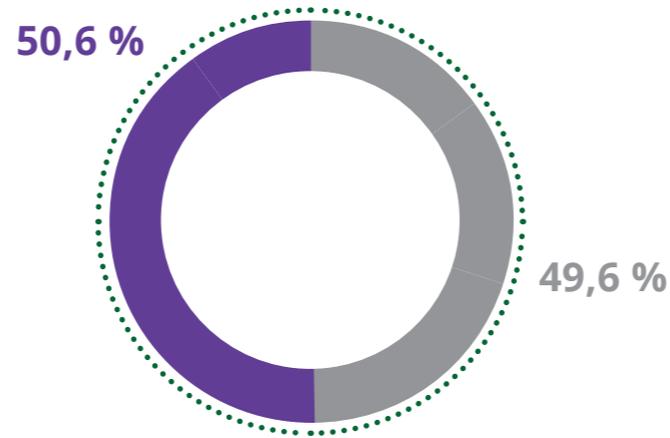
Équité des genres

En 2019, nous avons mené des programmes et des initiatives pour l'égalité des genres en collaboration avec les associations dont nous faisons partie.

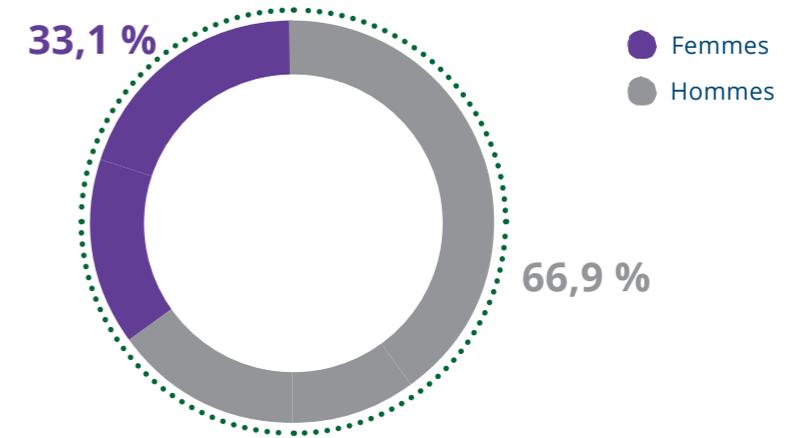
Tout au long de l'année, nous avons mené plusieurs actions de développement des compétences et de préparation à la succession de fonctions pour augmenter le nombre de femmes aux postes de direction, en mettant un accent particulier sur le Programme de développement du leadership au féminin, dans lequel 214 femmes managers (du siège, des magasins et des Centres de Distribution) ont participé à une formation sur l'autonomisation des femmes et l'image de marque personnelle, entre autres. L'enquête de satisfaction a identifié les points positifs suivants :

- Les gestionnaires ont désormais une vision critique et un regard accru sur l'autonomisation des femmes, outre la perception de leur rôle et de leurs responsabilités dans la société ;
- Elles ont appris la valeur et l'importance de pratiquer la sororité ;
- Elles ont développé leur degré de conscientisation et de perception de leurs préjugés inconscients ;
- Elles ont élargi leur ambition de croissance professionnelle de manière consciente et planifiée ;
- Elles se sentent responsables de diffuser ce qu'elles ont appris et de faire la différence.

Collaborateurs(trice)s GPA



Postes de direction (gestionnaires et cadres supérieurs)



Événement de clôture
du Programme de
développement du
leadership féminin



Garantir l'équité des genres chez GPA comprend également le maintien d'au moins une femme dans le plan de succession aux postes et le soutien aux collaboratrices au retour de leur congé de maternité.

Toutes ces actions sont suivies par le Comité de l'Équité des Genres qui supervise et propose des actions pour promouvoir le sujet suivant les piliers du Manifeste pour l'équité des genres. Signé par la haute direction, ce Manifeste vise à renforcer des actions spécifiques pour les femmes occupant des postes de direction ; à promouvoir des campagnes et des actions éducatives sur les questions de genre, dans le but d'éradiquer les comportements inacceptables ; à élaborer des politiques et des processus pour assurer l'égalité salariale entre les genres ; à revoir les processus pour réduire les cas de préjugés inconscients ; et à améliorer les politiques et les avantages liés au congé de maternité et de paternité.

Outre les actions liées aux politiques et procédures, Assaí et Compre Bem ont également offert un vécu, des expériences et des colloques ouverts aux publics féminin et masculin sur l'équité des genres et des thèmes tels que « Pourquoi parlons-nous tellement de cela ? » ; « La lutte contre la violence conjugale » ; « Carrière et Maternité » ; « Le leadership au féminin » ; et « Soins personnels et bien-être de la femme d'aujourd'hui ».

Les deux prix que nous avons reçus en 2019 sont la preuve et une reconnaissance des efforts déployés :

- **Mulheres na Liderança** [Femmes à la Direction] (catégorie varejo), du journal *Valor Econômico* ;
- **WEP Brésil (catégorie bronze)** - Entreprises autonomisant les femmes, une promotion d'ONU Femmes au Brésil, en partenariat avec le Pacte mondial.

Les membres du Comité GPA sur l'Équité des Genres et l'équipe de la Diversité se sont réunis à la cérémonie du WEP Award





Équité raciale

L'un des responsables de la conduite du programme de diversité raciale, le groupe d'affinité GPA Madiba, créé en 2018, compte actuellement plus de 100 membres et travaille sur des questions liées à l'attraction, la rétention, le développement, l'engagement, la conscientisation et la sensibilisation de nos employé(e)s à l'équité raciale. En 2019, le groupe a élaboré une planification à moyen et à long terme qui orientera les actions et les priorités des piliers définis par ce dernier : sensibilisation, communication, engagement et organisation d'événements. De plus, les mesures suivantes ont été prises :

- Définition de groupes de travail pour planifier et mettre en œuvre des actions de sensibilisation, de communication, d'engagement et de réalisation d'événement ;

À Assaí et Compre Bem, le Programme de stages ethno-raciaux, prévu au 1^{er} semestre de 2020, a été approuvé, avec 15 postes à pourvoir pour l'inclusion de jeunes étudiant(e)s universitaires noir(e)s dans tous les domaines des deux enseignes.

- Formation sur la construction historique, sociale et culturelle du racisme et le rôle de l'individu en tant qu'agent du changement, dans le cadre du Mois de la Conscience Noire, en novembre ;
- Mise en place d'actions de sensibilisation à l'adresse des collaborateur(trice)s durant la Semaine de la Conscience Noire, comme la conférence sur la corrélation entre la couleur de la peau et les inégalités, et sur les manières de contribuer, ensemble, à faire évoluer les choses en vue de l'élaboration de politiques publiques de lutte contre les inégalités et la discrimination raciale. Mise en place, de plus, d'une dynamique,

en partenariat avec l'Instituto Identidades do Brasil [Institut Identités du Brésil], laquelle a proposé aux participants de réfléchir sur leur positionnement personnel par rapport à la question du racisme au quotidien : le jeu Privilège Blanc. Du matériel de formation sur les expressions racistes à éviter a également été distribué ;

- Participation, en novembre, au Salon des métiers de la Faculté Zumbi dos Palmares. L'événement visait à promouvoir une interaction entre les entreprises et les étudiant(e)s pour attirer les talents. Cette rencontre a également été l'occasion de diffuser nos offres d'emploi et d'expliquer nos processus de sélection.

*Le Groupe d'affinité
Madiba de GPA*





Respect pour les Droits LGBTQIA+

En 2018, le groupe LGBTQIA+ Pride a également été créé, dont plus de 60 employé(e)s font partie. Ils travaillent ensemble pour contribuer à un environnement de travail plus respectueux et inclusif. Le groupe mène des actions d'affirmation pour attirer, retenir et développer les talents, tout en contribuant à la sensibilisation des collaborateur(trice)s et de la société au respect de la communauté LGBTQIA+.

En 2019, plusieurs actions de sensibilisation ont été menées, parmi lesquelles, par exemple, une conférence sur les enjeux des entreprises en vue de l'approbation d'une loi pour assimiler l'homophobie à une injure raciale, à l'occasion de la Journée internationale de lutte contre la LGBTQIA+phobie ; toute une série de communications, avec des vidéos d'information sur la semaine LGBTQIA+ Pride a également été faite. De plus, les magasins Mini Extra, le long du parcours de la Marche LGBTQIA+ Pride ont été décorés aux couleurs du drapeau arc-en-ciel, symbole du mouvement.



Groupe de collaborateur(trice)s GPA



J'ai été bien accueilli(e) par les client(e)s et mes collègues. J'aime vraiment travailler à la caisse ; j'ai immédiatement senti le courant passer avec mon équipe : les gens connaissent ma transsexualité et me soutiennent, et ça, c'est super.

Michele Queiroz,
Collaboratrice Extra.



Partenariat avec Transempregos

Nous avons signé un partenariat entre la Division du Recrutement et de la Sélection et Transempregos, une plateforme qui établit un lien entre les professionnels trans et travestis et les entreprises souhaitant investir dans la diversité.

Résultat : 31 professionnel(le)s trans ont été embauché(e)s en 2019. Nous avons également participé, avec d'autres entreprises, au Festival #AgoraVai [C'est maintenant ou jamais], une autre initiative de Transempregos, dont l'objectif était de former des professionnel(le)s trans pour les insérer sur le marché du travail, par le biais d'ateliers et de formations sur l'élaboration de CV, des conseils pour les entretiens et même en matière de style vestimentaire.





Diversité d'âges

Notre cadre du personnel est formé de professionnel(le)s de toutes les générations et de différentes régions. En 2019, nous comptons 4 193 jeunes apprentis, âgés en moyenne de 16 à 24 ans, 98 stagiaires, de 18 à 23 ans et 1 614 professionnel(le)s de plus de 60 ans, lesquels représentent ensemble 6,2 % de nos collaborateur(trice)s.

Pour mettre en valeur les atouts de chaque génération, nous avons mis en place des actions pour les collaborateur(trice)s tout au long de l'année, telles que la réalisation de conférences et la diffusion de contenus.

EN 2019 NOUS COMPTONS SUR DES

4 193 jeunes apprentis
de 16 à 24 ans

98 stagiaires
18 à 23 ans

1 614 professionnels de
plus de 60 ans

Groupe de jeunes
apprentis GPA

En 2019, le programme de stages de GPA se composait de deux classes de 80 nouveaux talents au vécu, expériences et attentes des plus divers pour travailler dans 18 secteurs de l'entreprise. Ces derniers ont, pendant un an, participé à des parcours de connaissances avant d'élaborer un projet d'amélioration du segment dans lequel ils opèrent.

Jovem Aprendiz [Jeune apprenti]

L'année 2019 a marqué une étape importante pour le Programme Jovem Aprendiz, des jeunes apprentis de GPA : après trois ans de consolidation du Programme Apprenti Hôte(sse) de Caisse, le processus d'embauche de ces professionnel(le)s a démarré, pour lequel 32 % des apprentis en fin de contrat de Jovem Aprendiz ont été engagés. L'insertion des jeunes au secteur caisse a considérablement augmenté les possibilités d'embauche, car, outre les compétences pratiques acquises, ils sont adaptés à la culture de la maison et connaissent les routines du magasin. Pour 2020, nous prévoyons d'insérer les apprentis dans les secteurs des denrées périssables, de la boulangerie et de la vente.

Chez Assaí, nous avons consolidé le Programme d'apprentissage avec l'établissement de règlements, de nouveaux partenariats, la conception de la carte d'apprentissage, la révision du modèle d'inclusion et la construction de la politique du Programme pour la diffusion et la formation de leaders. Au Siège Administratif d'Assaí, le Programme *Jovem Aprendiz* que nous avons mené met l'accent sur la diversité.



Les 60+

Nos offres d'emploi s'adressent à tous ceux et celles qui souhaitent exercer leurs talents et développer leur carrière, sans limite ni restriction d'âge. Le but est de mettre en valeur les relations intergénérationnelles car elles contribuent grandement à l'environnement de travail. Le thème a été l'un des temps forts de la Semaine de la diversité et, pour 2020, nous avons l'intention d'établir des partenariats avec des organisations axées sur l'employabilité des personnes âgées.



Atelier sur la langue
des signes brésilienne :
Libras, lors de la Semaine
de la Diversité à GPA

La Semaine de la diversité

En 2019, nous avons donc organisé la Semaine de la Diversité, avec au programme, la sensibilisation de nos collaborateur(trice)s aux thèmes prioritaires de l'entreprise. Au siège de GPA, nous avons promu des événements pendant cinq jours d'affilée, avec plus de 20 conférenciers et panélistes de différentes entreprises, organisations de la société civile et établissements d'enseignement, auxquels plus de 1 500 personnes ont participé, public interne et public externe confondus. Au siège d'Assaí et de Compre Bem, nous avons organisé des conférences et des expériences, dont le point fort était le Musée de l'Empathie, qui a présenté des illustrations, des photographies et des objets liés aux thèmes prioritaires. Ces actions ont été échelonnées dans les magasins, les Centres de Distribution et les bureaux régionaux.

La Semaine de la diversité a eu un temps fort : l'offre d'un cours de Libras (langue des signes brésilienne) pour tous les collaborateur(trice)s à notre Université du commerce de détail Varejo.



La Langue des signes brésilienne a toujours attiré mon attention. J'avais l'intention, dans le futur, de suivre un cours, jusqu'au moment où j'ai eu accès au matériel mis à disposition à l'Université du commerce de détail. Le contenu n'a fait que raviver mon intérêt ; j'ai donc suivi un cours plus approfondi et j'ai eu quelqu'un avec qui interagir. Arriver à ce cours avec des connaissances élémentaires m'a beaucoup aidée au niveau de mon rendement.

Je me suis sentie satisfaite et j'étais fière de pouvoir aider quand la Coopérative de Crédits m'a appelée et que j'ai réussi à aider un collaborateur sourd à demander un prêt après que l'équipe ait tenté de communiquer de toutes les manières possibles – sans succès ! Maintenant, la prochaine étape, c'est de fréquenter une faculté pour obtenir un diplôme d'interprète de Libras.



Janaína Venâncio,
Collaboratrice GPA.

Durant l'événement, nous avons également signé deux engagements :

- Alliance sans stéréotypes d'ONU Femmes : Ce mouvement vise à sensibiliser les annonceurs publicitaires, les agences de publicité et tout le secteur pour leur montrer combien il est important d'éliminer les stéréotypes dans les campagnes publicitaires et de promouvoir l'équité des genres dans la publicité.

- Initiative commerciale pour l'équité raciale
Une plate-forme de mise en lien entre les entreprises engagées dans la recherche de performances qui font la différence en abordant le thème ethno-racial.

Et ce n'est pas tout : en 2019, nous avons également rejoint la **Coalition des entreprises contre la violence à l'égard des femmes et des filles**, initiative d'ONU Femmes et de l'Institut Avon dont l'objectif est de construire un environnement de travail sûr et sans harcèlement par des lignes d'action basées sur la formation, la qualification et les bonnes pratiques.

FORMATIONS ET ATELIERS

Pour renforcer nos valeurs et la diversité de notre culture d'entreprise, nous organisons des stages et des formations pour les principales parties prenantes, en soulignant l'importance d'une attitude respectueuse envers tous dans nos activités quotidiennes. Voici quelques exemples des formations et ateliers dispensés :

- Formation sur les préjugés inconscients à l'adresse de tous les managers et directeur(trice)s mais aussi des membres des groupes d'affinité et des partenaires commerciaux (BP) en affaires, ainsi que les représentants des Ressources Humaines et l'équipe chargée des sélections ;
- **Workshop pour les entreprises spécialisées dans la sécurité** - Conçu pour nos fournisseurs de services spécialisés dans tout le Brésil, et de services de sécurité privée. L'objectif était de réitérer nos valeurs, nos orientations stratégiques et d'améliorer les processus au service de nos client(e)s ;
- Dans le Multivarejo (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité), nous avons lancé en juillet le **Programme des Ambassadeurs de la Diversité**, qui a deux employé(e)s de magasin et des démultiplicateur(trice)s du thème auprès du reste de l'univers GPA et qui jouent le rôle de points focaux pour toutes les questions connexes. Pour 2020, l'enjeu est de former ces Ambassadeur(trice)s et de créer un réseau relationnel ;
- À Assaí, nous avons construit la **Carte de la Diversité** (qui sont-ils ? Où sont-ils ? Combien de collaborateur(trice)s compte-t-on sous l'enseigne et à quels piliers prioritaires de la diversité appartiennent-ils dans tout le Brésil ?) ;
- Montage d'une **Vidéo du Manifeste de la diversité d'Assaí**, présentant les instructions à toutes les audiences et le respect nécessaire des attitudes et actions que l'entreprise mène déjà pour promouvoir et valoriser la diversité ;
- Approbation et constitution du **Groupe de la diversité**

d'Assaí, qui discutera sur des actions de promotion de ce sujet dans les années à venir. Le Groupe, formé de deux représentant(e)s de chaque Comité exécutif réunit des leaders dans la formation d'opinion, des influenceurs et des représentants de tous les piliers de la diversité (générations, genres, races, personnes en situation de handicap et LGBTQIA+) ;

- Toujours à Assaí, le programme de **Dialogue sur la Diversité** dispose d'un calendrier annuel d'actions allant des communications internes et externes, des conférences à l'adresse des employé(e)s et de la participation à des foires-expo ainsi que des événements pour promouvoir le thème à des dates commémoratives (comme, par exemple, la Journée internationale contre l'homophobie, la Journée de la conscience noire, etc.).

Ateliers de Prévention et de Sécurité GPA

Destiné aux employé(e)s qui dirigent les équipes impliquées dans les activités de Prévention des Pertes de nos magasins dans tout le pays. Cela a été l'occasion pour nous de renforcer nos valeurs, nos orientations stratégiques et nos procédures, outre le programme de GPA pour lutter contre la discrimination et les préjugés et savoir comment nous devrions travailler sur ces questions au sein de notre entreprise.

Action positive lors de la
Semaine de la Diversité
Assaí et Compre Bem





Collaborateur GPA participant à la Semaine de la Diversité

Résumé des objectifs cibles

Objectifs cibles de 2019

Atteindre 33,8 % de aux postes de direction (gestionnaires et cadres supérieurs)

Atteindre 4,3 % de collaborateur(trice)s en situation de handicap au sein du cadre du personnel

Mettre en œuvre le programme de la diversité (actions de sensibilisation et de formation)

STATUS



Commentaires

Nous avons atteint 33,1 % de femmes occupant des postes de direction (gestionnaires et cadres supérieurs), soit une augmentation de 0,8 % par rapport à l'année précédente

Nous avons atteint 4,1 % de salariés en situation de handicap, soit une augmentation de 0,5 % par rapport à 2018

Nous avons réalisé plus de 15 activités de sensibilisation à la diversité destinées aux postes de direction, aux membres des groupes d'affinité et aux employé(e)s de GPA tout au long de l'année

ATTEINT

PARTIELLEMENT ATTEINT

PAS ATTEINT

Gestion et changement climatique

ODD

LES AXES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

11 12 13



Réduction des impacts sur l'environnement

Notre opération est complexe et implique de nombreux secteurs de l'Entreprise ainsi que les fournisseurs, chargés de veiller à ce que, chaque jour, nos client(e)s trouvent les meilleurs produits dans nos magasins. Et, comme notre réseau de magasins et de Centres de Distribution répartis dans tout le Brésil est vaste, nous cherchons toujours à identifier, surveiller et réduire au minimum les impacts négatifs sur l'environnement.

C'est la raison pour laquelle, nous avons mené une étude approfondie en 2019 pour identifier et cartographier les

principales caractéristiques des fuites de gaz réfrigérant ainsi que le profil de consommation électrique de nos magasins. En résultat, nous avons élaboré un classement des magasins prioritaires où il fallait agir en 2020.

Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES), nous avons remplacé le gaz des systèmes de réfrigération par d'autres moins nocifs pour l'environnement ; la substitution du gaz s'est faite suivant le calendrier de travaux de rénovation.



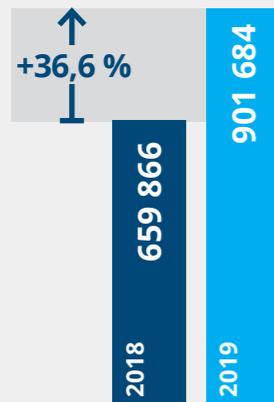
CDP (Carbon Disclosure Project - Projet de divulgation du carbone) est une organisation internationale qui mobilise les investisseurs, les entreprises et les gouvernements en vue de construire et d'accélérer des actions de collaboration pour un développement qui fonctionne pour les générations actuelles et futures. Dans ce cadre, GPA communique depuis 2010 aux investisseurs du monde entier les informations sur ses actions liées au changement climatique. Au cours du cycle de reporting de 2019, l'entreprise a obtenu la note B-. Cette performance place l'entreprise au-dessus de la moyenne mondiale (C) et de son secteur (C également). Participer au CDP, c'est se positionner à l'international par rapport à un sujet extrêmement urgent - le changement climatique - tout en alignant nos actions en interne sur les tendances mondiales des meilleures pratiques en la matière.



Lucas Ribeiro,
Responsable de l'engagement et des relations d'entreprise chez CDP.

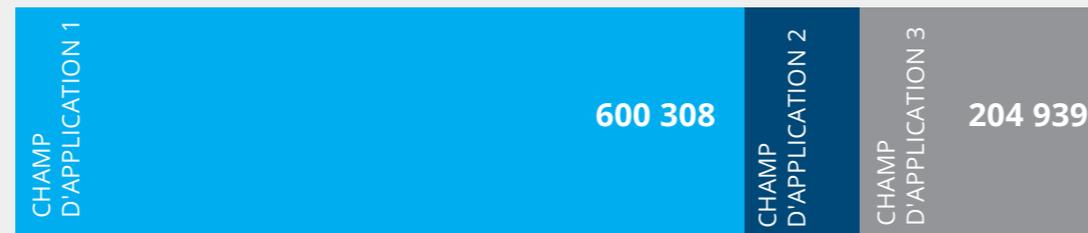
Émissions de gaz à effet de serre (GES) Ton/CO₂e

ÉMISSIONS TOTALES / ANNÉE



ÉMISSIONS - CHAMP D'APPLICATION

96 437



CHAMP D'APPLICATION 1

Diesel pour groupe électrogène | Gaz réfrigérants | Carburant pour chariot élévateur | Carburant de fret *Delivery* | Combustible pour gazinière et radiateurs

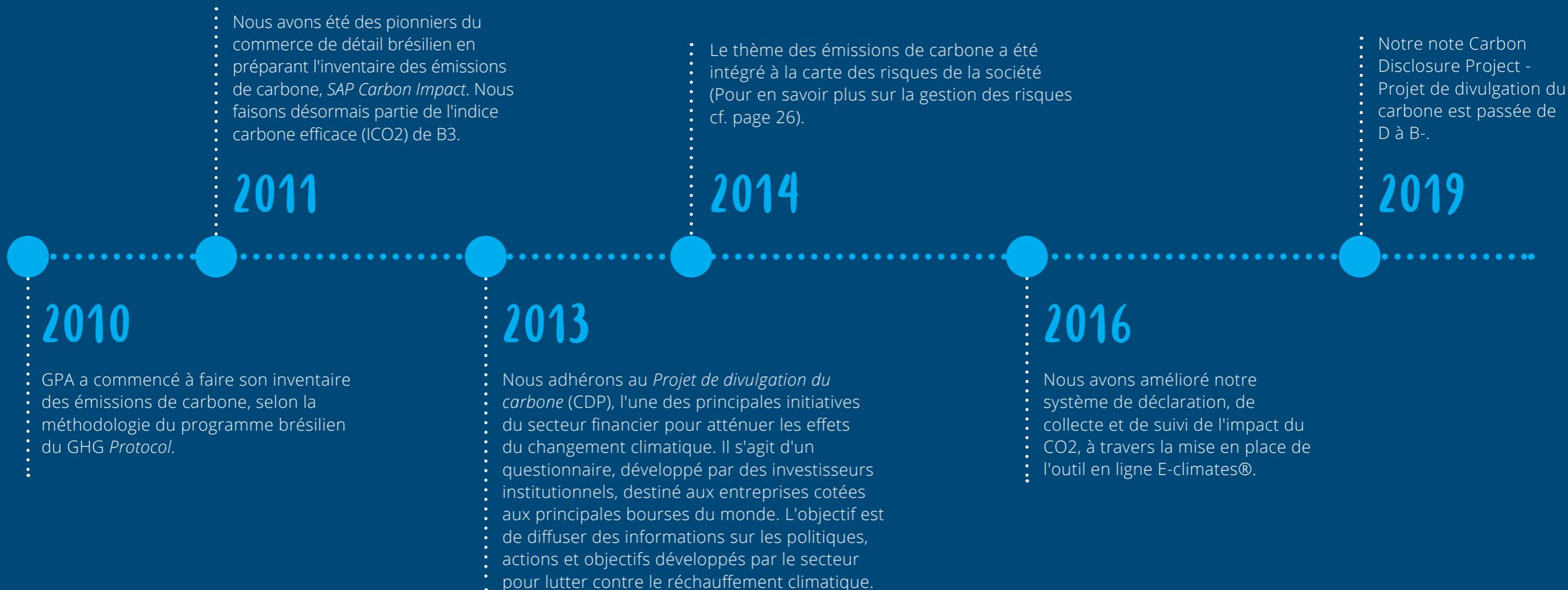
CHAMP D'APPLICATION 2

Acquisition d'électricité

CHAMP D'APPLICATION 3

Carburant pour le transport de marchandises (CD-magasin) | Consommation de papier A4 | Consommation de papier publicitaire | Déplacements en taxi | Déplacements en avion | Déchets d'enfouissement | Déchets compostés

Contrôle des émissions



Effacité énergétique - Vers la maîtrise de l'énergie

L'étude réalisée nous permet de répertorier les actions nécessaires à la réduction de la consommation d'électricité dans nos magasins en utilisant des énergies renouvelables.

Nous avons investi dans nos opérations dans le secteur Multivarejo (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité), comme, par exemple, la fermeture des comptoirs alimentaires pour réduire la charge thermique, mais aussi l'automatisation et la substitution de lampes et de luminaires par des modèles plus efficaces.

Les magasins Assaí sont construits selon une philosophie de la maîtrise de l'énergie pour assurer l'efficacité énergétique et la gestion de l'impact sur l'environnement. Les nouveaux magasins, par exemple, ont un éclairage 100 % LED ; ils sont remis clés en main avec un système de climatisation automatisé qui s'éteint automatiquement dès que la température est adéquate ; de plus, leur façade en verre et leurs tuiles translucides reflètent les initiatives visant à réduire la consommation d'électricité. En outre, afin de promouvoir des activités de plus en plus durables, Assaí investit dans le solaire avec l'installation de centrales photovoltaïques sur le toit de ses magasins ; ceci a l'avantage de réduire la distance entre la production et la consommation d'énergie, tout en profitant des zones inutilisées et en augmentant notre indépendance du fournisseur d'électricité local.

Utilisation des énergies renouvelables

Nous sommes la première entreprise de vente au détail à migrer vers les Marchés Libres et à utiliser d'autres sources d'énergie renouve-



La crise climatique présente des défis importants pour les entreprises du monde entier. Les entreprises brésiliennes ont l'occasion unique d'être les chefs de file dans les initiatives du programme énergétique, étant donné l'énorme potentiel du pays en matière de ressources renouvelables. Les nombreuses initiatives adoptées par GPA, dans sa recherche constante d'efficacité énergétique et dans l'utilisation d'énergies 100 % renouvelables, témoignent de l'engagement du Groupe à faire sa part sur un sujet si pertinent.

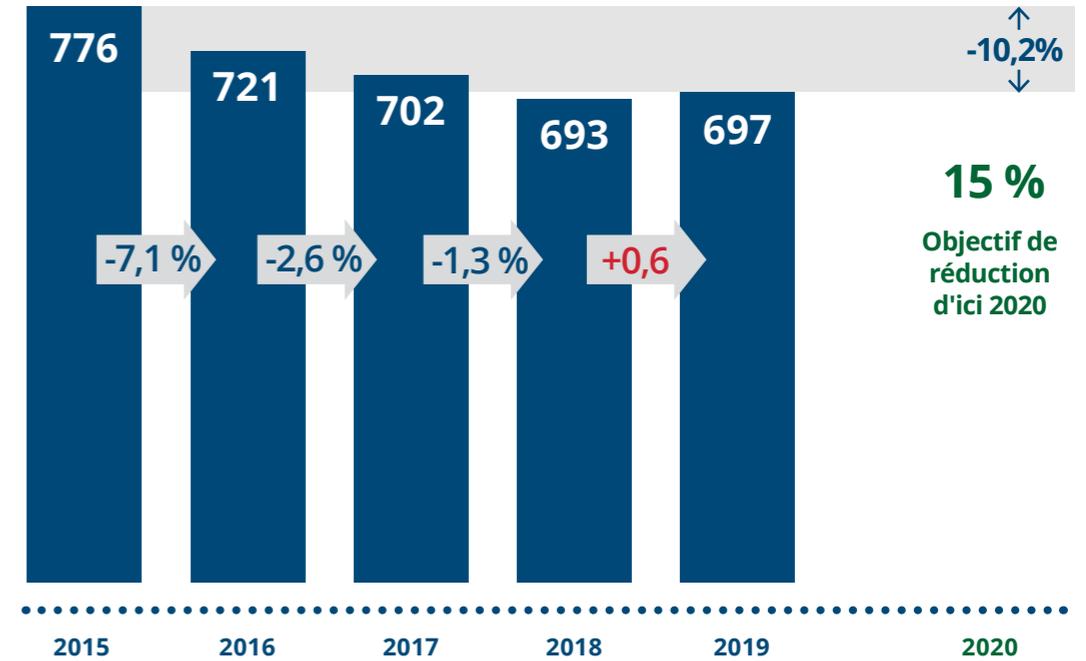


Julio Carepa,
Manager of metrics for Sustainability chez Waycarbon.

lable. En 2019, 27 magasins Multivarejo ont migré vers le marché libre de l'énergie, totalisant 232 unités (magasins, CD, bâtiments administratifs et centres commerciaux). Ils représentent 83 % du total. L'objectif étant que 94 % des unités du Multivarejo fonctionnent sur une matrice d'énergie électrique provenant des marchés libres d'ici 2024.

Pour 2020, notre objectif est de faire migrer 100 magasins. Chez Assaí, par exemple, le processus de migration vers les Marchés Libres, démarré en mai 2019, génère déjà des économies d'environ 35 % et dessert 50 % des magasins.

Consommation d'électricité (GJ)



Au total, huit centrales solaires fonctionnent sous cette enseigne. L'unité du magasin Ayrton Senna à Rio de Janeiro, considérée comme la plus grande centrale solaire de l'enseigne, compte plus de 3 000 panneaux photovoltaïques installés sur le toit du magasin, couvrant une superficie d'environ 6 000 m². Au cours de la dernière année, les centrales d'Assaí ont généré plus de 6 000 MWh d'énergie, ce qui équivaut à la consommation d'électricité d'environ 3 400 foyers moyens. Ceci a donc permis d'éviter l'émission de 535 tonnes de CO₂ pendant la période.



Zone interne du Centre de Distribution 1 de GPA

Logistique et intermodalité

Afin de réduire l'impact sur l'environnement de nos opérations logistiques, nous continuons de diversifier les modes de livraison et de transport de nos marchandises depuis les Centres de Distribution jusqu'aux magasins. Nous avons intensifié l'utilisation du cabotage (transport maritime côtier), adopté de nouvelles stratégies d'approvisionnement, en mettant davantage l'accent sur les produits non alimentaires, et commencé à utiliser le réseau ferroviaire.

Afin d'optimiser nos itinéraires, nous avons lancé deux projets en 2019 :

- Carona, où le même véhicule est utilisé pour retirer des produits auprès de plusieurs Centres de Distribution puis de les livrer à un magasin ; grâce à ce système, plus de 1 600 véhicules ne parcourent plus inutilement 250 000 km ;
- Backhaul, opération grâce à laquelle tout véhicule effectuant une livraison de produits dans l'un de nos magasins ne retourne pas vide au Centre de Distribution, mais continue sa tournée et se rend chez l'un de nos fournisseurs pour retirer des produits et les

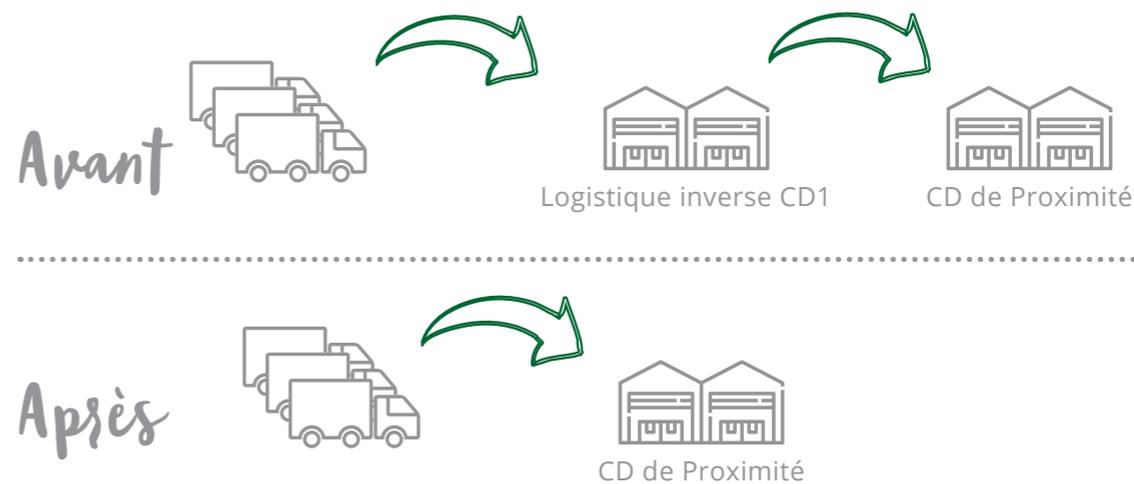
livrer à la Centrale.

Mise en place de la logistique inverse pour les produits des CD de Proximité

De plus, nous avons mis en place une logistique inverse dans le Centre de Distribution de Proximité. Dans l'ancien processus, les magasins retournaient les équipements pour la logistique inverse au CD1 ; les véhicules allaient donc au CD1 décharger les équipements avant de se rendre au CD de Proximité

pour effectuer le chargement des marchandises.

Désormais, les magasins de Proximité retournent les équipements directement au Centre de Distribution de Proximité. Cette initiative nous a donc permis de réduire la circulation de plus de 43 200 véhicules par an, ce qui veut dire que 8 566 272 km ne sont plus parcourus inutilement.



Logistique inverse et gestion des déchets

Pour réduire l'impact sur l'environnement causé par la génération de déchets, nous travaillons dans quatre domaines :

- La gestion des déchets de nos activités ;
- La réduction des déchets jetables de nos Marques Exclusives ;
- La lutte contre le gaspillage alimentaire ;
- La promotion de programmes de logistique inverse.

La gestion des déchets issus de nos activités

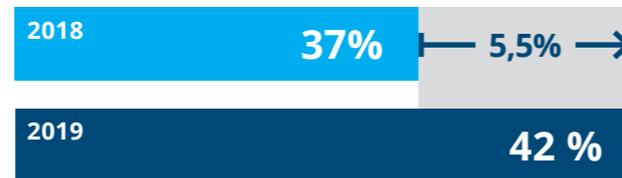
Nous cherchons sans cesse de nouveaux moyens pour réduire au minimum et éviter de générer des déchets dans nos activités. Pour ce faire, nous avons développé le projet qui utilise maintenant un nouveau modèle de gestion des déchets à l'arrière des magasins ; grâce à cela, nous sommes passé de 12 à 81 unités, ce qui nous a permis d'atteindre un taux de récupération (quantité de déchets recyclables sur quantité totale de déchets) de 42 %, soit une croissance de 5,5 % par rapport à 2018 (37 %).

De plus, la quantité de déchets recyclés s'est accrue : plus de 2 700 tonnes de déchets pour le compostage et 51 600 tonnes pour le recyclage.

La réduction des déchets jetables de nos Marques Exclusives

Grâce au Programme Novo de Novo [Flamband neuf de nouveau], les déchets jetés par les consommateur(trice)s aux Points de collecte Pão de Açúcar Unilever sont réutilisés pour fabriquer des emballages en carton et en plastique pour de nouveaux produits. En 2019, 822 045 nouveaux emballages ont été mis sur le marché, ce qui représente une réduction, en moyenne, de 50 % de matières premières vierges qui ne sont plus utilisées.

TAUX DE VALORATION (QUANTITÉ DE DÉCHETS RECYCLABLES PAR RAPPORT À LA QUANTITÉ TOTALE DE DÉCHETS) - 81 MAGASINS



Substitution du styromousse isopor® (EPS) par de la pâte à papier et de l'amidon

La substitution des barquettes en styromousse de isopor® (EPS) utilisées pour les produits horticoles des Marques Exclusives Tael et Qualitá par des barquettes en pâte à papier et amidon est une initiative que nous avons lancée en 2019. Nous nous sommes engagés à remplacer ces emballages à 100 % d'ici mai 2020.

Jusqu'en décembre, 2 millions de barquettes étaient fabriquées avec ces nouvelles matières premières : la cellulose et l'amidon. Ces emballages sont donc durables, exempts de produits pétrochimiques et d'additifs toxiques, et totalement biodégradables, puisqu'ils se décomposent en six mois maximum.

Ces emballages en pâte à papier et amidon, développés en partenariat avec Tamoios Tecnologia, nous ont valu le prix **Grands exemples d'emballages de 2019**.

Légumes emballés dans un nouvel emballage biodégradable



La lutte contre le gaspillage alimentaire

En mettant l'accent sur la réduction de la quantité de nourriture gaspillée chaque année, certains de nos magasins maintiennent une gondole spécifique pour les produits approchant la date de péremption, à des prix plus abordables. Ainsi, 53,3 millions de produits n'ont pas été jetés dans l'année.



Réception de dons de fruits et légumes dans une institution partenaire



Aujourd'hui, nous pouvons leur donner [aux bénéficiaires] de la nourriture plus librement, sans avoir à autant contrôler les quantités. Avant, on était limités. Aujourd'hui, nous avons plus d'options pour le déjeuner et le café, en termes de fruits et de légumes. Et ils peuvent goûter à de nouvelles saveurs.

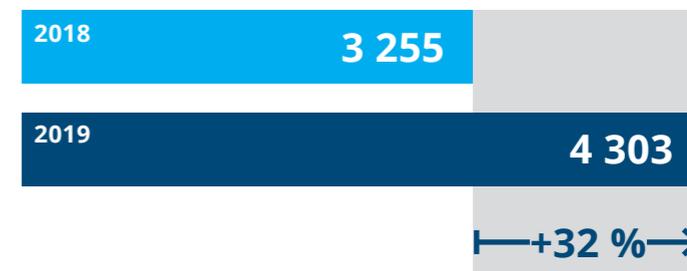


Sarah Baião,
cuisinière de l'ONG Alquimia,
participante au « Programa Parceria
Contra o Desperdício » de partenariat
contre le gaspillage.

De plus, nous avons sensibilisé nos magasins à participer au Programme de partenariat contre le gaspillage qui fait don de fruits et légumes hors normes pour la vente, mais néanmoins propres à la consommation, aux banques alimentaires et aux institutions sociales partenaires de l'Institut GPA. En 2019, nous avons fait don de 4 303 tonnes, soit une augmentation de 29 % par rapport à 2018, 512 magasins ayant participé au moins une fois à l'initiative.

En 2019, Assaí a également réduit son gaspillage et a commencé à utiliser les pelures de fruits et les cosses et tiges de légumes dans les 1 200 repas quotidiens offerts au Centre de Distribution de Cajamar (SP). Et, pour sensibiliser les consommateurs, certains magasins de l'enseigne proposent également une dégustation de jus préparés avec des parties d'aliments non conventionnelles pour montrer les avantages nutritionnels, économiques et environnementaux de l'utilisation totale des aliments, et éviter ainsi le gaspillage.

Don de fruits, légumes (en tonnes)



Programmes de logistique inverse

Pour encourager des attitudes plus durables de nos client(e)s, nous proposons des programmes de logistique inverse pour certains matériaux dans nos magasins :



Collecteurs de capsules de café, en partenariat avec Nestlé Dolce Gusto. Ces collecteurs sont présents dans 19 magasins Pão de Açúcar depuis 2016. 19 tonnes ont été collectées en 2019.



Produits électriques et électroniques, en partenariat avec Green Electron et Abree (Association brésilienne pour le recyclage de produits électriques, de produits électroniques et d'appareils ménager). Démarrée en 2019, l'initiative de logistique inverse de ces déchets se retrouve dans cinq magasins Extra et cinq à Assaí. 5,29 tonnes ont été collectées en 2019.



Styromousse Isopor® (EPS), projet pilote lancé en 2019, en partenariat avec le Comité EPS (isopor®) de Plastivida, et présent dans cinq magasins Pão de Açúcar. 712 tonnes ont été collectées en 2019.



Lampes, en partenariat avec Reciclus, logistique inverse présente dans 132 magasins Extra et 53 à Assaí. 24,9 tonnes de lampes ont été collectées en 2019.



Matériaux recyclables (papier, verre, métal et plastique), en partenariat avec Unilever, les Postes de collecte Pão de Açúcar Unilever sont présents dans 94 magasins Pão de Açúcar depuis 2001 ; les matériaux collectés sont donnés à 25 coopératives de récupérateurs de matériaux recyclables. Les postes de collecte sont également présents dans 24 magasins Assaí depuis 2012 et font l'objet de partenariat avec des usines et des fournisseurs d'énergie. En 2019, 5970 tonnes ont été collectées (6 % de plus qu'en 2018).



Médicaments, logistique inverse développée en partenariat avec Eurofarma, présente dans toutes les pharmacies Extra et Pão de Açúcar de la ville de São Paulo, depuis 2011. 4,6 tonnes de médicaments ont été collectées en 2019.



Piles et batteries, en partenariat avec GreenElectron, logistique inverse présente dans tous les magasins GPA depuis 2012. 14 tonnes ont été collectées en 2019.

Point de collecte Pão de Açúcar Unilever



Ce partenariat renforce les directives de développement durable, de Corticeira Paulista et contribue à une étape importante vers la sensibilisation à l'écologie, l'amélioration de l'environnement et la réutilisation d'une matière première 100 % naturelle.



Norberto Vargas Coelho,
Directeur commercial de Corticeira Paulista.



Les bouchons en liège, partenariat avec Corticeira Paulista depuis 2019, entreprise chargée de traiter les pièces, de les triturer et de les transformer en matières premières afin qu'elles puissent être réutilisées dans la fabrication de produits, tels que des chaussures, articles de décoration, matériaux isolants et composants du secteur automobile ; logistique inverse présente à Pão de Açúcar Adegas. En 2019, 2 000 bouchons ont été collectés.



Panneaux d'informations sur nos actions de développement durable dans un magasin Pão de Açúcar

Résumé des objectifs cibles

Objectifs cibles de 2019	STATUS	Commentaires
Atteindre 515 magasins pratiquant des dons de fruits et légumes		512 magasins ont fait don de produits maraîchers au moins une fois dans l'année
100 magasins doivent adhérer au projet de valorisation des déchets		81 magasins ont adhéré au projet de valorisation des déchets
Atteindre 5,5 tonnes de matériaux recyclables, en moyenne, par mois aux postes de collecte Pão de Açúcar Unilever		5,39 tonnes ont été collectés, en moyenne, par mois aux postes de collecte Pão de Açúcar Unilever
L'augmentation de la consommation d'électricité dans nos magasins ne doit pas dépasser 5 % par rapport à 2018		La consommation d'électricité dans nos magasins a augmenté de 0,6 % par rapport à 2018

ATTEINT PARTIELLEMENT ATTEINT PAS ATTEINT



Notre relation avec la société

ODD

LES AXES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

2 4 12



Notre stratégie opérationnelle est conçue pour générer un impact social positif sur la société, en renforçant les relations entre client(e)s, fournisseurs, employé(e)s et organisations sociales à proximité de nos magasins pour une action commune en tant qu'agents de transformation.

Ce travail est mené par l'Institut GPA, lequel met en œuvre des projets et actions depuis 1998. Il a pour objectif d'accroître les opportunités et d'améliorer les relations sur deux fronts :

- offrir des opportunités d'emploi selon la vocation de la personne ;
- encourager les actions de mobilisation sociale.

Dans le domaine du travail par vocation, il met sur pied des projets en adéquation avec la vocation sociale des marques GPA. à savoir :

Circuits de production d'aliments sains et durables

Par le biais de l'Institut GPA, Pão de Açúcar mène des initiatives mettant l'accent sur les circuits de production d'aliments sains et durables. En 2019, en partenariat avec Conexsus - Instituto Conexões Sustentáveis [l'Institut de connexions durables], nous avons clôturé la Journée de l'accélération après avoir sélectionné 21 entreprises et soutenu le mouvement Negócios pela Terra [Affaires pour la Terre], qui relie les sociétés d'achat et les entreprises communautaires et durables de tout le Brésil.

Ce mouvement a cartographié la demande des acheteurs de produits et de services durables d'associations et coopératives agricoles familiales, des peuples traditionnels, des extractivistes végétaux et des peuples amérindiens.

Grâce à cette cartographie de la demande et la cartographie des entreprises communautaires réalisée en 2018, il sera possible de relier la production et la demande, en accordant des aides à l'identification des opportunités d'affaires en 2020.



Entreprise communautaire soutenue par Conexsus



Le formidable forum d'apprentissage que représente la Journée de l'accélération a permis un échange d'expériences avec des coopératives de diverses régions du Brésil et surtout de découvrir les différentes réalités, cultures, modes de travail et d'organisation. Certains aliments proviennent de l'agriculture familiale de toutes les régions du pays. Cette réunion a porté ses fruits puisqu'elle est à l'origine de la construction de Renacoops (Réseau National de Liaisons Commerciales), pour mettre à profit l'intelligence logistique et commerciale dont nous disposons – sans compter le capital social – et répondre à la demande de denrées issues de l'agriculture familiale, tout en renforçant la production, l'autonomie et la redistribution des revenus.



Roberto Balen,
Coordinateur Général chez Renacoops.



Formation pour l'insertion sur le marché du travail

Les actions de formation en boulangerie et pâtisserie menée par Extra, toujours grâce à l'Institut GPA, contribuent à l'insertion des étudiants sur le marché du travail. Il existe trois programmes :

- **Mãos na Massa [Mains à la pâte]** – Cours de base de 40 h pour les habitant(e)s des communautés aux alentours des magasins, avec une expérience pratique chez Extra. En 2019, 173 personnes ont été formées, sur un total de neuf classes (trois classes de Pâtisserie et six classes de Boulangerie) dans les villes de Belo Horizonte (MG), Campinas (SP), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA) et São Paulo (SP). Tous ces cours ont eu lieu en partenariat avec des institutions sociales comme : Fa.ve.la, Galpão ZL, Gambiarra Coletiva, Gastronomia Periférica, l'Institut Padre Haroldo, le Projet Arrastão et Redes da Maré ;
- **Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos (Nata) Centre d'études avancées en Technologie de l'alimentation** – Cours de trois ans (3 000 heures), en partenariat avec les Secrétariats à l'Éducation et à l'Agriculture de l'État de Rio de Janeiro, en Boulangerie et Pâtisserie et en Laits et produits dérivés dans la région de São Gonçalo, à Rio de Janeiro (RJ), formant en moyenne 100 jeunes par an ;

Cours du Programme
Mãos na Massa [Mains
à la pâte]



173 personnes
formées

par le Programme Mãos na
Massa en Boulangerie ou
Pâtisserie en 2019

100 jeunes
formés

en moyenne, par an,
par Nata



Depuis 2010, Redes da Maré propose des cours de qualification professionnelle en gastronomie pour les femmes des 16 favelas du quartier Maré. En 2019, grâce au partenariat avec l'Institut GPA, nous avons diversifié et élargi les cours de gastronomie proposés et 40 femmes ont reçu le certificat de boulangerie ou de pâtisserie de Maré de Sabores. La gastronomie est synonyme de pouvoir économique sur notre territoire : selon le Recensement des entreprises de Maré, on compte 3 182 entreprises commerciales, dont 1 118 sont du secteur alimentaire. Ce partenariat avec l'Institut GPA consolide le rôle des femmes de Maré, soutient le commerce local et contribue à l'amélioration des services offerts sur le territoire.



Mariana Aleixo,

Coordinatrice chez Redes da Maré.

- **Programme Sementes [Graines]** - Trois mois de formation en Boulangerie et Pâtisserie, Service à la clientèle et Hôte(esse) de Caisse et deux mois d'expérience en magasin pour les personnes en situation de handicap. 88 personnes en situation de handicap ont été formées, dont 43 en Boulangerie et Pâtisserie, 12 en Communication et Service (à destination des malentendants) et 33 en Service Client.

88 personnes
personnes en situation
de handicap en 2019



La Boulangerie et la Pâtisserie m'ont toujours intéressée, à tel point que je regardais des vidéos sur *Youtube*, mais j'ai appris bien plus de choses avec le Programme Sementes. J'ai été ravie d'être embauchée par Extra et j'aime vraiment travailler à la Boulangerie. Toute l'équipe m'a très bien accueillie ! Et j'ai l'impression d'en apprendre encore plus. Je veux continuer à apprendre pour devenir Pâtissière.



Isabel Rego de Almeida,
Ancienne élève du Programme
Sementes et Collaboratrice Extra.

*Enseignante du programme
Sementes [Graines]
conseillant une élève*



Promotion des petits entrepreneurs, mettant l'accent sur l'alimentation

Pour promouvoir l'entrepreneuriat local tout en mettant l'accent sur l'alimentation, Assaí, à travers l'Institut GPA, développe l'Académie Assaí Bons Negócios [Bonnes Affaires], plateforme qui rassemble :

- Des stages de formation en ligne gratuits au moyen de cours vidéos – Six parcours de connaissances sont proposés avec un contenu et des informations personnalisées pour chaque type d'entreprise ;
- Formations en présentiel dans les magasins Assaí – Les 10 classes dans six villes ont permis de certifier un total de 305 personnes, outre les 18 ateliers de deux heures dans 13 villes pour 129 personnes ;
- **Le Prix de reconnaissance d'entrepreneur(se)s** – 2019 a marqué la seconde édition du Prix Academia Assaí Bons Negócios [Académie Assaí Bonnes Affaires] qui reconnaît et récompense les entrepreneurs du secteur de l'alimentation ayant suivi au moins une des six formations dans trois catégories : Point de

vente fixe, Vendeur de rue et Ventes sur commande. En 2019, le nombre d'inscriptions a augmenté de 181 % par rapport à l'année précédente. Les 15 vainqueurs ont reçu une semaine de formation au siège d'Assaí et dans les institutions partenaires, en plus de 10 000 réaux en prix. Et, dans le groupe, les trois entrepreneur(se)s exceptionnel(le)s ont reçu 10 000 réaux supplémentaires. Un autre résultat incroyable de ce processus a été que l'un d'eux est devenu un fournisseur de biscuits d'Assaí ;



+de 4 600
entrepreneurs(se)s

ont reçu un certificat de
l'Académie Assaí Bons Negócios depuis
le démarrage du projet

La caravane de Manaus dispense une formation au magasin Assaí



“

Pouvoir faire connaissance et passer du temps avec des entrepreneur(se)s de divers endroits, au Prix Academia Assaí Bons Negócios : cela a été une expérience incroyable. En effet, tout ce partage d'expériences montre que personne n'est seul et que tout le monde est confronté à des problèmes très semblables, qu'ils soient propriétaires de petites ou de grandes entreprises. Et donc, nous avons commencé à chercher ensemble une solution et à résoudre les problèmes de manière plus efficace et créative.

”

Ulysse Raphael Gomes Nobre,

Propriétaire de Coimbra Alimentos da Amazônia, entrepreneur lauréat du prix Academia Assaí Bons Negócios.



*Entrepreneuse lors
de la Foire Noire
(Feira Preta), tenue
au Memorial de
l'Amérique Latine,
à São Paulo*

- **Appui aux institutions travaillant au soutien et à la promotion de microentrepreneurs** - En 2019, des partenariats ont été établis avec plusieurs organisations à travers le Brésil, comme Preta Hub, promoteur de Feira Preta, le plus grand salon de l'entrepreneuriat noir en Amérique latine ; Redes da Maré, dont le travail vise à faciliter la construction de trajectoires professionnelles, notamment dans le domaine de la gastronomie, des femmes de la communauté du quartier Maré, à Rio de Janeiro (RJ) ; et, Vale do Dendê, qui développe l'écosystème d'innovation et d'entrepreneuriat de Salvador (BA), en accélérant, entre autres, les activités d'entrepreneur(se)s locaux(les) dans le secteur de l'alimentation.



Pour en savoir plus sur les autres actions de création de valeur sociale positive réalisée par [l'Institut GPA](#).



Bahia a une très longue tradition dans le domaine de la gastronomie et de l'art culinaire, mais très souvent par manque d'investissements, cet écosystème est quelque peu affaibli. L'accélération a donc été une excellente initiative car elle a montré tout le potentiel créatif pour générer des affaires sur le sol de Bahia, en particulier dans le segment de l'alimentation. Ce soutien a été des plus importants car nous avons pu mobiliser l'écosystème local, donner de la visibilité à l'entrepreneuriat, tout en connectant et en aidant les entrepreneur(se)s à comprendre leur affaire et, en conséquence, à la faire grandir.



Paulo Rogério Nunes,
Co-fondateur de l'accélérateur Vale do Dendê.



Les élèves de l'Orchestre GPA jouent dans une école municipale

Programme musical et Orchestre de l'Instituto GPA

Le cours, qui fêtera ses 20 ans en 2020, dure deux ans et enseigne la guitare brésilienne, le violon, le violoncelle et la contrebasse dès la première note, sans besoin de connaissances musicales préalables. En 2019, 462 étudiant(e)s ont participé au cours et 89 ont obtenu leur diplôme. Ceux et celles qui se démarquent sont invité(e)s à participer à l'Orchestre de l'Institut GPA, lequel a donné 58 concerts en 2019, avec plus de 48 000 spectateurs.

462 élèves

ont participé au cours en 2019

58 présentations musicales

pendant l'année



Ma formation au cours de musique a été essentielle pour développer diverses compétences musicales et personnelles. J'ai eu des expériences que seul le cours de musique peut offrir à mon avis. Ce cours n'est pas simplement un cours à la base de ma formation de musicienne, il a été également fondamental pour moi, en tant que personne, car il m'a permis de porter un regard critique et une réflexion sur la société. Cette expérience m'a procuré des moments extrêmement marquants, comme ma remise de diplôme, qui a représenté la fin d'un cycle très important et décisif de ma vie.



Milena Amaral Monteiro,

Violoncelliste, ancienne élève du cours de musique à Osasco et membre de l'Orchestre de l'Institut GPA pendant quatre ans.



Prosperar [Prospères]

En 2019, 43 étudiant(e)s ont bénéficié de bourses d'aide de la Fondation Getulio Vargas (FGV), à travers le programme Prosperar [Prospérer], créé en 2014 dans le but de contribuer à la formation d'étudiant(e)s au potentiel de développement élevé, par l'octroi de bourses d'aide allant du matériel pédagogique à une aide alimentaire et de logement. En plus de bénéficier aux étudiant(e)s de premier cycle universitaire, tous les ans l'initiative subventionne également un groupe d'étudiant(e)s au cours préparatoire à l'examen d'entrée à la faculté FGV.

43 étudiant(e)s
aidé(e)s en 2019



Je suis né et j'ai grandi à São Gonçalo (RJ) et j'ai toujours étudié dans une école publique. Je suis le fils d'un électricien et d'une femme incroyable qui se consacre à son foyer et à sa famille ; mes parents n'ont pas eu accès à une éducation, car ce sont des citoyens de la banlieue. Mon père, noir, bien qu'il n'ait jamais eu d'expériences académiques semblables à la mienne, m'a toujours soutenu dans mes études, en faisant même de nombreuses heures supplémentaires pour que je puisse suivre tous mes cours. Et au long de ce parcours, j'ai eu la chance d'étudier à Nata, un autre programme de l'Institut GPA. C'est là que j'ai assisté à une conférence sur la Fondation Getulio Vargas (FGV) et le programme Prosperar. Aujourd'hui, je suis étudiant boursier. Récemment, j'ai été reçu au programme de double diplôme avec le Master of Business Administration de HEC-Paris. J'espère poursuivre ma trajectoire et contribuer à réduire les inégalités dans le monde de l'entreprise.



Maycon da Silva,
Ancien élève de Nata et boursier de Prosperar.



Étudiants sélectionnés pour le programme Prosperar 2019

Projets de mobilisation

Pour aiguillonner des actions de transformation sociale, nous avons consolidé un calendrier d'actions dans les magasins où nous invitons nos client(e)s à faire don de denrées alimentaires et de produits à des institutions sociales partenaires de l'Institut GPA. Grâce à cela, plus de 2 400 tonnes de produits ont été donnés en 2019 (soit une croissance de 21 % en collectes par rapport à l'année précédente). Découvrez les principales actions d'Agenda Solidário [Programme Solidaire] :



Solidarité de Pâques (34,5 tonnes d'œufs et de chocolats collectés et 52 organisations partenaires)



Campanha do Agasalho [Campagne de vêtements chauds] (44 tonnes de vêtements et lainages collectés et 32 organisations partenaires)



Dia de Solidariedade Pet [Journée de la Solidarité envers les Animaux de compagnie] (2,5 tonnes de rations collectées, 19 animaux adoptés et 13 organisations partenaires)



Dia do Bem [La Journée pour le Bien] (108 tonnes de nourriture collectées et 26 organisations partenaires)



Dia das Crianças [La Fête des enfants] (12 000 jouets collectés et 13 organisations partenaires)



Dia de Solidariedade [La Journée de la Solidarité] (1 300 tonnes d'aliments collectés et plus de 100 organisations partenaires)



2 400
tonnes de nourriture
et de produits donnés
en 2019



Employé(e)s et bénévoles dans l'action de la Journée de la solidarité dans un magasin Assaí



L'institution ABC Aurora existe depuis 23 ans. ABC Aurora vise à promouvoir le développement communautaire de Tatuapé, quartier de fondation de l'institution, à travers des projets éducatifs. En 2019, nous avons collecté plus de 2 tonnes de nourriture pour la Journée de la Solidarité. Une partie de cette nourriture restera à l'institution, pour nourrir les bénéficiaires ; ces provisions dureront environ huit mois – le restant sera utilisé pour composer les 120 paniers alimentaires qui seront distribués au sein de la communauté. C'est une grande satisfaction pour nous d'avoir pu travailler toute la journée pour obtenir autant d'aliments, car nous savons à qui cette nourriture est destinée et qu'elle fera un grand bien à notre communauté.

Talita de Faria,

Chef de projet ABC Aurora, institution partenaire de l'Instituto GPA pour la Journée de la Solidarité 2019.



J'ai toujours voulu connaître une association de protection des animaux, mais je n'aurais jamais imaginé que ce serait si enrichissant. J'en suis ressorti inspiré : je veux donner plus de temps aux autres, partager un peu d'amour, prendre soin et donner un peu d'attention, en vue d'un monde meilleur ; et je suis très heureux de travailler dans une entreprise qui encourage également un impact positif sur la société, car c'est ensemble que nous pouvons faire encore plus !



Leandro de Jesus Ladeira,
Collaborateur du Département de RH.

L'appli Colabora GPA

Colabora GPA est une application grâce à laquelle nos employés ont accès à des actions enregistrées et peuvent soit choisir l'une d'entre elles pour se porter volontaire, soit enregistrer une institution/action et inviter des collègues de travail à participer.

Pour célébrer le Mois du Bénévolat, qui a eu lieu en août, l'Institut GPA a invité les collaborateur(trice)s du Siège à participer à des expériences de bénévolat dans le cadre du programme, en partenariat avec les institutions partenaires de l'Institut. Des activités telles que Cãaminhada de l'ONG Acãochego [faisant promener des chiens pour leur donner un peu de tendresse] ; Lecture et activité pour les enfants de l'ONG Unibes ; Mão na Massa [Mains à la pâte] à la Coopérative de recyclage Coopercaps ; et la Journée de Solidarité avec la collecte de produits hygiéniques à la pharmacie Extra du Siège a profité directement à 150 personnes et animaux, parmi lesquels des enfants, des adultes, des personnes âgées et des chiens.

+ de 1 700
collaborateur(trice)s inscrit(e)s



Une employée de GPA participe à l'initiative de l'Arbre Solidaire Árvore Solidária



Pour en savoir plus sur les autres actions de création de valeur sociale positive menées par l'Institut GPA



Formation de l'Académie
Assaí Bons Negócios

Résumé des objectifs cibles

Objectifs cibles de 2019	STATUS	Commentaires
Avoir plus de 1 020 000 accès sur la plateforme Académie Assaí Bons Negócios en ligne		Nous avons atteint les 1 726 009 accès à la plateforme d'Academia Assaí Bons Negócios
Rejoignez 6 000 bénévoles inscrits au l'application Colabora		1 763 employé(e)s se sont inscrit(e)s sur Colabora
Collecter 2 283 tonnes de nourriture lors des actions du Programme de Solidarité Agenda Solidária		Nous avons collecté 2 481 tonnes lors des actions du Programme de Solidarité Agenda Solidária

ATTEINT
 PARTIELLEMENT ATTEINT
 PAS ATTEINT

Famille de clients au magasin
Extra

Annexes

- Engagements volontaires
- Notre participation dans des associations
- Prix et distinctions
- Les indicateurs de performance de 2019
- Indicateur GRI (Global Reporting Initiative, initiative mondiale sur les rapports de performance)
- Lettre d'affirmation

Nous sommes guidés et signataires d'initiatives et de mouvements qui sont en synergie et alignés sur nos valeurs et notre vision du monde et nous sommes, surtout, disposés à construire et à évoluer vers une société plus égalitaire. Nous participons également à des associations et des organisations pour contribuer aux discussions et aux meilleures pratiques dans la gestion des commerces de détail.

Engagements volontaires

102-12

10 engagements de l'Entreprise envers les Droits LGBTI+

Pour redoubler de respect et traiter les personnes d'égale à égale, indépendamment de leur orientation sexuelle, identité sexuelle ou de leur genre, nous avons signé, en 2017, les engagements pris et spécifiés par le Forum des entreprises et des droits LGBTI+.

L'Alliance sans stéréotypes (ONU Femmes)

Depuis 2019, nous faisons partie de l'Alliance sans stéréotype d'ONU Femmes, créée en vue de mettre fin aux stéréotypes sexistes néfastes à la communication. Les entreprises intégrant le réseau échangent des informations et des expériences, et ont accès aux études menées et à la curatelle d'aide à la construction de campagnes plus égalitaires et capables de représenter les femmes dans leur pluralité.

Coalização Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero [Coalition des entreprises pour l'égalité raciale et de genre].

En 2017, nous avons rejoint l'initiative du Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades [Centre d'étude des relations et inégalités au travail] (Ceert), l'Institut Ethos et l'Institut des droits de l'homme et des entreprises (IHRB). L'objectif est de mettre en lien, d'échanger des expériences et d'encourager la mise en œuvre de politiques et de pratiques entrepreneuriales dans le domaine de la diversité, en mettant l'accent sur l'égalité raciale et de genre.

La coalition des entreprises pour mettre fin à la violence contre les femmes et les filles

En 2019, nous avons rejoint l'initiative, coordonnée par l'Institut Avon et ONU Femmes avec le soutien technique de la Fondation Dom Cabral, dans le but d'impliquer les dirigeant(e)s du secteur privé et de garantir un engagement volontaire pour mettre fin à la violence contre les filles et les femmes.

Initiative Commerciale pour l'Égalité Raciale

En 2019, nous avons rejoint la plateforme de mise en lien des entreprises engagées dans la recherche d'une performance encore plus significative dans l'abordage du thème ethno-racial. L'objectif de l'initiative est d'assurer un avantage concurrentiel, en établissant un espace de dialogue entre les hommes et femmes d'affaires brésiliens sur leurs engagements en faveur de l'inclusion, de la promotion et de la valorisation de la diversité ethno-raciale.

Manifeste pour la Diversité et l'Inclusion dans le Secteur Juridique

Notre participation à cette initiative, depuis 2019, vise à promouvoir la diversité dans les départements juridiques des entreprises et tout au long de leur chaîne de valeur en encourageant la formation de partenariats avec nos cabinets d'avocats pour adopter les meilleures pratiques en la matière. Nous sommes la première entreprise de vente au détail à rejoindre l'initiative, qui compte plus de 20 entreprises brésiliennes signataires.

Le Pacte mondial des Nations Unies

Depuis 2001, nous nous sommes officiellement engagés à respecter les principes relatifs aux droits de l'homme, aux pratiques de travail, à la responsabilité environnementale et à la lutte contre la corruption défendus par le Pacte mondial des Nations Unies.

Le Pacte pour l'éradication du travail forcé

En 2005, nous avons pris l'engagement formel de ne pas maintenir ceux qui utilisent de la main-d'œuvre esclave dans nos chaînes de production.

Le pacte pour l'inclusion des personnes en situation de handicap (Réseau des entreprises pour l'inclusion sociale)

En 2016, nous avons adhéré aux cinq engagements pour la promotion des droits des personnes en situation de handicap afin de renforcer l'engagement de nos dirigeants sur le sujet et de promouvoir une culture d'entreprise et un environnement de travail inclusifs.

Les principes d'autonomisation des femmes (WEP)

Nous sommes signataires, depuis 2017, des principes établis par les Nations Unies, pour développer sans cesse des politiques et des initiatives visant l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes.

Adhésion à des associations

102-13

L'Association brésilienne des Sociétés du marché de la fidélisation (Abemf)

Depuis 2019, nous faisons partie de l'Association dont l'objet est de contribuer au renforcement et à l'expansion du secteur des programmes de fidélisation client au Brésil. Cette activité se concentre sur la réalisation d'études, la diffusion de données sectorielles et la recherche de subsides bénéficiant au marché, aux participant(e)s et aux entreprises associées.

L'Association brésilienne des grossistes et distributeurs (Abad)

Assaí est membre, depuis 2004, de l'association représentant les sociétés de vente de gros et de distribution commercialisant des produits industrialisés et qui promeut le développement des circuits d'approvisionnement sur tout le territoire national.

L'Association brésilienne des supermarchés (Abrás)

Nous sommes associés à l'entité depuis sa création en 1968. L'Abrás représente, intègre et pilote le développement du secteur des supermarchés dans tout le pays, en maintenant un dialogue ouvert dans les négociations avec les gouvernements au niveau municipal, régional (des états au Brésil) et national (fédéral au Brésil). Nous sommes associés à 14 associations

d'État liées à Abrás, telles que l'Association des Supermarchés de l'État de São Paulo (Apas), l'Association des supermarchés de l'État de Rio de Janeiro (Asserj) et l'Association des supermarchés de l'État de Minas Gerais (Amis).

L'Association brésilienne du commerce de détail de textiles (ABVTEX)

Depuis 2007, nous sommes membres de l'ABVTEX, qui promeut la défense des intérêts de l'industrie et du commerce du textile et de l'habillement.

L'Association brésilienne des Grossistes en Libre-service (Abbas)

Assaí est membre de l'Abbas depuis sa création, en 2014. Celle-ci joue le rôle de porte-parole du segment de gros en libre-service. Elle pour objet, principalement, de représenter le secteur et d'agir sur des demandes spécifiques auprès des acteurs du secteur privé, de l'industrie, des client(e)s et des organismes publics.

La Fédération du commerce des biens et services et tourisme de l'état de São Paulo (FecomercioSP)

GPA est membre de FecomercioSP depuis sa fondation. La fédération représente les intérêts des entreprises du secteur et développe des activités visant à favoriser la croissance économique du pays.

Gestionnaire national des déchets d'équipements électriques et électroniques (GREEN Eletron)

Nous sommes associés depuis 2018. L'entité représente les

sociétés détentrices des principales marques de piles et de produits électriques et électroniques du Brésil, et coordonne la mise en œuvre et le fonctionnement d'un système permettant l'élimination des déchets d'équipements en fin de vie en respectant l'environnement.

L'Institut Akatu

Notre partenariat stratégique avec l'institut date de 2003. L'organisation travaille à sensibiliser et à mobiliser la société vers une consommation responsable.

L'Institut Ethos

Le travail mené depuis 1999 avec Ethos est une véritable mission de mobilisation, de sensibilisation et de contribution des entreprises à gérer leurs affaires de manière socialement responsable.

L'Institut du Pacte national pour l'éradication du travail forcé (InPACTO)

Membres depuis la fondation de cet institut, nous avons contribué à son objectif : unir le secteur privé et les organisations de la société civile pour prévenir et éradiquer le travail forcé dans les chaînes de production.

L'Institut pour le développement du commerce de détail (IDV)

Depuis 2006, nous sommes membres de l'IDV, qui vise à renforcer la représentation des entreprises de vente au détail de différents secteurs d'activité nationale.

Le Prix 2019

Les meilleures entreprises pour lesquelles travailler - En effet

GPA figure sur la liste des meilleures entreprises pour lesquelles travailler. La consolidation des meilleures entreprises pour lesquelles travailler dans le commerce de détail en 2019 se base sur les évaluations et les témoignages de plus de 39 000 employé(e)s et anciens employé(e)s des organisations du secteur, publiés sur le site Web Indeed au Brésil ces deux dernières années.

GPA figure sur la liste de LinkedIn Top Companies 2019

, qui élit les 25 entreprises les plus recherchées par les personnes à la recherche d'un emploi dans tout le pays. Ce classement annuel, publié par l'équipe éditoriale de LinkedIn, prend en compte des facteurs tels que : l'intérêt que l'entreprise porte aux talents, l'engagement de l'entreprise envers ses employé(e)s, la recherche de postes vacants et la rétention des employé(e)s. GPA est la seule entreprise de vente au détail du classement.

L'édition spéciale du *magazine VEJA SP*

a publié le résultat de l'enquête « Os Mais Amados » - Veja SP, réalisée auprès d'un public d'abonnés pour comprendre ce que la ville de São Paulo a à offrir de meilleur. La marque Pão de Açúcar a remporté la première place dans la catégorie Supermarché au classement 2019.

Les meilleurs de São Paulo - Institut de sondages Datafolha

Trois marques GPA figurent parmi les plus connues des habitants de São Paulo dans le segment des services de l'enquête « Melhores de São Paulo », réalisée par l'institut. Pão de Açúcar dans la catégorie « Livraison de supermarché », Mini Extra dans la catégorie « Minimercado » [Supérette] et Assaí dans la catégorie « Grossiste ».

S/A Varejo

GPA est classée 2^{ème} parmi les 150 plus grandes entreprises de vente au détail au Brésil selon le classement publié par le magazine S.A. Varejo , se démarquant comme l'une des entreprises leader du secteur.

Prix du consommateur moderne

Extra a remporté le XX^e prix du Consommateur Moderne pour l'excellence des services à la clientèle dans la catégorie des magasins de détail – super et hypermarchés, Atacarejo self-service et cash & carry. La remise des prix, organisée par le magazine Consumidor Moderno, reconnaît les entreprises de différents secteurs qui se sont démarquées au service des consommateur(trice)s.

Prix Femmes en leadership

GPA a été récompensé par le Women in Leadership Award dans la catégorie Retail. L'initiative de WILL - Women in Leadership in Latin America, en partenariat avec Valor Econômico et Editora Globo, souligne les entreprises qui présentent les meilleures pratiques dans l'ascension des femmes. Cette reconnaissance est le reflet de notre engagement à garantir l'équité entre les genres dans le lieu de travail, un thème prioritaire de notre stratégie en matière de Diversité.

Classement IBEVAR-FIA 2019

Assaí a été l'un des lauréats du classement IBEVAR-FIA 2019, élu le grossiste le plus admiré du Brésil. Le classement analyse les 120 plus grandes entreprises nationales de vente au détail, étant la seule à analyser les marques sous trois dimensions : taille, efficacité et image.

Classement des moutardes jaunes et dijon - O Estado de S. Paulo

Dans un classement publié par le journal O Estado de São Paulo, la moutarde jaune Qualitá est arrivée en tête de liste dans cette catégorie et la moutarde de Dijon Casino est arrivée deuxième parmi celles de ce type.

Prix Benchmark au SCC

GPA s'est classée au premier rang du SCC Benchmark Survey pour la troisième année consécutive. Le prix est décerné par l'IEG - Institut d'ingénierie de gestion.

Top of Mind A Tribuna – Extra

Extra a remporté le prix dans la catégorie Supermarchés et hypermarchés de Top of Mind - A Tribuna 2019, publication de la région du port de Santos, Baixada Santista.

Interbrand – Assaí

L'enseigne Cash&Carry est apparue, pour la deuxième fois consécutive, sur la liste des 25 marques les plus appréciées au Brésil. Assaí occupe la 22^{ème} position avec une croissance de 20 % par rapport à 2018 et une valorisation de la marque à R\$ 553 millions.

Prix CONAREC 2019

GPA a reçu le prix CONAREC 2019 dans la catégorie e-commerce de détail. Le prix récompense les entreprises qui se sont démarquées dans la fourniture d'un service à la clientèle de qualité dans tous les canaux, ainsi que dans la gestion des fournisseurs et des partenaires, en observant les meilleures pratiques de gestion et d'application de technologies. La reconnaissance est le reflet des initiatives qui font de notre E-commerce le pionnier et le leader au Brésil dans le segment de la distribution alimentaire au détail.

Prix Ebit Melhores, les meilleurs du E-commerce

Clube Extra a été honoré parmi les 10 magasins les plus appréciés par le prix Ebit Melhores do E-commerce, un pionnier dans la recherche sur les habitudes et les tendances du E-commerce au Brésil. La recherche e-Bit est continue et se fait au moyen d'évaluations en fin d'achat sur les sites et après la livraison du produit.

Le Prix WEP

GPA a reçu le Prix WEP des Entreprises adoptant les Principes d'autonomisation des femmes, dans la catégorie bronze - grande entreprise. Le prix, promu par ONU Femmes au Brésil, reconnaît les entreprises réalisant des initiatives pour l'autonomisation des femmes sur le sol brésilien, en promouvant l'équité entre les genres et l'inclusion sociale.

Empresas Mais

Assaí a été reconnue parmi les entreprises les plus efficaces du pays dans le segment du commerce de détail, « Les 100 entreprises au plus gros impact économique » et au « Top 10 dans chaque région », comme entreprise phare dans le Sud-Est. Le prix évalue les entreprises en fonction de critères économiques et de performances dans les domaines de la Gouvernance d'entreprise et de l'Innovation.

Os Melhores Empregadores do Mundo [Les meilleurs employeurs du monde]

Nous avons été élus parmi les 50 meilleures entreprises pour lesquelles travailler au classement des meilleurs employeurs du monde, publié dans le magazine Forbes, en partenariat avec le bureau de statistiques Statista. La liste a été définie sur la base des réponses de plus d'un million de salarié(es) au sujet de l'entreprise qu'ils admirent et recommandent. GPA est la seule entreprise de vente au détail brésilienne apparaissant dans le classement.

Top of Mind

Extra a remporté le prix Folha Top of Mind pour la 13^e année consécutive dans la catégorie Supermarchés. La 29^{ème} édition du prix a présenté les vainqueurs de 64 catégories de produits et de services relevés par Datafolha auprès de 6 618 Brésiliens dans 197 municipalités de toutes les régions du Brésil.

As Marcas Mais Amadas dos Paulistanos – Comer & Beber 2019/2020

Pão de Açúcar a été lauréat dans la catégorie Supermarchés et Pão de Açúcar Adega dans la catégorie Magasin/Cave à vin parmi les « Marques les plus appréciées des Paulistanos » selon le ranking Comer & Beber 2019/2020 du magazine Veja São Paulo. 1 057 réponses d'internautes concernant leurs marques préférées ont été analysées dans 28 catégories.

LinkedIn Talent Awards - Nomination

Nous avons été parmi les trois entreprises finalistes des LinkedIn Talent Awards dans la catégorie Meilleure marque d'employeur. La 2^{ème} édition du prix a analysé la performance, les résultats et l'impact de plus de 1 200 entreprises au Brésil qui utilisent le réseau de connexions pour localiser, embaucher et développer leurs talents. Nous sommes le seul représentant du commerce de détail retenu pour la remise de prix.

Prix Great Packaging Cases 2019

Nous avons remporté le prix pour nos barquettes compostables de notre Marque Exclusives Taeq. Les emballages, développés en partenariat avec Tamoios Tecnologia et lancés en mai 2019, sont utilisés pour la vente de fruits et légumes. Faits de cellulose et amidon, ils sont durables, sans produits pétrochimiques, ni additifs toxiques et entièrement biodégradables. Le développement et l'utilisation de ce type d'emballage est une preuve de notre engagement à remplacer 100 % des barquettes en polystyrène utilisées pour les produits maraîchers de nos Marques Maison Taeq et Qualitá par une solution biodégradable d'ici mai 2020.

Prix Época Negócios Reclame AQUI

Nous avons été lauréats du prix *Época Negócios* Reclame AQUI avec le Club Extra, dans la catégorie Club d'achats, et Assaí Atacadista, dans la catégorie Supermarchés et Grossistes. Le prix rassemble des entreprises qui fournissent un bon service client dans différents segments, une reconnaissance fondée sur des critères de sélection rigoureux et sur un vote populaire.

Melhores do Agronegócio [Le meilleur de l'agroalimentaire]

Nous avons été reconnus dans la catégorie Commerce de gros et de détail lors de la 15^{ème} édition du prix *Melhores do Agronegócio*, promu par le magazine *Globe Rural*. Le prix a sélectionné les entreprises qui se sont démarquées dans 21 catégories, sur la base d'une enquête réalisée par Serasa Experian, en tenant compte des données comptables, mais aussi de la responsabilité socio-environnementale des Entreprises.

Champions de la décennie - Les entreprises de la décennie

Assaí s'est démarquée comme l'une des entreprises de la décennie au Prix des Champions de la décennie pour le service Atacarejo (Cash&Carry). Le prix, remis par le magazine *Consumidor Moderno*, a calculé les notes enregistrées aux différentes éditions du Prix du Consommateur Moderne par Excellence dans la catégorie Services à la clientèle et autres classements du Groupe Padrão et de CIP.

Extra - Marques de Confiance

L'enseigne Extra a été reconnue, pour la 12^{ème} fois, dans l'enquête des Marques les plus fiables. Le prix, du magazine *Seleções* en partenariat avec l'Institut Datafolha, évalue différentes catégories de produits et de services par le biais d'un vote parmi les lecteur(trice)s.

Tableau des indicateurs

INDICATEUR	INDICATEUR VÉRIFIÉ	UNITÉ	GPA 2017	GPA 2018	GPA 2019	MULTI 2017	MULTI 2018	MULTI 2019	ASSAÍ 2017	ASSAÍ 2018	ASSAÍ 2019	GPA CORPORATION 2017	GPA CORPORATION 2018	GPA CORPORATION 2019 ****
Surface de vente de ses propres unités*	X	m ²	1.643.096	1.632.754	1.682.839	1.270.741	1.170.377	1.140.665	372.355	462.377	542.174	-	-	-
LA VALORISATION DES PERSONNES														
<i>Effectif inscrit au 31/12/N - Actifs et en arrêt</i>	X	Chiffre	100.288	102.562	109.613	67.989	64.981	62.868	31.199	36.703	45.853	1.100	878	892
<i>Effectif du genre féminin au 31/12/N</i>	X	Chiffre	51.084	52.163	55.766	35.901	34.301	33.310	14.588	17.359	21.919	595	503	537
<i>Effectif du genre masculin au 31/12/N</i>	X	Chiffre	49.204	50.399	53.847	32.088	30.680	29.558	16.611	19.344	23.934	505	375	355
<i>Effectif <30 ans au 31/12/N</i>	o	Chiffre	43.802	45.140	48.013	28.053	27.154	26.050	15.413	17.728	21.711	336	258	252
<i>Effectif entre 30 et 50 ans au 31/12/N</i>	o	Chiffre	47.625	48.975	52.788	32.862	31.427	30.630	14.072	16.982	21.570	691	566	588
<i>Effectif âgés de > 50 ans au 31/12/N</i>	o	Chiffre	8.861	8.441	8.812	7.074	6.400	6.188	1.714	1.993	2.572	73	48	52
<i>Effectifs à temps plein au 31/12/N</i>	X	Chiffre	95.337	93.183	97.690	64.723	56.956	52.759	29.540	35.362	44.046	1.074	865	885
<i>Effectifs à temps partiel au 31/12/N</i>	X	Chiffre	4.951	9.379	11.923	3.266	8.025	10.109	1.659	1.341	1.807	26	13	7
<i>% de l'effectif à temps plein</i>	X	%	-	-	-	95	88	84	95	96	96	98	99	99
<i>Effectif par race/origine ethnique - Noirs + Noires**</i>	o	Chiffre	-	37.426	46.132	-	28.082	30.142	-	8.907	15.755	-	437	235
<i>% de l'effectif par race/origine ethnique - Noirs + Noires</i>	o	%	-	36	42	-	43	47	-	24	34	-	50	26
<i>% de l'effectif par race/origine ethnique et genre - à la direction***</i>		%	-	2	-	-	2	-	-	0	-	-	0	-
<i>Masculin - Blancs</i>	X	%	-	-	-	-	-	34,73	-	-	35,09	-	-	40,24
<i>Masculin - Noir (noir et métissé)</i>	X	%	-	-	-	-	-	23,04	-	-	28,95	-	-	8,54
<i>Masculin - Autres (pas informé, jaune, amérindien)</i>	X	%	-	-	-	-	-	6,37	-	-	14,04	-	-	12,20
<i>Féminin - Blanches</i>	X	%	-	-	-	-	-	17,71	-	-	11,40	-	-	21,95
<i>Féminin - Noires (noire et métissée)</i>	X	%	-	-	-	-	-	14,49	-	-	5,26	-	-	4,88
<i>Féminin - Autres (pas informé, jaune, amérindienne)</i>	X	%	-	-	-	-	-	3,66	-	-	5,26	-	-	12,20

* Avec l'application de la méthodologie Casino

** L'effectif considère les noirs et les bruns

*** Le calcul de l'effectif aux postes de direction est basé sur la méthodologie Casino, sans exclure les suspensions de contrats. Jusqu'en 2018, seules les informations concernant les hommes et les femmes noirs étaient divulguées dans cet indicateur.

**** Les données de GPA Corporation incluent les galeries marchandes GPA Malls

INDICATEUR	INDICATEUR VÉRIFIÉ	UNITÉ	GPA 2017	GPA 2018	GPA 2019	MULTI 2017	MULTI 2018	MULTI 2019	ASSAÍ 2017	ASSAÍ 2018	ASSAÍ 2019	GPA CORPORATION 2017	GPA CORPORATION 2018	GPA CORPORATION 2019 **
<i>Nombre de contrats (CDI - contrat à durée indéterminée) signés au cours de l'année</i>	o	Chiffre	28.177	31.806	33.873	14.458	16.863	15.551	13.493	14.748	18.035	226	195	287
Surface de vente de ses propres unités*	X	m ²	1.643.096	1.632.754	1.682.839	1.270.741	1.170.377	1.140.665	372.355	462.377	542.174	-	-	
<i>Nombre de personnes recrutées à un âge inférieur à 26 ans (CDI + CDD)</i>	o	Chiffre	15.709	19.095	18.159	9.514	11.648	10.647	6.132	7.387	7.433	63	60	79
<i>Nombre d'accidents du travail avec arrêt maladie d'au moins 1 jour</i>	X	Chiffre	1.246	1.499	1.341	913	976	782	329	523	559	4	-	-
<i>Nombre de jours de congé pour accident du travail</i>	X	Jours	65.265	67.320	75.780	52.570	50.021	59.181	12.554	17.299	16.599	141	-	-
<i>Nombre total d'heures d'absence pour accident du travail, maladie ordinaire et maladie professionnelle</i>	X	Heures	11.633.609	13.314.373	10.375.909	8.245.571	7.513.411	5.426.500	3.334.432	5.765.935	4.925.958	53.606	35.028	23.452
<i>Taux de fréquence des accidents avec arrêt d'au moins 1 jour - sur le nombre total des heures travaillées (%)</i>	X	%	6	6	5	6	6	5	6	6	6	2	-	-
<i>Taux d'absentéisme pour accident de travail ou maladie (%)</i>	X	-	-	-	-	5,5	4,2	3,3	6,2	5,0	4,48	2	1	1
<i>Nombre total d'heures de formation des collaborateur(trice)s</i>	X	Heures	2.116.460	1.885.721	3.120.115	737.908	574.469	737.054	1.364.864	1.309.116	2.374.557	13.688	2.135	8.504
<i>Nombre d'heures de formation par personne</i>	X	Heures	17	19	30	10	9	12	51	40	59	12	2	10
<i>Nombre total de collaborateur(trice)s ayant suivi une formation sur la corruption</i>	X	Chiffre	-	-	5.123	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Effectif masculin aux postes de gérance et postes supérieurs au 31/12/N*</i>	X	Chiffre	1.041	1.046	1.050	778	792	733	191	204	267	72	50	50
<i>Effectif du genre masculin à des postes de haute direction au 31/12 / N</i>	o	Chiffre	62	62	67	29	32	38	14	16	16	19	14	13
<i>Effectif féminin aux postes de direction et postes supérieurs au 31/12/N*</i>	X	Chiffre	482	500	517	401	417	410	44	52	75	37	31	32
<i>Effectif du genre féminine dans haute direction au 31/12 / N</i>	o	Chiffre	8	15	19	1	6	5	2	4	7	5	5	7
<i>% de femmes à des postes de direction et postes supérieurs au 31/12/N</i>	X	%	32	32	33	34	35	36	19	21	22	34	35	39
<i>Nombre total de salariés en situation de handicap au sein de l'entreprise au 31/12/N*</i>	X	Chiffre	3.062	3.719	4.457	1.422	1.723	2.034	1.623	1.944	2.404	17	52	19
<i>% de personnes en situation de handicap</i>	X	%	3,1	3,6	4,1	2,1	2,7	3,2	5,2	5,3	5,2	1,5	5,9	2,1
<i>Nombre d'apprentis au 31/12/N</i>	X	Chiffre	2.612	3.666	3.978	2.002	2.635	2.605	597	1.018	1.366	13	13	7

* La méthodologie utilisée suit les hypothèses du groupe Casino

** GPA Corporation inclut les galeries marchandes GPA Malls

INDICATEUR	INDICATEUR VÉRIFIÉ	UNITÉ	GPA 2017	GPA 2018	GPA 2019	MULTI 2017	MULTI 2018	MULTI 2019	ASSAÍ 2017	ASSAÍ 2018	ASSAÍ 2019	GPA CORPORATION 2017	GPA CORPORATION 2018	GPA CORPORATION 2019
CONSOMMATION ET OFFRE RESPONSABLE ET TRANSFORMATION DE LA CHAÎNE DE VALEUR														
<i>Nombre total de produits de marque maison*</i>	X	Chiffre	6.919	3.113	15.822	6.863	3.081	15.772	56	32	50	-	-	-
<i>Nombre de produits biologiques - (Marques Exclusives et autres marques)</i>	X	Chiffre	1.493	1.532	1.737	1.479	1.510	1.629	14	22	108	-	-	-
<i>Nombre de produits avec d'autres certifications - Marques exclusives</i>	o	Chiffre	271	432	458	215	432	458	-	-	-	-	-	-
<i>% de recettes des ventes d'œufs sans cage par rapport au nombre total d'œufs de Marque Maison</i>	X	%	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-
<i>Nombre de cultures participant au programme Qualité depuis l'origine</i>	o	Chiffre	22	39	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Audits sociaux dans les usines des fournisseurs situés dans des pays à haut risque **</i>	X	Chiffre	202	182	173	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Audits sociaux dans les usines des fournisseurs situés dans des pays à risques, réalisés par CGS</i>	o	Chiffre	-	-	89	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GESTION DE L'IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT														
<i>Consommation totale d'électricité</i>	X	MWh	1.132.524	1.173.384	1.116.103	884.645	872.001	776.095	241.157	294.948	332.946	6.722	6.435	7.062
<i>Consommation d'électricité verte</i>	X	MWh	400.287	564.490	553.206	373.463	539.058	509.646	21.142	19.821	37.614	5.682	5.611	5.947
<i>Part d'électricité verte</i>	X	%	35	48	50	42	62	66	9	7	11	85	87	84
<i>Consommation d'électricité/m² - magasins</i>	X	KWh/m ²	703	693	697,3	730	727	734	617	638	627	-	-	-
<i>Consommation de gaz naturel</i>	o	MWh PCI	21.496	17.355	20.026	21.323	17.101	19.698	115	215	328	58	39	-
<i>Consommation de gaz de pétrole liquéfié (GPL)</i>	o	MWh PCI	52.585	42.293	54.848	42.776	29.799	40.231	9.809	12.494	14.617	-	-	-
<i>Consommation de mazout</i>	X	Litres (L)	5.860.106	5.926.702	8.766.950	1.348.449	1.402.140	2.026.162	4.511.657	4.522.011	6.737.788	-	2.551	3.000

*Jusqu'en 2018, seuls les produits alimentaires étaient communiqués. En 2019, toutes les catégories ont été comptabilisées.

** Le montant communiqué dans le rapport GPA Consolidé inclut déjà les audits effectués à MV Assaí (audits internationaux et nationaux effectués par GPA)

INDICATEUR	INDICATEUR VÉRIFIÉ	UNITÉ	GPA 2017	GPA 2018	GPA 2019	MULTI 2017	MULTI 2018	MULTI 2019	ASSAÍ 2017	ASSAÍ 2018	ASSAÍ 2019	GPA CORPORATION 2017	GPA CORPORATION 2018	GPA CORPORATION 2019
GAZ RÉFRIGÉRANTS*														
R404A	X	kg	8.782	9.470	19.047	8.219	8.526	15.830	333	944	3.217	-	-	-
R134A	X	kg	2.150	1.187	2.547	1.354	260	532	588	927	2.016	143	-	-
R22	X	kg	190.634	150.329	203.064	166.022	119.774	166.235	24.399	30.555	36.829	487	-	-
Autres fluides	o	kg	7.261	3.848	3.239	4.696	1.717	3.117	2.474	2.131	122	91	-	-
DÉCHETS D'EXPLOITATION NON DANGEREUX**														
Carton à recycler	X	tonnes	13.664	48.049	43.789	-	28.468	19.200	13.664	19.538	24.551	-	44	38
Plastique à recycler	X	tonnes	2.460	6.434	5.673	-	3.123	1.541	2.460	3.305	4.127	-	6	6
Ferraille et métaux à recycler	X	tonnes	99	111	151	-	1	-	99	110	151	-	-	-
Cartouches d'imprimante professionnelles	X	tonnes	-	-	10	-	-	-	2	4	10	-	-	-
Déchets électriques et électroniques	X	tonnes	-	-	5	-	-	-	4	13	5	-	-	-
Déchets organiques pour le compostage	X	tonnes	674	3.374	2.789	-	2.862	1.889	674	513	900	-	-	-
Huile de cuisson à recycler	X	tonnes	17	346	305	-	303	245	17	43	60	-	-	-
Autres produits recyclables	X	tonnes	-	5	18	-	5	18	-	-	-	-	-	-
Rebut	X	tonnes	37.040	162.648	121.769	-	117.543	67.702	37.040	44.909	53.905	-	196	163
Taux de réutilisation des déchets	X	%	46	25	30	-	21	25	46	34	36	-	20	21
DÉCHETS DÉPOSÉS PAR LES CLIENTS														
Déchets des clients collectés dans les magasins	X	tonnes	769	6.547	6.732	-	5.615	5.862	769	932	871	-	-	-

* Ces données ne prennent en compte que les fluides frigorigènes [froid alimentaire]

** Réduction du volume due au changement de méthodologie de calcul

Indicateurs GRI 102-55

ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION

PROFIL ORGANISATIONNEL

NORME GRI	DIVULGATION	PAGE/URL	OMISSION	OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE
GRI 102: Élément généraux d'informations 2016	102-1 Nom de l'organisation	10		
	102-2 Activités, marques, produits et services	10		
	102-3 Adresse du siège social	10		
	102-4 Lieu géographique des sites d'activité	10		
	102-6 Marchés desservis	10		
	102-7 Taille de l'organisation	10, 11		
	102-8 Informations concernant les employés et les autres travailleurs	11		8, 10
	102-9 Chaîne d'approvisionnement	39		
	102-11 Principe de précaution ou approche préventive	26		
	102-12 Initiatives externes	91		
	102-13 Adhésion à des associations	92		

GOUVERNANCE

GRI 102: Élément généraux d'informations 2016	102-22 Composition de la plus haute instance de gouvernance et de ses comités	24		5, 16
	102-23 Président de la plus haute instance de gouvernance	24		16
	102-26 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la définition de l'objet social, des valeurs et des stratégies	26		

ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

GRI 102: Élément généraux d'informations 2016	102-40 Liste des groupes de parties prenantes	20		
	102-42 Identification et sélection des parties prenantes	20		
	102-43 Approche de l'implication des parties prenantes	20		
	102-44 Enjeux et préoccupations majeurs soulevés	20		

.....

ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION

PRATIQUES DE REPORTING

GRI 102: Éléments généraux d'informations 2016	102-45 Entités incluses dans les états financiers consolidés	20
	102-46 Définition du contenu du rapport et des périmètres de l'enjeu	21
	102-47 Liste des enjeux pertinents	20
	102-50 Période de reporting	20
	102-51 Date du rapport le plus récent	03
	102-52 Cycle de reporting	03
	102-53 Point de contact pour les questions relatives au rapport	03
	102-54 Déclarations de reporting en conformité avec les normes GRI	20
	102-55 Index du contenu GRI	101
	102-56 Examen externe	20



São Paulo Corporate Towers
A. Juscelino Kubitschek, 1909
Tour Nord - 9e étage - Vila Nova Conceição
Code postal 04543-011 - São Paulo - SP,

Brésil

Tél. : +55 (11) 2573-3000
ey.com.br

Rapport d'examen externe limité des Auditeurs indépendants du Rapport annuel de développement durable de Grupo Pão de Açúcar, basé sur les directives de la méthodologie interne du groupe Casino

Aux administrateurs et actionnaires de

Companhia Brasileira de Distribuição (Grupo Pão de Açúcar - GPA)

Introduction

Nous avons été engagés par la direction de Companhia Brasileira de Distribuição (« Grupo Pão de Açúcar » ou « GPA » ou « Institution ») pour présenter notre rapport de vérification externe sur les indicateurs (objets de notre périmètre) contenus dans le Rapport annuel de développement durable de GPA, sur la base des directives du protocole de reporting interne définies par le Groupe Casino (« Rapport ») comprenant deux périodes de base, du 1^{er} octobre 2018 au 30 septembre 2019 pour les indicateurs relatifs à l'environnement et du 1^{er} janvier 2019 au 31 décembre 2019 pour les autres indicateurs énumérés ci-dessous, à la fois pour les opérations Multivarejo, Assaí, GPA Malls, GPA Corporação et le siège.

Responsabilités de la direction de GPA

La direction de GPA est chargée de préparer et de présenter correctement les informations contenues dans le Rapport conformément aux critères, hypothèses et méthodologies internes définis par le Groupe Casino et aux contrôles internes qu'il a jugés nécessaires pour permettre la préparation de ces informations sans anomalies significatives, provenant d'une fraude ou résultant d'une erreur.

Responsabilité des auditeurs indépendants

Notre responsabilité consiste à exprimer nos conclusions sur les informations contenues dans le Rapport, sur la base du travail de vérification externe effectué conformément à la Communication technique Ibracon (CT) N° 07/2012, approuvée par le Conseil fédéral de comptabilité et élaborée conformément à la norme NBC TO 3000 (missions d'assurance autres que les audits et examens limités de l'information financière historique), émise par le Conseil fédéral de la comptabilité - CFC, qui est équivalent à la norme internationale ISAE 3000, publiée par la Fédération internationale des experts comptables, et applicable aux informations non historiques. Ces normes exigent le respect des règles d'éthique, y compris les règles d'indépendance et que les travaux soient effectués dans le but d'obtenir une assurance limitée concernant les indicateurs contenus dans le rapport lesquels ne doivent pas comporter d'anomalie significative.

Les travaux de vérification externe de missions d'assurance limitée menés conformément au NBC TO 3000 (ISAE 3000) consistent principalement en des demandes de renseignements auprès de la direction et d'autres professionnels de GPA ayant participé à la préparation des informations contenues dans le Rapport par l'application de procédures analytiques pour obtenir des preuves qui permettent de conclure à une assurance limitée quant aux indicateurs du Rapport. Le travail d'assurance limitée nécessite également l'exécution de procédures supplémentaires, lorsque l'auditeur indépendant prend connaissance de faits qui le portent à croire que les informations contenues dans le Rapport peuvent présenter des anomalies significatives.

Les procédures sélectionnées étaient basées sur notre compréhension des aspects liés à la compilation et à la présentation des informations contenues dans le Rapport selon les critères, hypothèses et méthodologies du Groupe Casino et d'autres circonstances des travaux et de notre examen des domaines où des anomalies significatives pourraient exister. Les procédures comprenaient :

- (a) Une planification des travaux, compte tenu de la pertinence, du volume d'informations quantitatives et qualitatives et des contrôles internes qui ont servi de base à l'élaboration des informations contenues dans le Rapport;
- (b) Une compréhension de la méthodologie de calcul et des procédures employées pour préparer et compiler les indicateurs à travers des entretiens avec les responsables chargés de préparer les informations ;



São Paulo Corporate Towers
A. Juscelino Kubitschek, 1909
Tour Nord - 9e étage - Vila Nova Conceição
Code postal 04543-011 - São Paulo - SP,

Brésil
Tél. : +55 (11) 2573-3000
ey.com.br

Responsabilité des auditeurs indépendants – continuation

- (c) L'application de procédures d'analyse des informations quantitatives, ainsi que les demandes d'informations qualitatives et leur corrélation avec les indicateurs divulgués dans les informations contenues dans le Rapport ;
- (d) La comparaison des données financières avec les états financiers et/ou les registres comptables.

Les travaux d'assurance limité comprenaient également le respect des directives et des critères de la structure d'élaboration des indicateurs du protocole d'entreprise du Groupe Casino applicable dans la préparation des informations contenues dans le Rapport.

Nous pensons que les preuves obtenues lors de nos travaux sont suffisantes et adéquates pour étayer notre conclusion de manière limitée.

Portée et limites

Les procédures appliquées dans une mission d'assurance limitée sont beaucoup moins étendues que celles appliquées dans une mission d'assurance raisonnable, laquelle vise à exprimer une opinion sur les informations contenues dans le Rapport. En conséquence, elles ne nous permettent pas d'obtenir l'assurance d'avoir pris connaissance de toutes les questions à identifier dans une mission d'assurance raisonnable. Si nous avons effectué des travaux pour exprimer un avis, nous aurions pu identifier d'autres points ou d'éventuelles anomalies dans les informations contenues dans le Rapport.

En conséquence, ceci n'est pas un avis concernant les informations en question. De plus, les contrôles internes de GPA ne faisaient pas partie de notre champ d'application d'assurance limitée.

Les données non financières sont soumises à des contraintes plus intrinsèques que les données financières, compte tenu de la nature et de la diversité des méthodes utilisées pour déterminer, calculer ou estimer ces données. Les interprétations qualitatives de l'importance relative, de la pertinence et de l'exactitude des données sont soumises à des hypothèses et à des jugements individuels. De plus, nous n'avons effectué aucun travail sur les données communiquées durant les périodes précédentes, ni sur les projections et objectifs à venir.

Seules les informations relatives aux indicateurs énumérés dans la liste ci-dessous, pour les activités de Multivarejo, Assaí, GPA Malls, GPA Corporação et le Siège, ont fait l'objet des travaux menés dans le cadre de la mission d'assurance limitée. Autrement dit, nous avons suivi des procédures d'assurance limitée exclusivement sur les indicateurs énumérés ci-dessous :

THÈME	INDICATEUR
Général	Surface de vente de ses propres unités
RH	Effectif souscrit au 31/12/N
	Effectif féminin au 31/12/N
	Effectif masculin au 31/12/N
	Effectif à temps plein au 31/12/N
	Effectif à temps plein (%)
	Effectifs à temps partiel au 31/12/N



São Paulo Corporate Towers
A. Juscelino Kubitschek, 1909
Tour Nord - 9e étage - Vila Nova Conceição
Code postal 04543-011 - São Paulo - SP,

Brésil

Tél. : +55 (11) 2573-3000
ey.com.br

THÈME	INDICATEUR
RH	Effectif masculin aux postes de direction et postes supérieurs au 31/12/N
	Effectif féminin aux postes de direction et postes supérieurs au 31/12/N
	Pourcentage d'employés par race/origine ethnique aux postes de direction (hommes et femmes noirs)
	Effectifs par race/origine ethnique (hommes et femmes noirs)
	Nombre total de salariés en situation de handicap au sein de l'entreprise au 31/12/N
	Pourcentage de personnes en situation de handicap par rapport au nombre total d'inscrits
	Nombre d'apprentis au 31/12/N
Formation	Nombre total d'heures de formation des collaborateur(trice)s
	Nombre d'heures de formation par personne
	Nombre d'employés ayant suivi une formation sur la corruption
Santé et sécurité	Nombre d'accidents du travail avec arrêt maladie d'au moins 1 jour
	Nombre de jours de congé pour accident du travail
	Nombre total d'heures d'absence pour accident du travail, maladie ordinaire et maladie professionnelle
	Taux de fréquence des accidents du travail avec interruption d'au moins une journée
	Taux d'absentéisme pour accidents et maladies
Consommation et offre responsable	Nombre total de produits de marque maison
	Nombre de produits bio
	Pourcentage des ventes d'œufs "cage-free" / hors cages / Bio de Marques Exclusives pour les unités Multivarejo
	Nombre d'audits des conditions de travail dans les usines des fournisseurs de pays à risques
	Nombre d'audits des conditions de travail dans les usines des fournisseurs des Marques Exclusives
Environnement (Énergie)	Consommation totale d'électricité
	Consommation d'électricité par m ² de magasin
	Consommation d'électricité verte
	Part d'électricité verte
	Énergie renouvelable produite
Environnement (Gaz de refroidissement)	Consommation de mazout
	R404A
	R134A
	R22



São Paulo Corporate Towers
 A. Juscelino Kubitschek, 1909
 Tour Nord - 9e étage - Vila Nova Conceição
 Code postal 04543-011 - São Paulo - SP,

Brésil
 Tél. : +55 (11) 2573-3000
 ey.com.br

THÈME	INDICATEUR
Environnement (Déchets non dangereux en exploitation)	Carton à recycler
	Plastique à recycler
	Ferraille et métaux à recycler
	Déchets organiques pour le compostage
	Huile de cuisson à recycler
	Autres produits recyclables
	Rebut
	Taux de réutilisation des déchets
Environnement (Eau)	Total d'eau potable dans le système
	Consommation d'eau des fournisseurs par m² de magasin
IDD	Indice de développement durable et de diversité (IDD)

Conclusion

Sur la base des procédures effectuées, décrites dans ce rapport, rien n'a retenu notre attention qui nous porte à croire que les indicateurs contenus dans le Rapport Annuel de Développement Durable GPA, faisant l'objet de notre périmètre, pour les périodes de base allant du 1^{er} octobre 2018 au 30 septembre 2019 pour les indicateurs relatifs à l'environnement et du 1^{er} janvier 2019 au 31 décembre 2019 pour les autres indicateurs, n'ont pas été compilés, dans tous les aspects pertinents, selon les critères, hypothèses et méthodologies de préparation des indicateurs de la directive interne du Groupe Casino.

Fait à São Paulo (SP), le 14 mai 2020

Ernst & Young
 Auditores Independentes S.S.
 CRC - 2SP034519/O-6

Antonio Humberto Barros dos Santos
 Contador CRC-1SP161745/O-3

Remerciements

Coordination générale

Direction de la communication d'entreprise
Département des Relations avec les Investisseurs
Département Développement Durable et Conformité

Conseil GRI, coordination éditoriale et conception

Report Sustentabilidade
www.reportsustentabilidade.com.br

Photographie

Camila Picolo

Toutes les photos du Rapport Annuel et de développement durable montrent des employés, des clients et des partenaires et font partie de la banque d'images de GPA et Instituto GPA.

Infographique

Cássio Bittencourt

Contacts

Communication d'entreprise
comunicacao.corporativa@gpabr.com
Relations avec les Investisseurs
gpa.ri@gpabr.com
Développement Durable
durabilidade@gpabr.com

Service de Médiation (Ombudsman)

Assaí et Compre Bem
ouvidoria@assaí.com.br • 0800 777 3377

GPA

ouvidoria@gpabr.com • 0800 55 57 11

GPA Malls

ouvidoria@gpamalls.com • 0800 55 57 11

Multivarejo (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité)

ouvidoria@multivarejogpa.com.br • 0800 55 57 11

Casa do Cliente (Maison du Client)

Assaí • 0800 773 23 22
Compre Bem • 0800 027 10 10
Extra • 0800 11 50 60
Extra Delivery • 4003 7266
Marques Exclusives - Qualitá et Taeq • 0800 15 21 34
Pão de Açúcar • 0800 773 27
Pão de Açúcar Delivery • 3055 6767 (capitale et région métropolitaine de São Paulo) • 4004 6070 (autres localités)

Sites

Assaí • www.assaí.com.br
Compre Bem • www.comprebem.com.br
Extra • www.extra.com.br
GPA • www.gpabr.com
James • www.jamesdelivery.com.br
Pão de Açúcar • www.paodeacucar.com
Pão de Açúcar Adegas • www.paodeacucar.com/adega
Qualitá • www.casapraticaqualita.com.br
Taeq • www.conquistesuavida.com.br
Instituto GPA - www.institutogpa.org.br

Pour plus d'informations sur GPA, voir
www.gpabr.com.

©2019 – Le Rapport Annuel et de développement durable 2019 est une réalisation de GPA. Reproduction autorisée en citant la source.