

INFORME NO FINANCIERO

2020



Índice

1.	INTRODUCCIÓN	2
2.	IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES RETOS DE RSC MEDIANTE LA CARTOGRAFÍA DE RIESGOS	5
3.	PROPONER UNA OFERTA ALIMENTARIA SANA, DE CALIDAD Y RESPONSABLE	8
4.	COMPROMETERSE CON COLABORADORES APASIONADOS	15
5.	LIMITAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE NUESTRAS ACTIVIDADES	32
6.	ESTABLECER RELACIONES COMERCIALES RESPONSABLES Y ÉTICAS	42
7.	METODOLOGÍA	48
8.	TABLA DE RESUMEN DE LOS INDICADORES	51
9.	INFORME DE UNO DE LOS AUDITORES DE CUENTA SOBRE LA DECLARACIÓN CONSOLIDADA DE RESULTADOS NO FINANCIEROS QUE FIGURA EN EL INFORME DE GESTIÓN	56

1. INTRODUCCIÓN

El alcance del Informe no financiero 2020 se centra en gran medida en las actuaciones y los resultados de Auchan Retail, que representan más del 99% de la cifra de venta de Auchan Holding. Por ello, en este capítulo la información relativa a los resultados y las actuaciones de Ceetrus es más puntual.

En 2020, dos acontecimientos tuvieron un impacto en la performance no financiera de Auchan Holding:

- la venta de la actividad de Auchan Retail en China. Por lo tanto, el alcance de la información presentada en este capítulo no incluye las actividades de la filial china Sun-Art, que fue vendida en octubre de 2020;
- la crisis sanitaria de la Covid-19, que movilizó a los equipos de Auchan Retail durante todo el año para mantener la actividad. La pandemia también trastornó en gran medida las actividades inmobiliarias de Ceetrus durante varios meses.

Esta crisis sanitaria y económica ha puesto de manifiesto la utilidad social de Auchan Retail, que ha sido capaz, allí donde está implantado el grupo, de responder a las necesidades básicas de la población y de comprometerse:

- con los consumidores, garantizándoles el acceso a una gama de productos alimentarios y no alimentarios imprescindibles. Auchan Retail también se ha comprometido a adoptar todas las condiciones sanitarias necesarias para la seguridad de sus clientes en sus puntos de venta;
- junto al mundo agrícola y con los productores locales, acelerando la referenciación de los productos y manteniendo volúmenes importantes de aprovisionamiento, en cada uno de los países donde opera;
- con la sociedad, multiplicando las iniciativas de apoyo, especialmente destinadas al personal sanitario y a las personas más vulnerables, mediante campañas de donación de alimentos, financieras e incluso médicas;
- con los colaboradores en el terreno, proporcionando condiciones de trabajo que protejan la salud y la seguridad de todos.

Dicho compromiso es el que sustenta el contenido general de este capítulo.

1.1 ENFOQUE RESPONSABLE ESTRUCTURADO EN TORNO A 3 COMPROMISOS COLECTIVOS

Creada entre los años sesenta y setenta para poner a disposición del mayor público posible una amplia gama de productos, la distribución de gran consumo sufre hoy la sacudida de una sociedad en plena mutación, con la irrupción de la tecnología digital, los cambios alimentarios, la transición ecológica y económica, etc. Estos requerimientos han llevado a Auchan Retail a volver a pensar su modelo y estructurar sus compromisos responsables.

En este contexto, Auchan Retail lanzó a finales de 2019 su proyecto de empresa "Auchan 2022". Objetivo: adaptarse a los nuevos retos, a las expectativas de los consumidores y de la sociedad y volver a un crecimiento sostenible. Este proyecto debe permitir al grupo, marca emblemática de la democratización del consumo, seguir con su ambición histórica: mejorar la calidad de vida de los habitantes.

El proyecto Auchan 2022 se basa en dos pilares estratégicos:

- Ser actor referente de lo bueno, lo sano y lo local, a través de la selección y la concepción de una oferta única, equitativa y responsable;
- Ser un creador de vínculos y experiencias, para mejorar la calidad de vida de los habitantes

Con el fin de alimentar este proyecto de empresa y responder a las expectativas de sus grupos de interés, Auchan Retail formalizó su enfoque de RSC en torno a los principales retos materiales. Comprometerse con un enfoque de desarrollo sostenible ya no es una opción para el grupo, sino una deuda por cumplir. Estos compromisos, que movilizan a todos sus colaboradores internacionales, se estructuran en torno a 3 compromisos colectivos, con objetivos a medio plazo.

> COMPROMISO n° 1: promover la buena alimentación y luchar contra el desperdicio alimentario



Este compromiso responde a las expectativas de los consumidores, que quieren alimentos sanos, locales y de calidad. Auchan Retail se dedica a promover una buena alimentación y a luchar contra el desperdicio alimentario, proponiendo una oferta equitativa y responsable.

Ambición para 2022:

- el 100% de nuestros productos exclusivos con sello de calidad nutricional (Nutriscore o equivalente).

> COMPROMISO n° 2: luchar contra la contaminación por plásticos



Hoy en día, los plásticos están presentes en todo el ciclo de vida del producto en la gran distribución: fabricación, transporte, embalaje, logística de cara al cliente. Auchan Retail se está movilizand para reducir los residuos del plástico y promover la economía circular en toda su cadena de valor, adoptando iniciativas concretas y medibles.

Ambición para 2022:

- el 100% de embalajes reutilizables, reciclables o compostables para los productos de marca propia (MDD);
- eliminación, en la medida de lo posible, de los embalajes de plástico en alimentos elaborados y frutas y verduras.

> COMPROMISO n° 3: reducir nuestra huella de carbono



Este eje está en consonancia con los compromisos asumidos por el grupo en la COP21, es decir reducir en un 20% las emisiones de GEI derivadas de sus consumos energéticos. En 2019, Auchan Retail alcanzó este objetivo y, por lo tanto, se ha fijado nuevas ambiciones.

Ambición para 2022:

- reducción en un 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero atribuibles al transporte de mercancías;
- el 50% de aprovisionamiento de electricidad con baja emisión de carbono;
- reducción en un 25% del consumo energético de las tiendas (base 2014 a perímetro constante).

Enfoque responsable promovido por colaboradores comprometidos y apasionados por su oficio

En una sociedad en la que las nociones de búsqueda de sentido y de responsabilidad cobran mayor fuerza cada día, esta Visión fomenta, promueve y alimenta el compromiso responsable de los colaboradores de Auchan Retail, al tiempo que contribuye a que se apasionen por su oficio. Su compromiso sobre el terreno puede adoptar la forma de iniciativas que se ajusten a las políticas locales de RSC, pero también de acciones solidarias llevadas a cabo por las fundaciones del grupo.

Esta movilización fomenta el compromiso de los colaboradores que, además, reciben apoyo en su desarrollo a lo largo de su carrera en Auchan Retail mediante programas de formación y trayectorias profesionales.

Por último, la crisis de la Covid-19 ha puesto de manifiesto grandes expectativas y retos en materia de seguridad laboral. A tal efecto, Auchan Retail sigue movilizándose para garantizar un entorno laboral seguro, saludable y satisfactorio para sus equipos, y unas condiciones de seguridad óptimas para los consumidores en todos sus formatos.



1.2 GOBERNANZA INTERNACIONAL Y NACIONAL DE LA RSC PARA AGILIZAR LAS DECISIONES Y ACCIONES EN AUCHAN RETAIL

Auchan Retail ha establecido, en toda la organización internacional y nacional, un sistema de gobernanza de la RSC con el fin de plasmar los compromisos asociados en acciones concretas y eficaces.

En el ámbito internacional: la política del grupo está a cargo de la dirección de RSC, que depende de la Dirección de Recursos Humanos, la RSC y la Transformación, cuyo director es miembro del Comité Ejecutivo de Auchan Retail.

La dirección de RSC coordina el Comité Internacional de RSC. Este órgano agrupa a los responsables de RSC de los países, a la dirección de Productos Worldwide y a determinadas Direcciones de Oficios (calidad, técnica, ética, etc.). El Comité se reúne todos los meses, con la misión de dirigir las acciones internacionales realizadas y fomentar las sinergias entre países.

Los objetivos de RSC forman parte de las hojas de ruta estratégicas de Auchan Retail, a escala tanto internacional como nacional.

En el ámbito nacional: el responsable de RSC dedicado define su hoja de ruta integrando las prioridades del grupo, así como las cuestiones nacionales compartidas, mediante un diálogo reforzado con los grupos de interés locales.

Cada país dispone de un Comité de RSC. En función de sus recursos y su nivel de madurez, las filiales instauran una organización y dedican unas herramientas específicas para promover la RSC en el terreno y en contacto con los clientes.

1.3 DIÁLOGO PERMANENTE CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

El contexto sanitario ha permitido desarrollar un diálogo con varios actores del ecosistema de Auchan Retail, en base a los siguientes grandes objetivos: la salud y la seguridad de clientes y empleados, el apoyo a los actores económicos locales y la construcción de dinámicas colectivas para un mayor compromiso frente a las crisis sanitaria y climática.

Colaboradores	- Intercambios regulares entre directivos - Realización de una encuesta de compromiso internacional. El 87% de los colaboradores encuestados han respondido - Despliegue de planes de acción por país y por dirección para responder a las opiniones expresadas por los colaboradores.
Agentes sociales	- Diálogo social regular sobre las condiciones de trabajo durante la pandemia - Seguimiento del proyecto de adaptación de las organizaciones en el marco del proyecto Auchan 2022
Enseñas de la Association Familiale Mulliez (AFM)	Participación y contribución a los talleres de la asociación <i>Acts and Facts</i>.
Inversores	Puesta en común de las evaluaciones no financieras y de los <i>roadshows</i> realizados por la Dirección financiera
Asociaciones	Apoyo a distintas asociaciones para atender las necesidades relacionadas con la pandemia: - convocatoria de proyectos de la Fundación Auchan por la Juventud; - acciones específicas de <i>Weave Our Future</i>; - varias iniciativas en el terreno para apoyar a las asociaciones que ayudan al personal médico y a las personas vulnerables.
Clientes/Habitantes	- Medición de la imagen en cuanto a las ambiciones del proyecto Auchan 2022 en todos los países - Pruebas de concepto con los habitantes mediante grupos específicos de estudio (segunda mano, nuevas cartas gráficas de embalaje, comunicación de la marca Inextenso, etc.). - Implementación del proceso Tendencias e Innovación, para que los desarrollos en las categorías de productos correspondan a las tendencias de los consumidores. - Intercambios con los habitantes para entender la evolución de los comportamientos alimentarios frente a la Covid-19 (1^{er} confinamiento)
Socios industriales/actores del sector de la distribución	- Contribuciones activas en las federaciones nacionales que representan al Comercio y a la Distribución, en particular en las distintas situaciones de crisis sanitaria, los retos de RSC o los aspectos reglamentarios (acuerdo UNI, desafíos asociados a la soja, estado de alarma, toque de queda, cierre a la venta de ciertos lineales, etc.). - Participación en las coaliciones del <i>Consumer Goods Forum</i>
Productores locales/agricultores	- Aceleración del despliegue local de las <i>filieres</i>⁽¹⁾ del sector primario en todos los países. - Apertura de las tiendas a productores locales durante la crisis, para apoyarlos económicamente y satisfacer las expectativas de los consumidores - Mantenimiento del volumen de pedidos
Proveedores	Despliegue del proceso de evaluación de la RSC de EcoVadis con proveedores no comerciales

1.4 ESTRATEGIA DE RSC RESPALDADA POR UN MAYOR NÚMERO DE CALIFICACIONES NO FINANCIERAS Y PREMIOS DE RSC

	2020	2019-2018	Comentarios
	49/100	37/100 (2018)	Esta subida de 12 puntos destaca los avances de Auchan Retail en las áreas de: - medio ambiente, - entorno social, - ética de los negocios, - compromiso con la comunidad.
	B	C (2019)	Esta calificación refleja el nivel avanzado de gestión de Auchan Retail en materia de cuestiones climáticas, especialmente en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 1 y 2).

(1) Alcampo Producción Controlada en España.

> Algunos de los premios locales otorgados en los países en 2020

Auchan Retail Rumania

- Premio del *Romanian CSR Awards* en junio de 2020 por su iniciativa de recogida de aceite usado.

Auchan Retail Polonia

- Novena posición en la clasificación de empresas responsables por *White CSR Leaf*.

Auchan Retail Taiwán

- Premio del gobierno de la ciudad de Taipei por su acción de lucha contra los plásticos.

Auchan Retail Ucrania

- Premio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en Ucrania por su contribución a la lucha contra los plásticos.

Auchan Retail España

- Seleccionada entre los 101 ejemplos empresariales de acciones #PorElClima 2020 de ECODES, por su abono universal de marca propia para macetas, elaborado con compost procedente de los residuos orgánicos de los hipermercados y envasado en una bolsa de plástico fabricada a partir de la recuperación de los plásticos usados empleados para la explotación de la tienda;
- Premio CRIS de la Fundación CRIS contra el cáncer, para el proyecto Somos Osos Solidarios;
- Premio del Instituto Cerdá, "Observatorio de innovación en gran consumo", por las cajas accesibles para las personas con movilidad reducida;
- Premio OCARE por su campaña "Desayunos y Meriendas #conCorazón" en colaboración con Cruz Roja, Oney Bank, Ceetrus y la Asociación de Cocineros y Reposteros (ACYRE).

Auchan Retail Francia

- Elegida en el Top 5 para la categoría *Distribución* de la Clasificación 2020 de Empresas Socialmente Responsables del periódico *Le Point*, y única empresa de la gran distribución alimentaria en este Top 5.

2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES RETOS DE RSC MEDIANTE LA CARTOGRAFÍA DE RIESGOS

2.1 METODOLOGÍA GENERAL DE ANÁLISIS DE RIESGOS

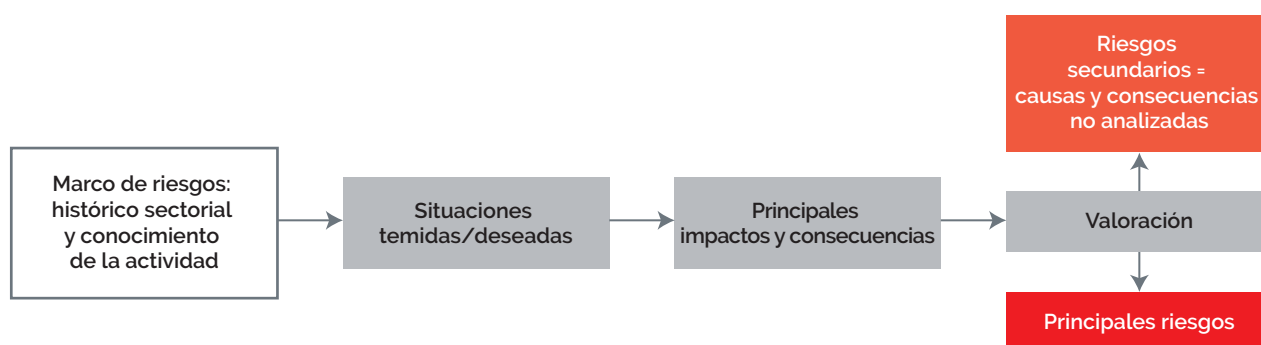
Auchan Retail ha implantado un programa de gestión de riesgos basado en las buenas prácticas. Recurre a un método de análisis de riesgos basado en el COSO ERM.

Su objetivo es garantizar que se identifiquen, evalúen y aborden los riesgos más importantes, con los métodos más eficaces. Se considera que un riesgo es un acontecimiento

potencial que, de materializarse, podría tener un impacto positivo o negativo en la consecución de los objetivos de Auchan Retail.

La gestión de riesgos tiene por principal objetivo reducir la probabilidad de que se produzcan los riesgos y/o su impacto, definiendo y aplicando las acciones adecuadas.

El método de análisis general se basa en el siguiente planteamiento:

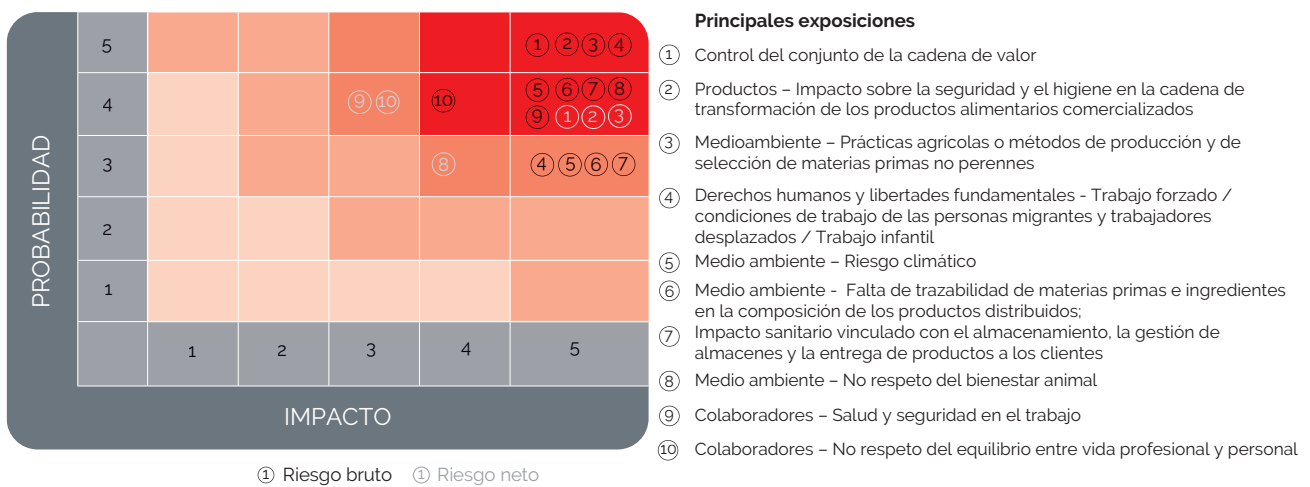


De acuerdo con los principios del *Risk Management* de Auchan Retail, la evaluación se hizo en términos de riesgo bruto y riesgo residual. Esta evaluación también tiene en cuenta a proveedores y subcontratistas de cada una de sus entidades. Los equipos de RSC y de Riesgos y Control Interno de Auchan Retail se encargaron de realizar conjuntamente el trabajo, que contó con la participación activa de los grupos de interés internos en función de sus ámbitos de experiencia.

El objetivo de esta revisión era identificar la exposición de cada entidad a los principales riesgos identificados, así como todas las medidas de mitigación de riesgos aplicadas, en algunos casos localmente, con el fin de compartirlas, consolidarlas o reforzarlas.

Esta cartografía de riesgos es uno de los elementos estructurales del Informe no financiero de Auchan Retail. Los riesgos identificados se tratan en los distintos capítulos presentados (se hace referencia a estos capítulos en la siguiente tabla). El presente documento también aborda los riesgos identificados en otros ejercicios de cartografía y las acciones voluntarias de Auchan que contribuyen al despliegue de su política de RSC.

2.2 CARTOGRAFÍA DE RIESGOS DE RSC 2020



Auchan Retail ha optado por presentar los riesgos brutos y netos identificados para la empresa. El riesgo bruto es el nivel de riesgo intrínseco, sin tener en cuenta la aplicación de acciones de reducción o los controles existentes. El riesgo neto incluye las acciones de mitigación adoptadas por la empresa para reducir el impacto y la probabilidad bruta identificada. Estas acciones de mitigación se presentan en el Informe no financiero de Auchan, en los distintos capítulos correspondientes del apartado "Política y compromisos".

En aras de la síntesis, el nivel de riesgo presentado en la siguiente tabla se ha reelaborado a partir del riesgo neto. Clasificados inicialmente en una escala de 1 a 25, los riesgos se han dividido en tres categorías:

1. Riesgo de nivel 1 - Riesgo elevado, calificación neta mayor o igual a 16
2. Riesgo de nivel 2- Riesgo moderado, calificación neta entre 11 y 15
3. Riesgo de nivel 3 - Riesgo bajo, calificación neta inferior o igual a 10

Este método garantiza una lectura más fácil de los riesgos presentados.

Los principales riesgos y oportunidades de RSC identificados son:

Riesgos	Nivel de riesgo	Capítulo de la DPNF que trata del tema
No respeto del equilibrio entre vida profesional y personal	2	4.3 Salud y seguridad en el trabajo 4.4 Compromiso social y solidaridad
Gestión inequitativa de las carreras profesionalwa	3	4.1. Estructura del empleo 4.2 Desarrollo humano 4.6 Diversidad e igualdad de oportunidades
Salud y seguridad en el trabajo	2	4.3 Salud y seguridad en el trabajo
Impacto en la seguridad y la higiene en la cadena de transformación de los productos alimentarios comercializados.	1	3.1 Salud y seguridad de los consumidores
Impacto sanitario asociado con el almacenamiento, la gestión en los almacenes y la entrega de productos a los clientes	2	3.1 Salud y seguridad de los consumidores
Diferencias de retribución	3	4.6 Diversidad e igualdad de oportunidades 4.2 Desarrollo humano
Frenos a la diversidad cultural/discriminación	3	4.6 Diversidad e igualdad de oportunidades 4.3 Desarrollo humano
Tratamiento discriminatorio asociado con las opiniones políticas o sindicales	3	4.5 Diálogo social
Trabajo forzado y trabajo infantil	2	6.1 Filières responsables del sector primario y acuerdos de colaboración con productores locales 6.2 Relaciones de compras sostenibles con nuestros proveedores 6.3 Ética y conformidad+Plan de vigilancia
Riesgo climático	2	5.1 Cambio climático y reducción de GEI
Prácticas agrícolas o métodos de producción o selección de las materias primas no perennes	1	3.1 Salud y seguridad de los consumidores 3.2 Comer bien, calidad nutricional de los productos 5.4 Biodiversidad y protección de los recursos naturales
Impacto medioambiental debido a la puesta en el mercado de embalajes no reciclables (plásticos, en particular)	3	5.2 Lucha contra la contaminación por plásticos
Mala gestión de los residuos	3	5.3 Ecodiseño, segunda vida de los productos y los residuos de explotación
Desperdicio alimentario y no alimentario	3	3.4 Lucha contra el desperdicio alimentario Economía circular
Exceso de consumo energético de centros, tiendas y almacenes	2	5.1 Cambio climático y reducción de GEI
Ausencia de trazabilidad de las materias primas y los ingredientes que entran en la composición de los productos distribuidos	2	3.1 Salud y seguridad de los consumidores 5.4 Biodiversidad y protección de los recursos naturales
Emisiones de gases de efecto invernadero	2	5.1 Cambio climático y reducción de GEI
Incumplimiento del bienestar animal	2	3.3 Bienestar animal
Agotamiento de los recursos	2	2.1 Salud y seguridad de los consumidores 5.4 Biodiversidad y protección de los recursos naturales
Control del conjunto de la cadena de valor	1	Plan de vigilancia

El conjunto de medidas puestas en marcha para controlar estos riesgos se describen en los siguientes capítulos en torno a cuatro desafíos:

- proponer una oferta alimentaria sana, de calidad y responsable;
- comprometerse con los colaboradores apasionados;
- limitar el impacto medioambiental de nuestras actividades;
- establecer relaciones comerciales responsables y éticas.

3. PROPONER UNA OFERTA ALIMENTARIA SANA, DE CALIDAD Y RESPONSABLE



Auchan Retail desea dar acceso a sus clientes a productos de calidad, saludables y, en la medida de lo posible, exclusivos. La empresa está desarrollando una oferta alimentaria que aúna:

- seguridad;
- respeto del bienestar de los animales;
- placer gustativo y equilibrio nutricional;
- reducción del desperdicio alimentario.

3.1 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES

> Contexto

En el campo de la alimentación, la calidad es una temática que ocupa un lugar central entre las preocupaciones de los consumidores. Las sucesivas crisis de los últimos años han generado una demanda de seguridad y transparencia por parte del cliente. Auchan Retail ha hecho de esta preocupación su principal responsabilidad y el corazón de su misión: proporcionar a sus millones de clientes diarios una oferta segura, variada y accesible que contribuya a una alimentación equilibrada y al placer de comer.

> Compromiso/Política

La acción de Auchan Retail consiste en:

- mejorar continuamente sus marcas propias;
- animar a las marcas nacionales a actuar en coherencia con su enfoque de progreso de RSC;
- dar acceso a los consumidores a una mejor información sobre productos y pautas de consumo responsables;
- contar con el asesoramiento de expertos internos o externos u organizaciones asociadas.

En este sentido, Auchan Retail ha formalizado sus principales compromisos en una Carta de calidad responsable, organizada en 10 ejes:

1. Garantizar la seguridad y la conformidad de los productos Auchan;
2. Seleccionar materias primas y *filières* responsables, con trazabilidad desde el agricultor hasta el plato;
3. Diseñar productos reconocidos por el placer de la buena alimentación;
4. Lograr que el cliente reconozca y siga comprando los productos;
5. Desarrollar productos específicos para todo tipo de alimentación;
6. Fomentar los productores locales y reducir la huella de carbono;
7. Garantizar una clara transparencia sobre la procedencia y promover el origen nacional;
8. Reducir los envases de plástico y exigir su reciclado con la RSC;
9. Evitar el desperdicio alimentario;
10. Reforzar la calidad en la tienda.

Seguridad y conformidad de los productos

Primer apartado de la Carta de calidad responsable de Auchan, este compromiso se manifiesta en:

- un proceso de desarrollo de productos de marca propia exigente y único para todos los países, controlado regularmente por la auditoría interna;
- especificaciones estrictas;
- auditorías de calidad llevadas a cabo para todos los proveedores de productos de marca propia;
- auditorías sociales vinculadas a los resultados de la cartografía de riesgos. En particular, como miembro fundador de la ICS (Iniciativa de Cláusula Social) o miembro del sistema BSCI, Auchan recurre, también en ese aspecto, a enfoques internacionales;
- planes de control (físico-químico y microbiológico) de los productos de nuestros laboratorios de fabricación, así como de los productos de marca propia.

Transparencia clara sobre el origen

Los consumidores desean una información clara sobre los productos que consumen. Mediante este eje de su Carta de calidad responsable, Auchan Retail se compromete a:

- informar al cliente sobre el origen de la materia prima;
- garantizar la ausencia de sustancias conflictivas en las materias primas, de conformidad con la lista negra (véase el apartado específico).

Calidad reforzada en las tiendas y en toda la cadena logística

La calidad de la oferta alimentaria también depende de la calidad alimentaria en las tiendas y en la cadena de suministro logístico. Se plasma en diferentes requisitos aplicables a todas las filiales:

- disponer de un plan de control sanitario o HACCP⁽¹⁾ para todas las tiendas y la logística;
- formar a los colaboradores en materia de seguridad alimentaria y control de calidad de los alimentos;
- evaluar todos nuestros establecimientos mediante un sistema único basado en una norma de inspección internacional FSQS⁽²⁾;
- controlar la higiene y la seguridad de los productos;

(1) Hazard Analysis Critical Control Point: sistema que identifica, evalúa y controla los peligros significativos para la seguridad alimentaria

(2) Food Store Quality Standard FSQS) desarrollado por la FSQ Association (antiguamente IFS FOOD STORE). El FSQS es un referencial común entre las enseñas de la gran distribución. Este referencial permite medir el nivel de control de los puntos de venta con respeto a la seguridad sanitaria de los alimentos comercializados.

- en caso de crisis grave:
 - poder retirar un producto en el mundo entero,
 - disponer de los sistemas de alerta que se ajusten a las necesidades del mercado nacional;
- desarrollar programas del tipo certificación o *Food Safety Culture* para facilitar la industrialización y la modernización.

COVID -19

AUCHAN RETAIL REFUERZA LA SEGURIDAD SANITARIA EN SUS CENTROS DURANTE LA CRISIS SANITARIA

Desde el comienzo de la crisis sanitaria de la Covid-19, Auchan Retail ha puesto en marcha importantes medidas para satisfacer las necesidades de protección de sus colaboradores y clientes. A tal efecto, de acuerdo con las disposiciones y los marcos legales propios de cada país, se dio prioridad desde el principio al suministro de equipos de protección (gel, mascarilla, guantes, plexiglás, etc.) y al cumplimiento de las medidas de protección (aforo en las tiendas, filtrado en la entrada, distancia en cajas, procedimientos sin contacto en el *Drive⁽¹⁾* o la entrega a domicilio, etc.). Con la reanudación de la aceleración de la epidemia, Auchan Retail Francia se ha apoyado, por ejemplo, en la experiencia de los equipos del Instituto Pasteur de Lille para elaborar conjuntamente una carta de compromiso que tranquilice a clientes y colaboradores. Esta colaboración tiene por objetivo estructurar en 10 puntos los pasos necesarios para luchar eficazmente contra los riesgos de contaminación o propagación del coronavirus. Estos 10 puntos incluyen las medidas de protección personal y general, la vigilancia de determinados equipos de las tiendas (climatización, refrigeración, etc.), las buenas prácticas que deben adoptarse en los procesos de fabricación o venta de productos frescos o la adopción de estructuras de seguimiento, de auditorías periódicas o de apoyo a los colaboradores afectados.

Esta Carta de compromiso incluye la verificación de su aplicación y pertinencia varias veces al mes y una auditoría realizada, de forma aleatoria e imprevista, por un organismo externo independiente cada trimestre, con el fin de garantizar la continuidad de las acciones a largo plazo. Estas recomendaciones científicas, que se actualizan periódicamente en función de la evolución de la pandemia, así como la ayuda de una auditoría de control independiente, han permitido a Auchan Retail garantizar una prevención sanitaria eficaz para sus clientes y colaboradores.

También se han establecido procedimientos equivalentes de reconocimiento por parte de organismos de certificación o expertos en Luxemburgo, Rumania, España, Portugal y Taiwán.

3.2 BUENA ALIMENTACIÓN Y CALIDAD NUTRICIONAL DE LOS PRODUCTOS

> Contexto

Los consumidores se preocupan cada vez más por lo que comen, por la protección del medio ambiente y por el respeto de las condiciones de producción. Para responder a estas expectativas, Auchan Retail moviliza a todo su ecosistema: productores e industriales, nutricionistas y grandes chefs, pero también carniceros, pescaderos, panaderos en sus tiendas, responsables de mercado y azafatas/os de caja, equipos logísticos y digitales, etc., además de las asociaciones colaboradoras. Juntos, contribuyen a la acción de Auchan Retail a favor de lo bueno, lo sano y lo local, una acción que revisa todas las facetas de su actividad y que tiene por objetivo generar confianza en lo que comemos.

> Compromiso/Política

Auchan Retail tiene la ambición de:

- desarrollar productos de marca propia reconocidos por el placer que permite una dieta equilibrada;
- ofrecer productos específicos para todos los tipos de alimentación.

Diseñar productos que concilien lo bueno y lo sano

Auchan Retail desarrolla una política de productos que combina la seguridad, el placer gustativo y la salud, favoreciendo el equilibrio nutricional. Por ello, los productos de la marca Auchan están pensados para el placer de una buena alimentación (*tercer pilar de la Carta de calidad responsable de Auchan*) promoviendo:

- ingredientes naturales y sencillos, sin aditivos controvertidos (lista negra);
- transparencia nutricional.

A tal efecto, Auchan Retail aplica desde hace años una lista negra y se compromete a eliminar muchas sustancias controvertidas. Esta lista se actualiza cada año con los referentes de calidad de todos los países y se organiza de la siguiente manera:

- reformulación de recetas y supresión de 39 sustancias, entre las cuales:
 - los ingredientes OGM,
 - las grasas hidrogenadas,
 - los colorantes azoicos y otros controvertidos,
 - las nanotecnologías (ausencia de E171),

(1) Espacio donde el cliente recoge la compra realizada online en su vehículo particular.

- eliminación de 8 sustancias-ingredientes de cualquier producto nuevo, incluyendo:
 - los glutamatos,
 - el caramelo E150b, c y d,
 - los huevos de gallinas criadas en jaulas,
- exclusión de 19 sustancias en el desarrollo de nuevos productos, de las cuales:
 - cochinilla E120,
 - aceite de palma, en la medida de lo posible.

Como complemento al enfoque de mejorar las recetas de los productos alimentarios de marca propia y para favorecer la educación de los clientes, cada país está adoptando un sello de calidad nutricional y se compromete a colocarlo en sus productos de marca Auchan para 2022. Este avance ya es realidad en Francia, España y Portugal, con la elección del Nutri-Score.

En todas sus filiales, Auchan Retail se compromete a informar a los consumidores sobre la buena alimentación. Se pueden mencionar distintas iniciativas al respecto:

- talleres de cocina con niños en las tiendas;
- campañas de concienciación sobre la diabetes;
- *show cooking*;
- propuestas de recetas, aprobadas por un nutricionista;
- promoción y cata de productos saludables.

La empresa también está entablando numerosas colaboraciones con asociaciones locales en este ámbito y apoya los esfuerzos de las autoridades en materia de políticas nutricionales.

Además de los productos alimentarios, Auchan Retail también presta mucha atención a la composición de sus artículos no alimentarios, en particular la gama de higiene y belleza, para prohibir todas las sustancias controvertidas, más allá de la normativa.

Desarrollar productos específicos para todos los tipos de alimentación

Auchan Retail se adapta a las nuevas expectativas de los consumidores y desea promover una mayor selección en el consumo, favoreciendo una dieta que reúna todo tipo de alimentos.

Todas las filiales desarrollan y promueven iniciativas agrícolas innovadoras que son buenas para el medio ambiente, los productores y la salud de los consumidores:

- productos ecológicos;
- productos sin residuos de pesticidas;
- productos con sello de calidad, como el de *Hautes Valeurs Environnementales* (Altos valores medioambientales), en Francia.

Para preservar el planeta y/o su salud, los clientes consumen cada vez menos carne y otros productos de origen animal. El diseño de gamas de productos vegetarianos, incluso veganos, de marca propia, es una respuesta a estas expectativas. Para ello, Auchan Retail amplía constantemente este segmento para ofrecer una alternativa al consumo de proteínas animales.

La oferta alimentaria propuesta en los lineales de las tiendas Auchan Retail también se enriquece cada año con productos diseñados o seleccionados para todas las necesidades:

- productos sin gluten;
- productos bajos en azúcar;
- productos bajos en sal;
- productos sin alérgenos específicos.

Cuando el espacio de la tienda lo permite, estos productos se reúnen en una única sección, de forma que los clientes que acuden específicamente en su busca los encuentren más fácilmente.

Para garantizar que todos los clientes puedan elegir sus productos, Auchan Retail ofrece más de 2.000 productos alimentarios de marca propia con etiqueta en braille. Este etiquetado, en vigor desde 2015, permite a las personas con discapacidad visual elegir y reconocer el producto que desean consumir sin riesgo de error.

> Indicadores

Perímetro	Indicadores	2019	2020
	Proporción de los productos MDD+MDDI (MDD internacional) con sello nutricional en el envase ⁽¹⁾		
Auchan Retail		33%	45% ⁽²⁾

(1) MDD = Productos de marca de distribuidor, también llamados productos de marca propia

MDDI = Productos de marca de distribuidor internacional = productos elaborados por la central de compras internacional y destinados a todos nuestros países.

(2) Este indicador solo incluye en el cálculo los productos CON sello nutricional SOBRE el envase. Lo que explica la diferencia con el 100% anunciados por Auchan Retail France que tiene en cuenta las publicaciones en su web de comercio online.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática Política	Organización	Iniciativa
Productos de marca Auchan con ingredientes específicamente seleccionados	Auchan Retail Francia	Desde 2018: - se han modificado 360 recetas para mejorar el perfil nutricional (menos sal, menos azúcar, menos grasa); - se han reelaborado o desarrollado 410 recetas para eliminar sustancias como BHA, BHT o dióxido de titanio. Se presta especial atención a los sabores naturales y a los conservantes artificiales: 20 referencias de yogures se elaboran con sabores naturales; 42 referencias de caramelos no llevan sabor artificial; 3 referencias en los productos de confitería de chocolate no contienen colorantes artificiales; 59 referencias de congelados no tienen colorantes.
	Auchan Retail España	Desde 2018, Auchan Retail España trabaja en el desarrollo de productos sin residuos de pesticidas. En 2020, se han añadido 19 productos a esta gama en España.
	Dirección de Productos Worldwide	Un total de 93 productos de belleza han sido reformulados para cumplir con la lista negra (82 en 2019 y 11 en 2020): eliminación de sustancias controvertidas, más allá de la normativa, como: MIT/MCIT, parabenos, etc.
Productos con una composición nutricional equilibrada	Auchan Retail Francia	El 100% de los productos de la marca Auchan han adoptado el sistema Nutri-Score, es decir, 6.000 productos en línea en el sitio web del <i>Drive</i> , incluyendo 3.800 envases.
	Auchan Retail España	Se reformularon 90 recetas de productos de marca propia, lo que permitió reducir las grasas saturadas (18.225 kg), los azúcares (91.940 kg), la sal (6.530 kg) y la grasa en los productos cárnicos (2.375 kg).
Concienciación sobre la alimentación sana y la salud	Auchan Retail Senegal	Organización de una semana sobre la diabetes: sensibilización de colaboradores y clientes, campaña de detección en la tienda, talleres de cocina, cata de productos saludables, organización de clases de deporte, etc.
	Auchan Retail España	Organización de talleres mensuales para niños de 4 a 10 años.
	Auchan Retail Portugal	Con el objetivo de que los niños practiquen deporte y adopten una dieta más saludable, Auchan Retail Portugal ha puesto en marcha un proyecto para luchar contra el sedentarismo "MOOVEat, Movimento & Diversão".
	Auchan Retail Francia	Iniciativa "Mieux manger c'est facile" (Comer mejor es fácil), en Francia, con el departamento de Nutrición del Instituto Pasteur de Lille, para orientar a los clientes hacia una buena alimentación. El objetivo es que todo el mundo adquiera mejores hábitos alimentarios con consejos y trucos para comer de forma más variada y equilibrada, ideas para preparar sus propias comidas favoreciendo los alimentos crudos o mínimamente procesados, herramientas para adquirir un mejor equilibrio alimentario y actividades en la tienda, etc.
Productos específicos desarrollados para todos los tipos de alimentación	Auchan Retail Polonia	La oferta de las tiendas polacas está diseñada para satisfacer las necesidades del mayor número de consumidores, con: 1.647 productos ecológicos; 218 referencias de productos vegetarianos; 187 referencias sin lactosa; 365 referencias sin gluten; 389 productos "dietéticos"; 50 productos de tipo "superfoods".
Transparencia en los productos para una mejor información del consumidor.	Auchan Retail Francia	Auchan Retail Francia es uno de los miembros fundadores de la <i>Note globale</i> (Nota global). Consiste en disponer de un sistema de referencia fiable y lo más completo posible para ayudar a los consumidores a comprar mejor y a los distintos actores a producir mejor. La calificación de performance social es el resultado de un sistema definido colectivamente con el consumidor, que le permite tener una Visión objetiva de las calidades del producto y que mejora la performance social. Actualmente, 19 productos de la marca Auchan llevan la Nota global: 16 en aves de corral (pollo Lyré) y 3 jamones. Los primeros sellos se colocaron en los productos en el mes de marzo.
	Auchan Retail Portugal	Despliegue de su primera <i>blockchain</i> en 3 productos procedentes de <i>filières</i> del sector primario: lechuga, melón y sandía. Se trata de una iniciativa única en el sector portugués de la gran distribución. Mediante un código QR en la etiqueta, los clientes tienen ahora acceso con total transparencia a todos los datos relativos al producto, desde su origen hasta su llegada a los lineales de las tiendas. Esta tecnología <i>blockchain</i> ya está presente en 6 países de Auchan Retail

3.3 BIENESTAR ANIMAL

> Contexto

El consumo de productos más respetuosos con el bienestar de los animales desde el principio hasta el final de su vida es una demanda cada día mayor por parte de muchos consumidores. En un contexto de disminución del consumo de carne en los países occidentales, con una demanda creciente por parte de las asociaciones de protección de los animales, y en un mercado altamente competitivo, la consideración del bienestar animal no debe verse únicamente como un riesgo, sino también como una oportunidad para diferenciarse en los mercados, mediante una oferta de productos vegetarianos y/o veganos.

> Compromiso/Política

Auchan Retail ha hecho de esta necesaria transformación una de sus prioridades y se compromete a mejorar el bienestar de los animales en el desarrollo de sus *filières* responsables (véase el apartado 6.1).

La empresa ha iniciado un proceso de consulta internacional que debería conducir a la publicación de una política corporativa sobre el bienestar animal en 2021. Varias filiales ya han adoptado ese compromiso:

- Auchan Retail España;

- Auchan Retail Francia;
- Auchan Retail Polonia.

Hace referencia, entre otros aspectos, a las libertades fundamentales a las que tienen derecho todos los animales de ganadería y cría, y al uso responsable de los antibióticos.

Auchan Retail también ha convertido en una prioridad la venta de huevos de gallinas que no han sido criadas en jaulas. En todos los países, se establece asimismo una dinámica entre productores, distribuidores, asociaciones y clientes. Puesto que la realidad económica y la madurez de los comportamientos difieren de un país a otro, esta dinámica tiene por objetivo acompañar los cambios en los países más concienciados y fomentar la adopción del tema en los demás. De este modo, la empresa se ha comprometido a vender únicamente, para las referencias de su marca, huevos criados sin jaula antes de 2025 en los países de la Unión Europea.

En consonancia con las nuevas preocupaciones y necesidades de los consumidores, todos los países en los que Auchan Retail está presente ofrecen una gama de productos vegetarianos y veganos, tanto de marca nacional como de marca propia.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Bienestar animal Oferta vegana	Auchan Retail España	Adopción de la política de bienestar animal el 15 de octubre, con la participación de los grupos de interés mediante una presentación detallada de los compromisos en directo, en una videoconferencia.
	Auchan Retail Francia	Actualización de la política de bienestar animal, con una revisión al alza de los requisitos: • aceleración para asumir el aspecto del dolor; • reducción del tiempo de transporte de los animales; • acciones a favor de la lucha contra la resistencia a los antibióticos; • acentuar el enfoque bienestar animal en el mundo de la acuicultura con la formalización de nuevas exigencias.
	Auchan Retail Polonia	Reconocimiento de su liderazgo en términos de oferta vegana en los supermercados polacos por la Fundación Albert Schweitzer.

3.4 LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

> Contexto

La FAO⁽¹⁾ estima que, cada año, se pierde o desperdicia un tercio de todos los alimentos producidos para el consumo humano en el mundo. Este desperdicio alimentario es una oportunidad perdida para mejorar el suministro mundial de alimentos, pero también para mitigar el impacto medioambiental y el uso de recursos de las cadenas alimentarias. La lucha contra el desperdicio no solo evita la amenaza de los escasos recursos naturales, sino que también minimiza la necesidad de aumentar la producción de alimentos en un 60% para satisfacer las necesidades de la población en 2050.

> Compromiso/Política

La lucha contra el desperdicio de alimentos, más allá del simple deseo de responsabilidad social de las empresas, es un proceso complejo. Involucra a todos los actores de la cadena de valor de la sociedad e implica la mejora de la excelencia operativa de las actividades. Por eso es una de las prioridades del programa Renaissance (Renacimiento), iniciado hace dos años para acelerar, en todo el mundo y en todas las actividades de Auchan Retail, una transformación en la forma de comercializar los productos. Además de su repercusión positiva en la huella de carbono y la accesibilidad de los más desfavorecidos a una dieta equilibrada y de calidad, la lucha contra el desperdicio alimentario también tiene un impacto significativo en los resultados de la empresa (impacto directo en el Ebitda) al luchar contra la demarca.

(1) Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), agencia de las Naciones Unidas que lidera los esfuerzos internacionales para la eliminación del hambre. Informe "Huella del desperdicio alimentario - Impactos en los recursos naturales".

Esta lucha, en el marco del programa Renaissance, se basa en tres grandes pilares:

- 1) La identificación de un perfil muy preciso de las necesidades reales, de acuerdo con las expectativas de los consumidores, con el fin de establecer un objetivo personalizado para cada mánager en cuanto a las tasas de demarca por tienda y sección, y reducir así el potencial de una demarca significativa que llevaría a un desperdicio;
- 2) La puesta a disposición de medios para reducir esta demarca, ayudando, por ejemplo, a ajustar las cantidades pedidas, revisando los surtidos para excluir los productos que generan merma o replanteando el proceso de frutas y verduras. Del mismo modo, la política aplicada para reforzar el abastecimiento de productos frescos de los proveedores locales de cada país, si cumple las expectativas de los consumidores, también contribuye a evitar el desperdicio y la demarca. Los productos proceden de una zona más cercana y, por tanto, son más frescos y generan menos merma;
- 3) La promoción, cuando los dos puntos anteriores no hayan podido evitarlo, de productos con fecha de consumo preferente que vence a "corto plazo", generalizando en las tiendas un rincón de "lucha contra el desperdicio" en el que los clientes encuentren productos perfectamente aptos para el consumo y a precios rebajados.

En el marco del proyecto corporativo Auchan 2022, la empresa ha situado la lucha contra el desperdicio alimentario en el centro de sus prioridades, convirtiéndola en el primer pilar de la política de RSC de Auchan Retail.

En consonancia con el noveno pilar de la Carta de calidad responsable, Auchan Retail se centra en 5 palancas prioritarias:

1. Colaborar con los actores del sector Retail

Auchan Retail desarrolla en todos sus países de implantación acuerdos de colaboración virtuosos con el fin de influir en el desperdicio alimentario. Estas diversas colaboraciones tienen por objetivo, en particular:

- ampliar la fecha de consumo preferente, en España "consumir preferentemente antes del...", de los productos de marca propia, sin aumentar el riesgo para la salud;
- eliminar la fecha de caducidad ("consumir antes del") en determinadas categorías de productos;
- firmar compromisos de modificación de las prácticas como, a principios de 2020, la firma por parte de Auchan Retail Francia del Pacto sobre fechas de consumo, iniciado por *Too Good To Go*, junto a unos treinta actores de la industria agroalimentaria. Este pacto, que clarifica el matiz entre fecha de consumo preferente y fecha de caducidad, incluye 10 compromisos que movilizan la cadena alimentaria para rescatar los productos cuya fecha de consumo se ha rebasado.

2. Profesionalizar la lucha contra el desperdicio en toda la cadena

Para reducir el número de productos retirados de la venta, Auchan Retail trabaja con todos sus colaboradores, tanto en la central de compras como en las tiendas, y todos se implican en este compromiso.

El primer eje de mejora es el de la gestión del surtido. El personal encargado de la oferta trabaja para que ésta se adapte lo mejor posible a las necesidades de los clientes. Así, se presta especial atención a las raciones propuestas: más pequeñas en las tiendas de ultra-proximidad, por ejemplo, o con envases más pequeños para no superar la fecha de consumo.

En la tienda, los colaboradores ejercen una vigilancia especial: rotación de productos, control de los índices de merma, uso de cadenciadores de previsión, etc. Puesto que la lucha contra el desperdicio alimentario está en el centro del proyecto de la empresa, la mayoría de los países han desarrollado un módulo de formación

dedicado al tema, con el fin de sensibilizar a todos los actores, aportarles buenas prácticas y desafiarlos en sus prácticas diarias.

Cuando se han adoptado todas las soluciones posibles en la fase previa y que la fecha de caducidad de los productos se aproxima, las tiendas los ofrecen con una etiqueta de precio reducido. Esta rebaja evita tener que tirar productos que ya no se pueden vender y los clientes los pueden comprar a un precio muy asequible. En la mayoría de las filiales de Auchan Retail, estos productos se venden en una zona específica de la sección o de la tienda. Auchan Retail Francia es líder en estas prácticas y, para demostrar su compromiso con la lucha contra el desperdicio alimentario, ha creado zonas destacadas en sus tiendas. Estos enfoques también se desarrollan en España, Portugal y Polonia.

3. Organizar la donación de productos a las asociaciones

En la medida de las posibilidades que ofrecen sus legislaciones nacionales respectivas, la mayoría de los países en los que Auchan Retail está presente reparten sus productos alimentarios no vendidos, mediante donaciones a asociaciones y bancos de alimentos locales.

Las tiendas clasifican la mercancía no vendida para seleccionar los productos sanos y autorizados, que serán donados a las asociaciones locales, respetando la cadena de frío. Los artículos que no entran en el circuito de donación o no recuperados se pueden ofrecer a asociaciones de protección de los animales, como zoológicos o refugios.

4. Desarrollar nuevos conceptos

Varias soluciones innovadoras permiten luchar contra el desperdicio alimentario, entre las cuales:

- procesamiento de los productos en el centro: para evitar que se tiren alimentos que siguen siendo consumibles, pero dañados o no tan frescos, se transforman en los laboratorios de las tiendas y se ofrecen en diferentes formas: pan rallado, picatostes, galletas para los productos no vendidos de panadería; sopas, batidos de fruta, mermeladas y panes de plátano para las frutas y verduras no vendidas.
- acuerdos de colaboración con empresas *start-up* como:
 - *Too Good To Go*, para vender a precio rebajado productos con fecha de consumo preferente de próximo vencimiento, mediante cestas sorpresa compuestas de artículos no vendidos que se ofrecen a un precio especial,
 - *Cero desperdicio*, que ayuda a los colaboradores del centro a controlar las fechas de consumo de los productos, ofreciendo una solución de etiquetado inteligente y eficaz.

5. Sensibilizar a los clientes

Teniendo en mente la necesidad de informar a sus clientes y de proporcionarles las claves para consumir de forma más responsable, Auchan Retail desarrolla distintos soportes de comunicación y acciones de sensibilización dirigidas a éstos:

- zona dedicada a los productos rebajados con fecha de consumo que vence en breve;
- recetas a partir de las "sobras";
- folletos dedicados al desperdicio alimentario;
- sensibilización en cuanto al impacto del desperdicio alimentario en el medio ambiente.

> CIFRAS CLAVE

Un espacio dedicado contra el desperdicio, instalado y señalizado en una tienda, representa una reducción del 20% de la demarca. Es una solución tanto económica como ecológica, que cuenta con la adhesión de los clientes que disponen de un presupuesto ajustado y se preocupan por consumir de forma más responsable.

> Indicadores

	Número de cestas <i>Too Good To Go</i> vendidas en 2020 ⁽¹⁾
Auchan Retail Francia	468.573
Auchan Retail España	16.338
Auchan Retail Portugal	35.570
Auchan Retail Polonia	386 (inicio a finales de 2020)
TOTAL AUCHAN RETAIL	520.867

(1) El indicador solo está disponible para 2020. No había seguimiento por parte de la empresa en 2019.

Too Good To Go es una aplicación para el *smartphone* que permite, gracias a la geolocalización, acceder, en tiendas cercanas, a ofertas de productos cuya fecha de caducidad se aproxima. Estos productos se presentan en forma de cestas sorpresa a precios atractivos. 520.867 cestas fueron ahorradas por Auchan en 2020.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Colaboración con proveedores asociados	Auchan Retail España	Creación de una nueva gama de productos exclusivos para luchar contra el desperdicio alimentario, en colaboración con uno de sus proveedores de verduras frescas. Esta gama se compone de hortalizas secas para las sopas y utiliza verduras que, por su tamaño, forma o aspecto, suelen desecharse. Esta nueva oferta permite recuperar el 10% de dichas verduras.
	Auchan Retail Francia	Firma del Pacto sobre fechas de consumo, iniciado por <i>Too Good To Go</i> , junto a unos treinta actores del sector agroalimentario. Este pacto, que clarifica el matiz entre fecha de consumo preferente y fecha de caducidad, se basa en 10 compromisos que movilizan la cadena alimentaria para rescatar los productos cuya fecha de caducidad se ha rebasado.
Profesionalización en las tiendas de la lucha contra el desperdicio	Auchan Retail Ucrania	8 tiendas ofrecen un servicio de restauración para los colaboradores, en el que se elaboran comidas a base de productos no vendidos cuya fecha de consumo vence en breve.
	Auchan Retail Polonia	Puesta en servicio de nuevas etiquetas en la tienda para los colaboradores, que permiten: • indicar el número de productos por reponer en los lineales en función del número de ventas; • proporcionar información sobre la sensibilidad de los productos frescos a los factores externos. Los espacios contra el desperdicio implementados en Polonia demostraron su eficacia, al tiempo que dieron una respuesta adecuada a las expectativas de determinados clientes. Este dispositivo, por sí solo, representó el 70% de las ganancias relacionadas con la reducción de la demarca en el país.
Donación de productos a asociaciones	Dirección de Productos Worldwide	Donación de 4,4 toneladas de café
	Auchan Retail Luxemburgo	Las tiendas luxemburguesas donaron más de 88 toneladas de alimentos en 2020 y más de 4 toneladas de carne en beneficio de la asociación <i>Stëmm vun der Stross</i> , que ayuda a las personas sin techo y vulnerables.
Desarrollo de nuevos conceptos	Auchan Retail Rumania	Mediante su acuerdo de colaboración con <i>Zéro-gâchis</i> , Auchan Retail Rumania ha: • ahorrado 43 toneladas de productos, es decir, 904.964 productos; • ahorrado 485.328 comidas.
Sensibilización de los clientes	Auchan Retail Portugal	Puesta en línea de un libro electrónico con consejos y recetas para no desperdiciar nada en casa.

COVID 19

Durante la crisis sanitaria de la Covid-19, más que nunca, Auchan Retail Francia se moviliza a favor de los bancos de alimentos

La Recogida a nivel nacional suele aportar a los bancos de alimentos el 11% de sus recursos anuales, es decir, 24 millones de comidas. En 2020, considerando que la demanda de ayuda alimentaria se ha disparado en los territorios (entre un 20% y un 25%) y que algunos voluntarios, a menudo de edad avanzada o con una salud frágil, no han podido desplazarse, fue necesario diseñar nuevas formas de donación para tomar el relevo. Este es el objetivo de la recogida en línea imaginada por Auchan Retail para completar la recogida tradicional. Es otra forma de asociar lo físico y lo digital para un enfoque digital solidario. Al mismo tiempo, y como cada año, Auchan acoge en sus hipermercados y supermercados a los voluntarios de la asociación. Durante 3 días, en estricto cumplimiento del protocolo sanitario adoptado por la asociación y en consonancia con el que se ha implementado en las tiendas Auchan, invitan a los clientes a entregarles, al pasar por caja, productos comprados con la intención de donarlos.

4. COMPROMETERSE CON COLABORADORES APASIONADOS

> Contexto

Para llevar a cabo con éxito su proyecto de empresa Auchan 2022, Auchan Retail cuenta con el compromiso de 179.590 colaboradores en todo el mundo y les apoya velando por el significado y la coherencia de todas sus acciones en cada país. En este sentido, la empresa desarrolla las competencias de cada uno, la apertura al cliente y al ámbito local y la pasión por el producto, dentro de una organización armonizada y exigente, que sabe priorizar y renunciar.

> Compromiso/Política

La política de recursos humanos se basa en 7 compromisos:

- eficiencia organizativa: llevar Auchan Retail a un alto nivel de rendimiento, identificando palancas de optimización y construyendo modelos organizativos objetivo para las principales líneas de negocio, que garanticen al mismo tiempo la creación de valor para el cliente y las condiciones laborales de los colaboradores;
- oficios, competencias: anticipar la transformación de los oficios en función de la evolución estratégica de la empresa y su entorno exterior, para garantizar la empleabilidad de los colaboradores y la adecuación del personal a la empresa;
- métodos de trabajo: identificar y facilitar la aplicación de nuevos métodos de trabajo;
- transformación cultural: acelerar la transformación de la empresa, en particular mediante un profundo cambio cultural y de gestión en consonancia con sus valores, que tenga sentido para los 180.000 colaboradores;
- talentos: apoyar a largo plazo el desarrollo de los colaboradores en etapas clave de su carrera, lo que permite crear valor para nuestros clientes, accionistas, colaboradores y socios comerciales;
- significado: lograr que todos nuestros colaboradores conozcan, comprendan, se apropien y adhieran al proyecto de la empresa, para avanzar en su compromiso dando sentido a sus acciones;
- reconocimiento: mediante políticas de remuneración y participación.



Organización nacional e internacional para una gestión coherente y eficaz de los recursos humanos, próxima a los equipos

En el ámbito nacional, cada filial cuenta con una Dirección de Recursos Humanos, miembro del Comité Ejecutivo, que gestiona varias divisiones lo más cerca posible de los equipos en el terreno: gestión de personal, desarrollo, RRHH y formación, comunicación interna, organización, transformación, remuneración y RSC.

En el ámbito internacional, la dirección de RRHH y Transformación se encarga de:

- garantizar que Auchan Retail dispone de los recursos y competencias necesarios para alcanzar sus objetivos de posicionamiento en el mercado (en términos de imagen y rentabilidad);
- emprender una transformación cultural para contar con colaboradores motivados, profesionales y culturalmente en fase con el espíritu de la marca;
- anticipar la evolución de las líneas de negocio para ajustar, de forma anticipada y reactiva, la composición de los equipos del grupo (nivel de fluidez, competencias clave, personal en función de los objetivos de rendimiento operativo) a las necesidades;
- atraer a los mejores talentos basándose en un modelo de talento sólido, objetivo y exigente que promueva la diversidad;
- profesionalizar la función de RRHH a nivel corporativo y nacional para alcanzar los objetivos fijados.

Estos actores de RRHH participan cada mes en una animación, en el marco del Comité internacional de RRHH, encabezado por el director de RRHH, Transformación y RSC del grupo. Este Comité trabaja en las líneas maestras de las políticas de RRHH, la definición de métodos comunes, la puesta en común de buenas prácticas internas y externas y asegura su difusión en toda la empresa.

EVOLUCIÓN DE PLANTILLAS POR OFICIO

Actividad	Plantilla total registrada al final del periodo	
	al 30/09/2019	al 30/09/2020
Auchan Retail	183.237	179.590
Ceetrus	918	970
TOTAL	184.155	180.560

A fecha de 30/09/2020, las empresas de Auchan Holding constaban de 180.560 colaboradores en sus 13 países de implantación, es decir un retroceso de la plantilla total del 1,95%.

Cabe señalar que el número de empleados de Ceetrus aumentó un 5,66%, con la creación de puestos relacionados con la evolución de las organizaciones y la necesidad de nuevas profesiones: gestión de medios, activos y Dirección Técnica de obra, proyecto *Gare du Nord*, etc.

Estas numerosas creaciones de puestos se concentran principalmente en Francia (Administración de medios, Construcción, Asset, proyecto *Gare du Nord*) así como en Luxemburgo (explotación de la *Cloche d'or* y desarrollo)

4.1 ESTRUCTURACIÓN DEL EMPLEO

> Contexto

Como actores por el empleo, las empresas de Auchan Holding asumen su responsabilidad social frente a sus 180.560 colaboradores.

Con el fin de progresar en una cultura de responsabilidad, reparto y confianza, todas las entidades de Auchan Holding se nutren de la diversidad de sus perfiles.

Tras la venta en 2020 de las actividades de Auchan Retail en China, el 95% de los colaboradores de Auchan Holding se encuentran ahora en Europa.

Los datos sobre el empleo se presentan por actividad, por país o para el grupo.

> Plantilla y reparto

En el contexto de la crisis sanitaria de 2020, que tuvo un fuerte impacto en el sector de la distribución y la actividad inmobiliaria comercial, los colaboradores de Auchan Retail y Ceetrus se mantuvieron movilizados durante todo el periodo. Frente al cierre de centros comerciales o de determinadas secciones en los hipermercados, las empresas han activado todas las palancas internas de polivalencia o de realización interna de actividades.

Además, con miras a adaptar su organización a las nuevas expectativas de los consumidores y los ciudadanos, Auchan Retail anunció en 2020 distintas medidas organizativas con impacto en el empleo en el territorio francés. También se cerraron o cedieron tiendas en Francia, España, Polonia, Rusia y Ucrania (véase el apartado 2.4.6).

En dicho contexto, los indicadores de empleo siguen retrocediendo levemente.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PLANTILLAS POR PAÍS

	Plantilla total registrada al final del periodo		
	al 30/09/2019	al 30/09/2020	Variación (en %)
Francia	70.203	69.638	(0,8)
Sedes internacionales	1.417	1.343	(5,2)
TOTAL FRANCIA	71.620	70.981	(0,9)
España	19.951	19.702	(1,3)
Portugal:	8.874	8.069	(9,1)
Luxemburgo	1.405	1.261	(10,3)
Italia (Ceetrus)	121	122	0,8
TOTAL EUROPA DEL SUR	30.351	29.154	(4,9)
Rusia	33.941	32.501	(4,2)
Polonia	19.748	18.844	(4,6)
Rumanía	9.232	8.818	(4,5)
Hungría	6.344	6.883	8,5
Ucrania	5.786	5.455	(5,7)
TOTAL EUROPA CENTRAL Y DEL ESTE	75.051	72.501	(2,1)
Taiwán	5.670	6.178	9,0
Senegal	1.463	1.746	19,3
TOTAL ÁFRICA/ASIA	7.133	7.924	14,2
TOTAL	184.155	180.560	(2,0)

Con la venta de China, Francia y Rusia se convierten en los países más representativos en términos de plantilla.

En 2020, Francia representa el 39% de la plantilla del grupo. Si se añade la plantilla de Rusia, estos dos países representan el 57% del total de Auchan Holding.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PLANTILLAS CON CDI/CDD

	Tasa de CDD frente a plantilla total		Tasa de CDI frente a plantilla total	
	2019 (%)	2020 (%)	2019 (%)	2020 (%)
Auchan Holding	8,0	7,3	92,0	92,7

La proporción de personal con contrato de duración determinada es menor que en 2019. La volatilidad de la actividad se ha traducido por una disminución del uso de este tipo de contrato, al que se suele recurrir para hacer frente a los picos de actividad. Durante la crisis, se ha recurrido principalmente a la polivalencia para hacer frente a las fluctuaciones de actividad.

El número de contratos indefinidos también está bajando, excepto en Senegal, donde pasó del 87% en 2019 al 95% en 2020. Este aumento se debe a la internalización de actividades anteriormente subcontratadas.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PLANTILLAS POR GÉNERO

	Plantilla total de mujeres registrada al final del periodo		Plantilla total de hombres registrada al final del periodo	
	al 30/09/2019	al 30/09/2020	al 30/09/2019	al 30/09/2020
Auchan Holding	115.553	112.147	68.606	68.413

La proporción de mujeres alcanza el 62% y se mantiene globalmente estable frente a 2019.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PLANTILLAS POR TRAMOS DE EDAD

	Tasa de trabajadores < 25 años en la plantilla total		Tasa de trabajadores [25 -35 años] en la plantilla total		Tasa de trabajadores [35 -50 años] en la plantilla total		Tasa de trabajadores >= 50 años en la plantilla total	
	2019 (%)	2020 (%)	2019 (%)	2020 (%)	2019 (%)	2020 (%)	2019 (%)	2020 (%)
Auchan Holding	15,0	15,5	21,8	20,8	38,4	37,7	24,8	26,0

Se mantiene globalmente estable la distribución de las plantillas por tramos de edad frente a 2019.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PLANTILLAS A TIEMPO COMPLETO/TIEMPO PARCIAL

	Tasa de plantilla a tiempo completo en la plantilla total		Tasa de plantilla a tiempo parcial en la plantilla total	
	2019 (%)	2020 (%)	2019 (%)	2020 (%)
Auchan Holding	74,3	73,8	25,7	26,2

La tasa de colaboradores que trabajan a tiempo completo al 30/09/2020 representa el 73,79% de la plantilla. La tasa de tiempo parcial aumenta levemente frente a 2019.

> Movimientos de plantilla y reorganización

Movimientos realizados entre el 01/10/2019 y el 30/09/2020 en comparación con el periodo del 01/10/2019 y el 30/09/2019:

	Número de contrataciones en CDI		Número de despidos (sea cual sea el motivo) de colaboradores en CDI		Tasa de rotación de personal con CDI	
	2019	2020	2019	2020	2019 (%)	2020 (%)
Auchan Holding	36.880	33.664	7.275	6.300	27,3	24,1

El número de contrataciones en CDI, así como el número total de despidos, disminuyó durante el periodo. En el contexto de la crisis sanitaria, la falta de visibilidad y proyección limitó el número de nuevas contrataciones. Las tiendas recurrieron a la polivalencia o a la reasignación de recursos para hacer frente a los picos o descensos de actividad durante el periodo.

El número de dimisiones también bajó en un 11,8% respecto a 2019. Esta disminución se explica en parte por un mercado laboral actualmente incierto y por la aplicación de medidas sociales más atractivas en algunos países como Hungría o Rumanía, en los que ha bajado la tasa de rotación. Por ello, la tasa global de rotación de personal baja del 27% en 2019 al 24% en 2020.

4.2 DESARROLLO HUMANO

> Contexto

El desarrollo humano de los colaboradores y el apoyo que se les brinda durante las etapas clave de su carrera profesional son una prioridad para las empresas de Auchan Holding, convencidas de que sus colaboradores son una palanca indispensable si se desea crear valor para la empresa y sus grupos de interés.

> Compromiso/Política

Para Auchan Retail, esta ambición se expresa de la siguiente manera:

- atraer a los mejores talentos a partir de un modelo de gestión del talento sólido, objetivo y exigente que promueva la diversidad;
- emprender una transformación cultural con colaboradores motivados, profesionales y culturalmente en fase con el espíritu de la marca;
- anticiparse a la evolución de las líneas de negocio con el fin de ajustar la composición de los equipos (competencias clave, plantilla en función de los objetivos de rendimiento operativo) a las necesidades de forma reactiva;
- garantizar que Auchan Retail disponga de los recursos y competencias necesarios para alcanzar sus objetivos de posicionamiento en el mercado (en términos de imagen y rentabilidad).

Acoger, desarrollar y retener nuestros talentos

Auchan Retail contrata todo tipo de perfiles, de todos los orígenes en todos los niveles de la empresa. Sin cualificaciones, gran experto, joven o senior, la contratación se basa en el principio de no discriminación e igualdad de oportunidades. Si bien la empresa ha apostado históricamente por el desarrollo de sus colaboradores y la promoción interna, Auchan Retail también está acelerando su transformación acogiendo perfiles expertos en actividades que incluyen retos cruciales, especialmente en los ámbitos digital, informático y de la cadena de suministro.

Como parte de su desarrollo profesional, todos los colaboradores tienen al menos una entrevista anual formal que incluye una evaluación del año, las necesidades de formación y los objetivos para el año siguiente.

En 2020 se introdujo un nuevo enfoque de gestión del talento (*Talent Management*) para los futuros directivos de todos los países, que combina la evaluación del rendimiento y el potencial, con respecto a lo que se define como el perfil esperado en un nivel determinado. Las expectativas se definen en términos de comportamientos observables, lo que permite que la evaluación por el directivo sea factual y, por tanto, más objetiva. Se aprueba colectivamente el posicionamiento de un talento en el Comité de dirección del país y su trayectoria de desarrollo se construye conjuntamente con él, con el personal operativo y los recursos humanos. Se hace gran hincapié en la capacidad de trabajar en inglés y de participar en proyectos transversales de alcance internacional. Se ha reestructurado el programa de *Learning* para futuros mandos, con el fin de que encaje perfectamente con el desarrollo de este perfil. Se está desarrollando este enfoque, que proporciona una cartografía exhaustiva de los talentos de futuros directivos, y se están redactando los perfiles previstos para los niveles de director de tienda y gestión.

Auchan Retail y Ceetrus desarrollan también sus relaciones con las escuelas y las universidades de los países en los que están presentes. Los colaboradores intervienen en los centros educativos asociados para presentar los oficios y las especificidades de su empresa. Estos encuentros permiten y facilitan la acogida, en las tiendas o servicios de apoyo, de muchos estudiantes y jóvenes titulados para realizar prácticas, una formación en alternancia o una primera contratación al terminar sus estudios.

> CIFRAS CLAVE

En 2020, 4.233 personas realizaron prácticas y 2.823 formación en alternancia disfrutando así de una experiencia que contribuye a su profesionalización, muy valiosa en su itinerario formativo.

> Indicadores

Indicador	2019	2020
Tasa de promoción interna	27,6%	28,9%
Tasa de promoción interna de las mujeres	32,4%	30,8%
Tasa de promoción interna de los hombres	22,6%	27,0%

La tasa de promoción interna registra una leve subida. La tasa de mángers procedentes de la promoción interna es del 22%.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Acoger, desarrollar y retener nuestros talentos	Auchan Retail España	Puesta en marcha de un programa de comunidad de aprendizaje (Chectalent) para los profesionales de los recursos humanos, con el fin de formarles en la identificación temprana y el desarrollo de talentos.
	Auchan Retail Portugal	Creación de un módulo "Talentos" en la plataforma Me.Auchan para favorecer la evaluación del potencial, la gestión de carrera y la fidelización de los talentos.
	Auchan Retail Ucrania	Creación de <i>Assessment Centers</i> para los futuros directores de tiendas.

Participar en el desarrollo individual de los colaboradores

La formación sigue siendo una importante palanca de compromiso y desarrollo de los colaboradores. Está en el centro de las preocupaciones del grupo y sirve para establecer las diversas prioridades de las empresas que lo componen.

En el marco de su proyecto Auchan 2022, Auchan Retail se compromete a aumentar la inversión en formación de sus colaboradores, hasta el 1,5% de la masa salarial en 2022. Los equipos de formación de todos los países y servicios corporativos comunican anualmente acerca de sus esfuerzos de formación.

Para difundirlos al mayor número posible de colaboradores, Auchan Retail y Ceetrus tienden a digitalizar sus cursos de formación. La crisis sanitaria acentuó esta necesidad de digitalización. Así, se han realizado 530.000 horas de formación a distancia en este periodo, lo que supone un aumento del 6% frente a 2019.

En 2020, las políticas de formación, en respuesta a las necesidades de las distintas actividades, se elaboraron e impartieron principalmente en torno a los siguientes temas:

- oficios o productos y servicio al cliente;
- *management*;

- acogida, entrada en función en el puesto e integración de nuevos colaboradores;
- desarrollo personal (comunicación, liderazgo, etc.).

En varios países en los que está presente, Auchan Retail tiende a desarrollar sus diversas escuelas de oficios para seguir promoviendo su saber-hacer y adaptarse a los productos locales.

Un módulo de formación sobre ética, basado esencialmente en las disposiciones de la ley francesa sobre transparencia, lucha contra la corrupción y modernización de la vida económica, llamada ley Sapin 2, se impartió al final del periodo a prácticamente el 80% de colaboradores de todos nuestros países.

> CIFRAS CLAVE

A pesar de la crisis sanitaria, el 87% de los colaboradores presentes durante el periodo asistieron como mínimo a una formación.

> Indicadores

Indicador	2019	2020
Total de horas de formación	3.205.206	2.563.745
Tasa de horas de formación sobre el total de horas trabajadas	1,2%	1,0%
% presupuesto de formación sobre la masa salarial	no disponible	0,9%

El total de horas de formación se redujo en un 26% durante el periodo: algunas formaciones presenciales se cancelaron debido a la pandemia. Por su parte, el uso de la formación *e-learning* aumentó un 6% durante el periodo.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Prevención	Auchan Retail Portugal	Para prevenir los riesgos relacionados con la situación sanitaria, se ha creado un módulo de formación <i>e-learning</i> Covid-19: aplicación de gestos de protección, consejos sobre teletrabajo, consejos sanitarios, etc., que han contribuido a formar y tranquilizar a los colaboradores.
Transformación digital	Auchan Retail España	Implantación del programa "TransformaT-2020" abierto a todos los colaboradores. Objetivo: formar a todos los colaboradores en competencias digitales (aplicaciones Google, e-learning).
Integración	Auchan Retail Polonia	Puesta en marcha de un nuevo proceso de integración para los nuevos colaboradores, que incluye las siguientes temáticas: normas de salud y seguridad en el trabajo, organización del trabajo, ética, gestión de los residuos alimentarios, atención al cliente y conocimiento de los productos.
Formación de formadores	Auchan Retail Rusia	Puesta en marcha del programa "Wow Trainer", que permitió certificar a 27 colaboradores en la animación de formaciones.
Compras responsables	Organización internacional de compras	A lo largo del periodo, se llevaron a cabo acciones de concienciación y formación para compradores y jefes de producto: todos ellos, así como los responsables de la comercialización en las oficinas de aprovisionamiento, recibieron una jornada de formación para comportarse como compradores responsables.
Enfoque <i>filières</i> responsables	Organización internacional de compras	Todos los compradores y jefes de producto recibieron una formación dedicada al enfoque de las <i>filières</i> responsables de Auchan Retail.

En 2020, Auchan Retail llevó a cabo su tercera encuesta internacional de compromiso

Se hizo mediante un cuestionario totalmente digital y, a pesar de un contexto de crisis sanitaria desfavorable, el índice de participación de esta tercera encuesta batió un récord: el 87%.

El 81% de los colaboradores se sienten comprometidos. Representa una tasa elevada, superior a la tasa de referencia internacional. Este primer indicador demuestra la implicación de los colaboradores en la aplicación de la estrategia de la empresa, lo que constituye una verdadera ventaja para impulsar el proceso de transformación. Al mismo tiempo, la proximidad de los directivos destaca como un factor de diferenciación apreciado por los colaboradores. La orientación al cliente, el compromiso con la RSC y el desarrollo de competencias en el día a día son los otros tres puntos fuertes que mencionan los colaboradores. También se identificaron áreas de mejora. Específicas de cada país, incluyen en general los retos relacionados con la carrera profesional (retribución, perspectivas de desarrollo profesional, etc.), pero también con la empresa y su evolución futura. Los colaboradores también han podido expresar su opinión sobre la gestión de la crisis sanitaria por parte de Auchan Retail: a pesar de que el inicio de la crisis se percibió como violento, destacan la reactividad en cuanto a las medidas de protección individual y colectiva, y la movilización de los equipos. El 81% de ellos considera que Auchan Retail es una empresa atenta a la salud y la seguridad de sus colaboradores.

4.3 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

> Contexto

En el contexto de la crisis sanitaria mundial de la Covid-19, la salud y la seguridad en el trabajo son dos aspectos fundamentales. Las empresas de Auchan Holding han tenido que enfrentarse de repente a esta nueva situación y adaptar sus métodos de trabajo, teniendo como prioridad absoluta la salud y la seguridad, tanto de colaboradores como de clientes.

> Compromiso/Política

Uno de los compromisos de Auchan Retail es proteger la salud y la seguridad de sus colaboradores y garantizar su bienestar en la empresa. Más ampliamente, la empresa sitúa la relación humana, la escucha y el bienestar en el trabajo en el centro de sus políticas humanas, que son parte integrante del entorno laboral de sus colaboradores.

Proteger la salud y la seguridad de los colaboradores

Se deben controlar la prevención y la protección laboral de los trabajadores en materia de salud y seguridad. Por ello, cada empleador debe tomar las medidas adecuadas para garantizar la seguridad y proteger la salud física y mental de los trabajadores.

En este marco, Auchan Retail y Ceetrus implementan acciones vinculadas con:

- la prevención de riesgos profesionales;
- la información y la formación.

Los riesgos relacionados con la salud/seguridad en el trabajo son de índole físico, ergonómico y psicosocial. Una mala gestión de estos riesgos puede tener impactos notables en el número y la tasa de accidentes laborales, la tasa de absentismo e incluso en la productividad.

COVID-19

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS COLABORADORES: UNA PRIORIDAD DURANTE LA CRISIS DE LA COVID-19

Con el fin de proteger la salud de sus colaboradores, Auchan Retail ha tomado medidas específicas para hacer frente a la crisis de la Covid-19. Durante la crisis, Auchan Retail respetó escrupulosamente los protocolos sanitarios locales y se anticipó a las decisiones gubernamentales, en la medida de lo posible, para garantizar la protección de sus colaboradores y clientes: cumplimiento de los gestos de protección, suministro de cientos de millones de equipos (guantes, mascarillas, viseras, gel hidroalcohólico, etc.), adaptación de los puntos de venta con horarios, control del aforo, recorridos en tienda, protección de plexiglás, desinfección del material, etc.

Cada país ha tenido que hacer gala de una gran capacidad de adaptación y recurrir a colaboradores muy profesionales para enfrentarse a esta crisis sanitaria mundial y continuar con la misión de la empresa: alimentar a los habitantes.

Auchan Retail se enfrentó a este reto a partir del mes de enero de 2020, debido a sus actividades en China (SunArt Retail formaba entonces parte del grupo), donde también están presentes los equipos de aprovisionamiento y colaboradores en viajes profesionales. La empresa veló por su seguridad, dando instrucciones para los viajes de trabajo (restricciones, obligaciones, etc.), pero también proporcionando consejos a los empleados en el terreno o en desplazamiento (sitios web útiles, consejos para viajes a título profesional y también a título privado). Se creó una unidad de crisis restringida y multidisciplinar en los servicios centrales internacionales de Auchan Retail.

Más adelante, con la propagación del virus y hasta la pandemia mundial, cada país nombró un corresponsal "Covid" e instauró una célula de crisis local (además de la de China, activa desde el inicio de la crisis en el país). En todas partes, se solicitó la asistencia de los equipos informáticos para organizar técnicamente la transición general de los servicios de apoyo en teletrabajo.

Los ámbitos de especialización de la unidad de crisis del grupo en los países fueron los siguientes:

- regulación de los viajes internacionales:
 - anuncio de instrucciones y restricciones para los viajes internacionales;
- instrucciones comunes específicas de la crisis, como:
 - limitar todos los viajes profesionales en los territorios nacionales y sensibilizar a los colaboradores durante sus viajes privados,
 - dar prioridad a las reuniones por videoconferencia para limitar todo contacto físico;
- oportunidad para los países de compartir sus problemas y las buenas prácticas aplicadas en su organización y en sus respectivos establecimientos, en particular mediante la puesta a disposición de una plataforma informática (Google Drive) dedicada y adaptada a la crisis y común a todas las filiales, que permite:
 - la coordinación de acciones entre los países,
 - el intercambio de buenas prácticas (en particular, para la continuidad de la actividad en las tiendas),
 - la transmisión organizada de los informes "Covid" en un formato específico.

Más allá de las acciones adoptadas internamente para la gestión de la crisis de la Covid-19, Auchan Retail firmó, en abril de 2020, una declaración conjunta con UNI Global Union y el grupo Carrefour sobre la aplicación de buenas prácticas empresariales. Auchan Retail, Carrefour y UNI se comprometieron entonces a trabajar juntos y comunicar para compartir las buenas prácticas adoptadas de prevención de los riesgos relacionados con la Covid-19. El objetivo es estudiar la puesta en aplicación de todas las medidas útiles y adaptadas, a partir de las buenas prácticas de la empresa, que permitan prevenir, reducir o eliminar los riesgos de contagio para los colaboradores.

Las correspondientes medidas se estructuran en base a los siguientes temas:

- mejora de las reglas de higiene y seguridad recomendadas para cada trabajador en los países interesados:
 - obstáculos y gestos de protección instaurados para el personal,
 - aumento del número de vigilantes,
 - suministro de guantes y mascarillas para el personal, de solución hidroalcohólica y jabón para el lavado regular de las manos,
 - mayor número de operaciones de limpieza y desinfección sistemáticas.
- reglas sanitarias para las tiendas, *Drives*, entregas a domicilio y almacenes logísticos:
 - instalación de pantallas de plexiglás en las cajas,
 - desinfección periódica del equipo (por ejemplo, pistola de escaneo, pantallas, teclados, etc.);
- medidas de acompañamiento social para los trabajadores:
 - creación de una línea directa para los colaboradores, accesible los 7 días de la semana,
 - organización del trabajo en "teletrabajo" para los empleados de la sede central,
 - voluntariado de los colaboradores de la sede central para ayudar en las actividades operativas (tiendas, logística, *Drive*, etc.)
- acompañamiento de trabajadores en situación especial (personas con discapacidad, mujeres embarazadas).

Garantizar el bienestar de los colaboradores

Distintas acciones adoptadas en los países demuestran que el bienestar de los colaboradores es un tema por el que la empresa se preocupa. Se sitúa en el centro del proyecto de empresa y Auchan Retail lo considera como una eficaz palanca: "Contar con colaboradores apasionados y comprometidos".

En el marco del bienestar de los colaboradores, se está estudiando un proyecto de Calidad de vida en el trabajo (CVT). El objetivo consiste en crear, en todos los países de Auchan Retail, una base obligatoria de acciones comunes diseñadas conjuntamente y desplegadas de forma autónoma en el país, adaptándola al contexto local. La intención de la empresa es que esta política se adapte bien a las necesidades y expectativas de los colaboradores locales. Para permitir una mejor conciliación de la vida laboral y familiar de los colaboradores, la empresa se compromete a llevar a cabo una serie de acciones, desde dos puntos de vista:

- 1. Calidad de vida en el trabajo
- 2. Calidad de vida mediante el trabajo

1. Calidad de vida en el trabajo

Destacan dos ejes prioritarios:

- actuar sobre los irritantes: más allá de los aspectos de seguridad y de las condiciones de trabajo, el objetivo es reducir todo aquello que pueda dificultar el día a día del colaborador en su puesto de trabajo. Para una mejor resolución de los problemas, lo más cerca posible de su existencia y realidad, cada entidad define sus propios irritantes.

> Indicadores

	2019	2020
tasa de frecuencia de accidentes laborales con baja laboral	27,6	23,2
tasa de gravedad de accidentes laborales con baja laboral	0,8	0,6
tasa de absentismo (por enfermedad)	4,5	5,6

Se observa un mejor control de los accidentes laborales, así como de su gravedad.

Sin embargo, la tasa de absentismo está subiendo. Se debe principalmente a las bajas por enfermedad relacionadas con la Covid-19, sobre todo en Francia, donde los colaboradores se ausentaron del trabajo para cuidar de sus hijos durante el periodo de confinamiento, de acuerdo con las disposiciones legales establecidas por el gobierno.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Salud y seguridad	Auchan Retail Taiwán	Existen revisiones sanitarias periódicas y se prestan servicios sanitarios <i>in situ</i> a los colaboradores, con médicos y enfermero/as.
	Auchan Retail Senegal	Desarrollo del centro de salud laboral: presencia de enfermero/as <i>in situ</i>
	Auchan Retail Rusia	Formación en primeros auxilios para lesionados en el trabajo (el 100% de los colaboradores formados).
	DPW	Formación en materia de riesgos psicosociales, para representantes de RRHH, miembros elegidos del Comité económico y social (CES), representantes de la Comisión de salud, seguridad y condiciones laborales (CSSL) y condiciones de trabajo y para directivos, junto con una empresa de consultoría en recursos humanos, especializada en la prevención de riesgos psicosociales y el desarrollo de la calidad de vida en el trabajo.
Calidad de vida	Auchan Retail Taiwán	Cada tienda dispone de un día de ejercicio semanal para ayudar a los colaboradores a mantener buenos hábitos en términos de forma física.
	Ceetrus Polonia	Se promueve el desarrollo de la condición física de los colaboradores mediante la innovadora plataforma social <i>Worksmile</i> . Permite a los empleados cuidar de su salud y les motiva en un ambiente lúdico.

- desarrollar el teletrabajo en todos los países: el objetivo es introducir el teletrabajo de forma general y sencilla en la empresa, como forma de organizar el tiempo de trabajo (y no en relación con el teletrabajo establecido en el contexto de la actual crisis sanitaria mundial). Cada país tendrá entonces la posibilidad de adaptar y completar este modo según sus propias especificidades y particularidades locales.

2. Calidad de vida mediante el trabajo

Se quieren implementar dos acciones específicas:

- informar y sensibilizar a todos los directivos a la Calidad de vida en el trabajo mediante el *e-learning* para todo el personal directivo de los países de Auchan Retail.
- formar a los directivos a la gestión "benevolente y exigente" mediante una formación *e-learning* para que sean más eficientes y eficaces en su gestión.

> CIFRA CLAVE

Para proteger a los colaboradores frente a la pandemia, se han repartido 156.882.200 equipos de protección individual en todos los países de Auchan Retail

Temática	Organización	Iniciativa
Covid-19	Ceetrus Polonia	Prueba de detección de la Covid-19: se proporciona una prueba a todos los colaboradores.
	Auchan Retail España	Se han creado "salas blancas" además de toma la temperatura diaria a los colaboradores.
	Auchan Retail Rumanía	Se ha desarrollado un programa llamado "La pildora del bienestar", que combina el microaprendizaje y la psicoterapia técnica. Tiene por objetivo aumentar la resiliencia a la Covid-19: reducir la ansiedad, controlar mejor el estrés y la presión, afrontar los conflictos, etc.
	Auchan Retail Portugal	También se ha creado una línea de atención permanente, a disposición de todos los colaboradores (Linha Covid SOS 24 - CNS). De este modo, se pudo hacer un seguimiento de 1.750 casos.

2.4.4 COMPROMISO SOCIAL Y SOLIDARIDAD

> Contexto

El mundo del trabajo cambia y las modificaciones de la sociedad influyen en las demandas de los colaboradores y de las nuevas generaciones, que ya no buscan solo un empleo: desean unirse a una empresa comprometida con valores, que les brinde la oportunidad de desarrollar sus talentos y darle un sentido a su trabajo.

> Compromiso/política

Como actor de lo bueno, lo sano y lo local, Auchan Retail tiene una fuerte implicación en sus zonas de vida. La empresa es un actor importante en la actividad local y está comprometida con sus territorios:

- contribución al desarrollo económico;
- acciones a favor de la solidaridad;
- compromiso para mantener el vínculo social y luchar contra la precariedad y la exclusión.

Auchan Retail desea responder a las distintas necesidades de las asociaciones presentes en los territorios donde opera, mediante el compromiso de sus colaboradores y la acción de sus fundaciones.

Compromiso social de la empresa y los colaboradores

Auchan Retail promueve el compromiso cívico de sus colaboradores en todas sus formas.

Este enfoque fomenta, favorece y nutre el compromiso responsable de los colaboradores de Auchan Retail, al tiempo que contribuye a que se apasionen por su profesión.

En este sentido, y en el marco del proyecto corporativo Auchan 2022, cada colaborador tiene la posibilidad de comprometerse, un día al año, con uno de los cuatro temas siguientes:

- promoción de una buena alimentación;
- solidaridad alimentaria y ayuda a los más desfavorecidos;
- diversidad e inclusión;
- mantenimiento y protección del medio ambiente.

Este compromiso puede plasmarse en iniciativas que forman parte de las políticas locales de RSC, pero también en acciones solidarias llevadas a cabo por las fundaciones de Auchan Retail.

COVID-19

COLABORADORES DE AUCHAN RETAIL COMPROMETIDOS DURANTE LA EPIDEMIA DE LA COVID-19

En todas partes, los equipos de Auchan Retail se han comprometido en este periodo de pandemia y han apoyado al personal médico y a los más afectados por la Covid-19. Los colaboradores han recurrido a su creatividad y su energía para atender mejor al personal sanitario de primera línea y agradecer su compromiso ejemplar, instaurando:

- horarios de apertura específicos y cajas reservadas en la tienda;
- entrega de las compras directamente en el hospital;
- donación de comidas preparadas, productos frescos e incluso material (mascarillas, zuecos de plástico para las enfermeras, etc.).

Con el fin de apoyar el sistema médico rumano en la lucha contra la Covid-19, Auchan Retail y Leroy Merlin, con la ayuda del Ministerio de Sanidad, lanzaron en abril de 2020 una convocatoria de contribuciones entre los agentes económicos del país, para crear una unidad prehospitolaria en Bucarest. En apenas tres semanas, este hospital fue inaugurado en presencia de las más altas autoridades del país. Casi 60 empresas contribuyeron a la realización del proyecto en un tiempo récord, aportando equipos, servicios o financiación. Este proyecto solidario entre varios socios, que afianza el compromiso social de Auchan Retail en el país, tuvo un fuerte impacto y dio lugar a un segundo proyecto similar en Cluj-Napoca.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Compromiso social de la empresa y de los colaboradores	Auchan Retail Ucrania	Los colaboradores de Auchan Retail Ucrania llevaron a cabo más de 2.036 jornadas de compromiso social.
	Auchan Retail España	1.371 colaboradores participaron como voluntarios en acciones de RSC.
	Auchan Retail Portugal	En el marco del día del compromiso que se les ofreció, varios colaboradores participaron en una acción de reforestación, organizada en febrero en tres ciudades: • Leiria • Quialos • Pedrógão Grande Este evento reunió a más de 150 voluntarios: no solo colaboradores de la empresa, sino también miembros de sus familias.
	Auchan Retail Rumania	Se ha puesto en marcha el "Programa personal de sostenibilidad", que hace de la responsabilidad social una cuestión asumida por cada colaborador y destaca las iniciativas individuales y responsables adoptadas por ellos.

> Las fundaciones

Desde hace más de 20 años, Auchan Retail apoya a los jóvenes y a los más vulnerables mediante sus fundaciones, activas en la proximidad de las tiendas y de las zonas de abastecimiento. La crisis sanitaria ha congelado uno a uno los países del mundo de Auchan Retail, cristalizado las necesidades básicas, puesto de manifiesto las desigualdades, barajado todas las cartas y permitido que emerja un extraordinario valor: la solidaridad de Auchan Retail. Es otra forma de ver y vivir la actividad comercial, como un enlace de conexión, un creador de vínculos.

Mediante sus fundaciones y asociaciones solidarias, Auchan Retail actúa en diversos ámbitos:

- buena alimentación y salud en beneficio de los jóvenes;
- ayuda alimentaria para los más desfavorecidos;
- apoyo a los niños con dificultades sociales;
- inserción profesional de los jóvenes desfavorecidos;
- lucha contra la exclusión social en todas sus formas;
- mejora de las condiciones de vida y laborales de los trabajadores en las zonas de abastecimiento.

Las fundaciones constituyen un vector para reforzar el compromiso de los colaboradores. Son tres las principales:

- Fundación Auchan por la Juventud;
- Fundación Generación Auchan (Rusia);
- Fundación *Weave Our Future* (WOF).

En 2020, se decidió que convergieran la Fundación Auchan por la Juventud y *Weave Our Future*, con el fin de alcanzar mayor coherencia. Por ello, la Fundación Auchan centrará sus intervenciones, a partir de 2021, en la buena alimentación como factor de cohesión social.

Fundación Auchan por la Juventud

La Fundación Auchan por la Juventud existe desde 1996 y actúa por delegación de mandato en 10 países en los que Auchan Retail está establecida. Se encuentra bajo la égida de la Fundación de Francia. En la actualidad, en consonancia con la ambición de Auchan Retail de ser el referente de lo bueno, lo sano y lo local, apoya proyectos asociativos que dan prioridad a la buena alimentación y a la salud, en beneficio de su público histórico: los jóvenes vulnerables de los barrios y ciudades donde están ubicados los centros de la empresa. Cada país actúa lo más cerca posible de sus propias realidades y se anima a todos los colaboradores a asumir un compromiso de solidaridad.

Los colaboradores de Auchan Retail son los interlocutores privilegiados de los distintos actores del territorio y representan, sobre todo, aquellos por los que, y con los que, puede existir un proyecto en el marco de la Fundación Auchan por la Juventud. Los proyectos propuestos conjuntamente por las asociaciones y los centros asociados se estudian en el marco de los Comités de evaluación de los países y se someten a sus miembros para que tomen una decisión. Estos reciben a los responsables de proyecto para escucharlos, examinar los proyectos preseleccionados y analizados por el equipo de la Fundación y decidir de la asignación de la ayuda económica.

Esta organización permite a los países disponer de mayor autonomía al seleccionar ellos mismos sus propios proyectos, responder mejor a las expectativas de las asociaciones locales y tener un funcionamiento más pragmático.

COVID-19

LA FUNDACIÓN AUCHAN POR LA JUVENTUD CONTRIBUYE CON UNA AYUDA EXCEPCIONAL DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19

En cada uno de los países en los que opera, Auchan Retail ha optado por prestar, mediante sus fundaciones, un apoyo excepcional a una acción local llevada a cabo por una asociación, junto con los centros y los colaboradores de Auchan.

Se han seleccionado 14 proyectos a los que se ha asignado un total de 325.000 euros.

En España, Francia, Hungría, Polonia, Portugal, Senegal y Ucrania, 30.000 niños y jóvenes beneficiaron de las ayudas de la Fundación Auchan por la Juventud.

Fundación Generación Auchan (Rusia)

La Fundación Generación Auchan fue creada en Rusia en 2011, con el fin de reforzar su responsabilidad social en un territorio en el que la empresa tiene una presencia estable y aportar una contribución cercana a las necesidades locales.

Durante este periodo de pandemia, la Fundación extendió sus tradicionales acciones benéficas a las familias numerosas y desfavorecidas, en dos momentos específicos: la vuelta al cole y las fiestas de Navidad y Año Nuevo.

Fundación Weave Our Future (WOF) - Contribuir al progreso social de los países menos adelantados

Consciente de que las mujeres y los hombres que trabajan en las fábricas aspiran a encontrar en su trabajo la oportunidad de mejorar aún más su situación profesional y personal, Auchan Retail decidió crear, en junio de 2014, bajo la égida de la Fundación de Francia, la Fundación *Weave Our Future* (Tejer nuestro futuro).

La vocación de WOF es trabajar, mediante distintas ONG reconocidas, por la mejora de las condiciones laborales y de vida de las y los trabajadores de los sectores textil y bazar en los países menos adelantados. Junto con los empresarios locales, el objetivo consiste en actuar en los ámbitos de la salud, el transporte y la formación.

A partir de un enfoque original, la ambición de WOF es desempeñar, a su escala, el papel de un laboratorio social, susceptible de movilizar a otros socios comerciales en torno a sus acciones para lograr una evolución concreta y sostenible de las condiciones de vida del mayor número de personas posible.

Para ello, tiene tres misiones principales:

1. Contribuir al progreso social de las empresas asociadas procedentes de sectores industriales, como el textil y el bazar;
2. Comprometerse con los propietarios de fábrica para mejorar concretamente las condiciones laborales y de vida de las y los trabajadores;
3. Apoyar acciones de desarrollo con la ayuda de distintos grupos de interés (ONG, agencias gubernamentales y organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo, etc.).

En 2020, WOF ha apoyado económicamente iniciativas en los campos de la salud, la protección social, el acceso al agua, la higiene, la formación y la educación.

Con el fin de orientar mejor el trabajo futuro, la Fundación Auchan por la Juventud y la Fundación *Weave Our Future* se sometieron en 2020, a petición de los Consejos de Administración de ambas fundaciones, a una evaluación de impacto social realizada por KIMSO, empresa de consultoría y evaluación especializada en impacto social.

Para la Fundación WOF, los resultados muestran que:

- los programas respaldados por ella mejoran los conocimientos sanitarios de los trabajadores, facilitan su acceso a la asistencia médica y aumentan su capacidad de acción y motivación;
- los proyectos repercuten en los resultados económicos al reducir el absentismo y la rotación de personal debida a paros o bajas por motivos de salud;
- con la ayuda de WOF, las ONG han desplegado proyectos en las propias plantas y experimentado nuevos servicios, en colaboración con otras ONG y agentes públicos de los países.

Para la Fundación Auchan por la Juventud, los resultados muestran que los proyectos contribuyen a:

- mejorar el anclaje local de las tiendas y de sus asociaciones colaboradoras;
- la integración social y/o profesional de los jóvenes, aunque los efectos en términos de buenos hábitos alimentarios están por demostrar.

COVID-19

LA FUNDACIÓN WEAVE OUR FUTURE APOYA A 20.000 TRABAJADORES Y PERSONAL SANITARIO EN BANGLADESH

La crisis sanitaria es global y afecta con distinta intensidad a todos los países en los que opera Auchan Retail, y también a aquellos con los que la empresa ha establecido vínculos duraderos: los países de abastecimiento. Auchan Retail ha querido así aportar su ayuda a estos países, a menudo más vulnerables. Por ello, la Fundación *Weave Our Future* ha intensificado sus acciones y ha decidido contribuir, de forma urgente y excepcional, en 3 proyectos en Bangladesh, con 310.000 euros destinados a 20.000 trabajadoras/es y 500 beneficiarios entre el personal sanitario.

En Dhaka, la Fundación *Weave Our Future* respondió al llamamiento de la ONG médica RTM para que pudiera adquirir equipos de protección (guantes, gel hidroalcohólico, termómetros, etc.) para el personal médico de 150 fábricas.

- en Bashantek y Chittagong, la Fundación apoya la acción de la asociación Agua y Vida para garantizar el acceso gratuito al agua a 2.050 familias durante cuatro meses y actuar así en el lugar de vida de los trabajadores.
- en Dhaka, con la asociación GK Savar, la Fundación *Weave Our Future* ayuda a financiar equipos de protección para los médicos y enfermeras que trabajan en los hospitales, garantizando una atención a más de 3 millones de personas.

Fundación Ceetrus para el empresario social (Francia)

Creada en 2009 bajo la égida de la Fundación de Francia, con el objetivo de contribuir de forma duradera al desarrollo del emprendimiento social, la Fundación celebró su décimo aniversario en 2020. Con tal motivo, quiso reexaminar su posicionamiento a la luz de los últimos 10 años y revisar su Visión de la empresa, de cara a los próximos 10 años. Así es cómo, acompañada por la consultora KIMSO, y tras un diagnóstico del impacto social, ha redefinido su razón de ser:

- la Fundación Ceetrus, bajo el impulso de sus colaboradores, apoya y acompaña a los emprendedores sociales que responden a las necesidades sociales identificadas en los territorios donde Ceetrus está establecida, para que cada uno viva mejor en ellos;
- para cumplir con su razón de ser, la Fundación actúa como enlace y catalizador entre:
 - los colaboradores de Ceetrus,
 - los impulsores del proyecto,
 - los habitantes que viven y trabajan en estos territorios,

los espacios de interacción y cooperación creados, favoreciendo la emergencia de empresas sociales y la experimentación por y para todos los territorios.

- multiplica su impacto al permitir que estas iniciativas positivas crezcan localmente y se desplieguen a un nivel más amplio en los territorios de implantación de Ceetrus.

> Indicadores

Fundación	2019		2020	
	Número de proyectos promovidos	Importe asignado	Número de proyectos promovidos	Importe asignado
Fundación Auchan por la Juventud	131	1.127.467 €	49	730.000 €
Fundación Generación Auchan (Rusia)	90	1.345.500 €	170	800.000 €
Fundación <i>Weave our future</i>	12	991.993 €	10	991.843 €
Fundación Ceetrus para el empresario social	12	157.000 €	15	182.500 €

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Fundación Auchan por la Juventud	Auchan Retail Francia	La Fundación Auchan por la Juventud apoyó con 40.000 € un proyecto para estudiantes en situación de precariedad alimentaria. Esta ayuda permitirá distribuirles el equivalente a 1.000 cestas de comida para una semana.
	Auchan Retail Senegal	Para responder a las primeras consecuencias de la crisis sanitaria, la Fundación Auchan por la Juventud en Senegal ha apoyado sus 3 primeros proyectos, entre ellos el de la asociación Village Pilote, que trabaja en el país desde 1994, a favor de la protección y la reinserción sostenible de los niños de la calle. Se le concedieron 20.000 € para adaptar más específicamente sus acciones destinadas a 300 jóvenes de entre 5 y 25 años y darles una respuesta de emergencia frente a la crisis.
	Auchan Retail España	La Fundación Auchan por la Juventud apoyó 6 proyectos, uno de ellos en el marco de la convocatoria excepcional Covid-19 en beneficio de SOS Aldeas Infantiles. La Fundación aportó 91.216 euros para ayudar a mejorar la calidad de vida de 4.215 niños y jóvenes en la zona de vida de los centros.
Fundación Generación Auchan (Rusia)		La Fundación Generación Auchan destinó 94.000 € a la compra de material médico para los niños hospitalizados.
Fundación Ceetrus para el empresario social (Francia)		Ha contribuido en varios proyectos en el ámbito de la inserción social y profesional, como el apoyo prestado a la asociación <i>Sport dans la Ville</i> (Deporte en la ciudad), para la duplicación en la región Hauts de France de su programa Emprendedores en la ciudad. De este modo, 16 jóvenes procedentes de los barrios prioritarios, según la Política municipal, pudieron eliminar las barreras económicas, sociales o culturales al emprendimiento y llevar a cabo su proyecto de creación de empresa. En concreto, los jóvenes seleccionados se beneficiaron de 4 meses de formación certificada por la escuela EM Lyon y acogida por la Universidad Católica de Lille, antes de incorporarse al vivero de empresas de <i>Sport dans la Ville</i> durante 20 meses.

4.5 DIÁLOGO SOCIAL

> Contexto

El diálogo social siempre ha formado parte de las políticas de recursos humanos de Auchan Retail, desde sus inicios, con la puesta en marcha del primer convenio de empresa firmado en Francia en 1971 (convenio sobre mensualización) al servicio de los distintos proyectos de empresa que se han ido sucediendo.

Con el fin de que este diálogo sea aún más eficiente y eficaz, todos los datos sociales se analizan y utilizan a escala del grupo y de los países para convertirlos en una palanca de rendimiento al servicio de los objetivos de RRHH.

Hoy en día, la digitalización de las actividades, incluso en el ámbito social, garantiza un diálogo aún más fluido dentro de la organización, refuerza la colaboración entre los trabajadores, reduce los posibles conflictos y tensiones y permite que todos trabajen con mayor eficacia.

En 2020, la adaptación de las organizaciones prevista en el marco del proyecto Auchan 2022 y el contexto sanitario fueron los dos temas centrales de los debates con los representantes de los trabajadores de Auchan Retail.

> Política

Para que los representantes puedan asumir plenamente sus funciones y prerrogativas y seguir adquiriendo profesionalismo, Auchan Retail se apoya en dos órganos representativos del diálogo social: el Comité de grupo y el Comité Europeo.

Todos los recursos dedicados en los últimos años al Comité de grupo y al Comité Europeo (duración de las reuniones, elección de los temas, comisiones especializadas, formación de los miembros, presencia de un auditor de cuentas, etc.) han permitido mejorar notablemente su funcionamiento y la calidad del diálogo social.

En 2020, a pesar de la pandemia, se mantuvieron las reuniones de ambos Comités. Se celebraron reuniones tanto presenciales como por videoconferencia, con importantes limitaciones técnicas y organizativas.

Cumplieron los siguientes objetivos:

- informar a los representantes sobre los temas importantes;
- intercambiar con los representantes y responder a sus preguntas.

Retribución, políticas de reparto

Las políticas de retribución se adoptan en cada país. Se hacen evaluaciones (*benchmarks*) localmente para compararse con las prácticas existentes.

Auchan Holding, alentado por el marco legal y en consonancia con sus convicciones, quiso rápidamente implantar una política participativa, primero en Francia, asociando a los colaboradores a los frutos de su trabajo, es decir compartiendo parte de los beneficios y los riesgos.

Esta voluntad se plasmó en una política histórica de reparto del valor con los trabajadores:

- 1968: participación en los beneficios;
- 1972: prima de progreso;
- 1977: accionariado asalariado.

Para la empresa, el reparto de activos no es solo un instrumento de remuneración adicional, sino que forma parte de una política global basada en sus valores y convicciones históricas.

AUCHAN RETAIL ADAPTA SU ORGANIZACIÓN A LAS NUEVAS EXPECTATIVAS DE CONSUMIDORES Y CIUDADANOS

Las nuevas expectativas de los consumidores obligan a Auchan Retail a evolucionar hacia un funcionamiento y una metodología de trabajo más sencillos, abiertos, permeables al cambio y al flujo constante de innovaciones. Para ganar en eficiencia operativa y agilidad, Auchan Retail ha tomado decisiones organizativas que tienen un impacto en el empleo.

Estas decisiones, aunque sigan siendo difíciles, se adoptaron después de estudiar todas las posibles soluciones.

Para cada proyecto, se informó y/o consultó a las instancias representativas de los países interesados antes de su ejecución.

En enero de 2020, se puso en marcha un plan de bajas voluntarias para las funciones de soporte en Francia, que incluía 581 puestos. Los colaboradores afectados pudieron beneficiarse de distintas medidas: un periodo de voluntariado de 6 meses, una indemnización económica por despido y una compensación adicional a la que prevé la ley, un permiso de reclasificación de 12 a 18 meses pagado al 70% del salario, un presupuesto de formación por trabajador de 8.000 a 15.000 €, medidas de jubilación y prejubilación, un área de movilidad empleo con apoyo personalizado para cada colaborador.

En septiembre de 2020, se inició una nueva fase con la reorganización de la cadena de mercancías, la transformación de las funciones de servicio posventa, la transformación del recorrido de caja y la evolución del oficio, la reorganización de las profesiones de back-office en los hipermercados. Este proyecto genera una pérdida neta de 1.088 puestos. Actualmente, se están negociando medidas de apoyo con los agentes sociales para limitar al máximo la supresión de puestos de trabajo.

En España, se cerraron 2 supermercados y se vendieron 10 tiendas. Los trabajadores que pasaron a la nueva empresa conservaron su estatuto y sus beneficios sociales. En Polonia, se cerraron 4 hipermercados. Los colaboradores afectados pudieron beneficiarse de las medidas de apoyo ofrecidas (traslado a otra tienda, indemnización por despido, ayuda a la búsqueda de empleo, formación, etc.). Durante el periodo, también se cerraron 22 tiendas (8 hipermercados y 14 supermercados) en Rusia. Los colaboradores contaron con el apoyo de los servicios locales de empleo. Se ofreció a algunos la oportunidad de trasladarse a otras tiendas de la misma ciudad o de otras ciudades, con una prestación por mudanza, y otros expresaron su deseo de abandonar la empresa con una ayuda económica. Se cerraron dos tiendas en Ucrania. Los colaboradores pudieron elegir entre trasladarse a otro centro o abandonar la empresa con una ayuda económica.

COVID-19

REFUERZO DEL DIÁLOGO SOCIAL PARA HACER FRENTE A LA CRISIS SANITARIA

Auchan Retail, el grupo Carrefour y *UNI Global Union* firmaron en abril de 2020 una declaración conjunta destinada a garantizar la seguridad de los trabajadores en el contexto de la crisis sanitaria vinculada a la pandemia de la Covid-19. Auchan Retail se compromete a prevenir, reducir o eliminar los riesgos de contagio para sus colaboradores y clientes, mediante las siguientes medidas:

- mejora de las reglas de higiene y seguridad recomendadas para cada trabajador en los países interesados;
- reglas sanitarias para las tiendas, *Drives*, entregas a domicilio y almacenes logísticos;
- medidas de acompañamiento social para los trabajadores;
- acompañamiento de trabajadores en situación especial (discapacitados, mujeres embarazadas).

Esta declaración forma parte del acuerdo firmado en 2017 entre Auchan Retail y *UNI Global Union*, cuya vigencia finaliza en marzo de 2021. Considerando que ambas partes hacen un balance positivo y que se han cumplido los compromisos, el acuerdo se renovará por 4 años sobre la base de las mismas normas y condiciones que el acuerdo inicial.

Además, Auchan Retail ha decidido reconocer económicamente el compromiso excepcional de sus colaboradores durante la crisis de la Covid-19, de acuerdo con las disposiciones legales propias de cada país (prima salarial excepcional, bonificación de la retribución, etc.). Este reconocimiento representó 69 millones de euros.

> CIFRAS CLAVE

En 2020, Auchan Holding cuenta con 108.793 colaboradores accionistas.

> Indicadores

Indicador	2019	2020
Número de reuniones con los representantes de los trabajadores	9.750	8.790
Tasa de trabajadores accionistas de la empresa	74,1%	72,8%

Debido a la pandemia, Auchan Retail Rusia no celebró las reuniones del Comité de vida en las tiendas durante el periodo, lo que explica el menor número de reuniones con los representantes de los trabajadores.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Perímetro	Iniciativa
Elecciones sindicales	Auchan Retail Francia	70.000 colaboradores acudieron a las urnas para elegir a sus representantes del personal. El 74% de la participación se hizo en modo digital. Creación de 112 Comités sociales y económicos.
Ventajas sociales	Auchan Retail Polonia	Se ha llegado a un acuerdo con 3 sindicatos para que los colaboradores dispongan de un descuento del 5% en sus compras.
Comités de vida	Auchan Retail Ucrania, Auchan Retail Taiwán	Considerando que en estos países no existe legalmente el concepto de representantes de los trabajadores, se han creado Comités de vida en las tiendas para canalizar el diálogo entre la dirección y los colaboradores.
Digitalización del diálogo social	Auchan Holding	Con motivo de la pandemia, han surgido nuevas formas de reunión con los representantes del personal, que permiten mantener un diálogo de calidad, aspecto más necesario aún en estos momentos: organización de reuniones por videoconferencia en los países. La reunión del Comité Europeo también se celebró por videoconferencia.

4.6 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

> Contexto

El mundo laboral está cambiando, así como las expectativas de los colaboradores. Hoy en día, los trabajadores aspiran a un entorno profesional propicio al desarrollo de los talentos de cada persona.

Para favorecer la variedad de perfiles, la empresa debe responder a cuestiones esenciales, como:

- luchar contra la discriminación;
- promover la diversidad;
- desarrollar la empleabilidad de los mayores;
- tratar a hombres y mujeres por igual;
- favorecer la inserción de las personas con discapacidad.

> Política

Las necesidades diarias de los clientes de Auchan Retail son múltiples y diversas. Por ello, la empresa cuenta con colaboradores cuya diversidad es un reflejo de las poblaciones locales, para satisfacer mejor las expectativas de cada cliente.

Auchan Retail se compromete firmemente a promover esta diversidad y a convertirla en una verdadera palanca de rendimiento.

Lucha contra todas las formas de discriminación

La declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo obliga a todos los estados miembros a respetar y promover determinados principios y derechos, clasificados en base a las siguientes categorías:

- la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva;
- la eliminación de toda forma de trabajo forzado u obligatorio;
- la abolición efectiva del trabajo infantil;
- la eliminación de la discriminación en materia de empleo y profesión.

Las empresas de Auchan Holding basan sus políticas y acciones en el cumplimiento de esta declaración.

Para alertar sobre las actitudes o los comportamientos que deben proibirse, según la Carta Ética de Auchan Retail, se ha creado una herramienta en todos los países en los que está presente, llamada Whistle B. Esta herramienta, a la que pueden recurrir todos los grupos de interés (colaboradores, proveedores, proveedores de servicios, socios comerciales, clientes, etc.), permite informar de posibles disfunciones, incluidos los casos de discriminación.

En 2020, se notificaron 54 casos en la herramienta, que se clasificaron como "casos de discriminación" según la escala de Auchan Retail. Todos estos informes fueron tramitados por los correspondientes equipos de Recursos Humanos.

Favorecer la inserción de las personas con discapacidad

Las empresas de Auchan Holding cumplen con las obligaciones legales de su país de implantación en materia de empleo de colaboradores discapacitados.

Algunas filiales de Auchan Retail se han comprometido con una política más proactiva al respecto y van más allá de estas obligaciones legales.

Para facilitar la inserción de nuevos colaboradores con discapacidad, se han asumido compromisos en términos de:

- acuerdos de colaboración con empresas del sector protegido y adaptado;
- acondicionamiento de los puestos de trabajo (señalización pedagógica específica en la parte delantera de la línea de cajas para las/os azafatas/os de caja sordos o con dificultades auditivas, asistencia por parte de organizaciones especializadas para mejorar la ergonomía en el puesto de trabajo);
- sensibilización de todos los colaboradores para que acepten a los demás con sus diferencias.

Promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres

En Francia, el Decreto n° 2019-15, de 8 de enero de 2019, vigente desde el 1 de enero de 2019, forma parte de una iniciativa cuyo objetivo es eliminar, entre otros aspectos, las diferencias de retribución entre mujeres y hombres en las empresas.

De ahora en adelante, Auchan Holding publica, cada año, su "Índice de igualdad de género", que consta de 100 puntos, a partir de indicadores específicos que miden la situación de cada empresa en materia de igualdad de salario entre mujeres y hombres. El requisito mínimo para cada empresa francesa es de 75 puntos.

Para Auchan Retail Francia, el índice 2020 de igualdad de género (para el año 2019) es de 89/100.

Por su parte, Ceetrus Francia alcanza un índice de 86/100.

Las sedes de las empresas internacionales con sede en Francia alcanzan las siguientes puntuaciones:

- OIA: 71/100;
- Auchan Retail International: 67/100;
- Ceetrus International: 44/100.

Para promover la igualdad de oportunidades, la empresa desea abrir muchas de sus itinerarios profesionales a mujeres y hombres de todos los horizontes y con distintos recorridos. A tal efecto, las políticas de contratación prohíben toda forma de discriminación, por ejemplo, por motivos de sexo, edad, discapacidad, religión u orientación sexual.

La diversidad de los equipos refleja la diversidad de las actividades, los clientes y los países en los que están presentes las empresas de Auchan Holding.

Este conjunto de principios y reglas se formaliza en el marco del código ético de la empresa, de reglamentos internos o formaciones.

> CIFRAS CLAVE

Índice de igualdad hombres/mujeres Auchan Retail Francia para el año 2019: 89/100

> Indicadores

	Auchan Retail		Ceetrus	
	2019	2020	2019	2020
al 30/09/2020				
tasa de trabajadores con discapacidad	4,3 %	3,9 %	1,7 %	1,6 %

Este indicador se obtiene calculando el número de colaboradores con discapacidad a 30 de septiembre de 2020 con respecto a la plantilla total de la actividad de la empresa correspondiente.

	Tasa de mujeres frente a plantilla total (en %)		Tasa de hombres frente a plantilla total (en %)	
	2019	2020	2019	2020
al 30/09/2020				
Auchan Holding	62,8	62,1	37,3	37,9

	Tasa de mujeres entre los managers (en %)		Tasa de hombres entre los managers (en %)	
	2019	2020	2019	2020
al 30/09/2020				
Auchan Holding	50,4	50,1	49,6	49,9

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Sensibilización e información sobre la discapacidad	Auchan Retail Francia	Implantación de un amplio sistema de comunicación interna sobre el reconocimiento de trabajador discapacitado.
	Ceetrus Portugal	Inicio de un proyecto de formación sobre la no discriminación de las personas con discapacidad. Se desplegará en el primer trimestre de 2021.
Enfoque proactivo a favor del empleo de las personas con discapacidad	Auchan Retail Francia	Firma de una carta de compromisos operativos: manifiesto a favor de la inclusión de las personas con discapacidad en la vida económica.
	Auchan Retail España	Acuerdo firmado con la Cruz Roja para promover el empleo de personas vulnerables. Durante el periodo, 385 personas realizaron prácticas en las tiendas, 211 de las cuales obtuvieron un contrato de trabajo al final de las mismas.
Acuerdos de colaboración para favorecer la inserción de las personas con discapacidad	Auchan Retail Francia	Creación de un acuerdo de colaboración con la red Gesat para promover las actividades del sector protegido y adaptado (STPA).
	Auchan Retail Portugal	Se ha concluido una colaboración con una organización que gestiona una plataforma de contratación de personas en situación de riesgo de exclusión social.
Promover una política de no discriminación	Auchan Retail Ucrania	La filial fue reconocida como Mejor Empleador 2019 por <i>Equality Index</i> por su política de no discriminación en el trabajo.

5. LIMITAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE NUESTRAS ACTIVIDADES

5.1 CAMBIO CLIMÁTICO Y REDUCCIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO



La ambición de Auchan Retail es cumplir su parte, como distribuidor internacional, en la lucha contra el calentamiento global y en la adaptación a éste y a los cambios que implica. Esta ambición requiere medir y reducir drásticamente las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) relacionadas con nuestras actividades, de las que a continuación se ofrece un resumen no exhaustivo.

> MEDIDA DE LAS EMISIONES DE GEI EN AUCHAN RETAIL:



> Políticas y planes de acción

Plan de acción para los Alcances 1 y 2

Auchan Retail ha firmado el *French Business Climate Pledge* (Compromiso Climático Comercial Francés), comprometiéndose a reducir drásticamente sus emisiones de CO₂ y a invertir en tecnologías bajas en carbono para mitigar su impacto en el calentamiento global.

Auchan Retail ya ha reducido su consumo de electricidad por m² de superficie en un 20% entre 2014 y 2020 conforme al compromiso adquirido en el marco de la COP21. El plan de eficiencia energética de Auchan Retail continúa hacia el objetivo de:

- reducción del 25% en el consumo de energía de las tiendas (base 2014 para perímetro constante) de aquí a 2022.

Cada país se moviliza en torno a una lista de acciones y tecnologías prioritarias aplicadas en las tiendas: sustitución de gases refrigerantes con alto potencial de calentamiento atmosférico (PCA) para la producción de frío comercial, instalación de detectores de nivel inteligentes para estos gases, instalación de puertas cerradas en los muebles de frío positivo, uso de subcontadores, cambio de equipos de calefacción y ventilación, iluminación LED de bajo consumo.

Este programa de eficiencia energética representó entre 2015 y 2019 una inversión de 215 M€, y representará entre 2020 y 2022 una inversión adicional de 45 M€.

Auchan Retail se compromete a sustituir los equipos de frío por instalaciones que funcionen con gases que emitan menos emisiones (R448A, CO₂), de aquí a 2030 en los países de la Unión Europea.

Auchan Retail cuenta con un sistema de gestión medioambiental basado en la norma ISO 50001. El proceso de certificación está en curso de aplicación, siendo el objetivo de certificar todas las tiendas de la Unión Europea en los dos próximos años.

Auchan Retail se compromete a promover las energías renovables y bajas en carbono⁽¹⁾:

- objetivo de consumo del 50% de electricidad baja en carbono en 2022;
- objetivo de consumo del 50% de electricidad renovable en 2025;
- objetivo de consumo del 100% de electricidad renovable en 2030.

Este último objetivo se desglosa en tres ámbitos:

- instalación de paneles solares en las tiendas de Auchan Retail para la autoproducción y el autoconsumo de electricidad solar;
- despliegue de los Acuerdos de compra de energía de la empresa (*Power Purchase Agreements*);
- compra de energía verde mediante contratos de garantía de origen. En este tercer ámbito, Auchan Retail España y Auchan Retail Portugal consumen el 100% de electricidad renovable desde el 1 de enero de 2020.

COVID-19

IMPACTO AMBIVALENTE DE LA COVID-19 EN EL CONSUMO ENERGÉTICO DE LAS TIENDAS

La situación sanitaria tuvo diferentes repercusiones de un país a otro, en función de la situación local y de las medidas adoptadas por las autoridades (medidas sobre estado de alarma, restricción de los horarios de apertura de las tiendas, cierre a la venta de determinadas secciones, etc.). Por ello, la situación sanitaria ha podido desempeñar un papel que justifique los aumentos del consumo de energía (mayor número de visitas en los puntos de venta, que se traduce por un aumento de la producción de frío), pero que explique también la disminución del consumo (cierre de algunas secciones y disminución de la producción de frío o calor, y de las necesidades de iluminación en algunos casos).

A modo de ejemplo, el consumo de energía de Auchan Retail Rumanía ha disminuido porque se han reducido los horarios de apertura de sus puntos de venta y se han cerrado algunas secciones de elaboración de comida. Sin embargo, es difícil separar este efecto de la Covid-19 de los otros factores de reducción del consumo energético (inversiones en nuevos equipos, invierno 2020 menos frío). Otro ejemplo, la actividad del *Drive* aumentó en Auchan Retail Francia, lo que explica un aumento del consumo de electricidad para la producción de frío.

Plan de acción en el Alcance 3

Transporte

Los flujos de transporte de mercancías (aéreo, terrestre, marítimo) son complejos y numerosos en torno a la actividad de Auchan Retail, desde nuestros proveedores hasta los clientes finales, pasando por la entrega en nuestros almacenes y tiendas.

Auchan Retail empezó a medir su huella de carbono relacionada con el transporte de mercancías en 2020, con el fin de alcanzar un objetivo de reducción del 20% para 2022. Esta medida se limita, en un perímetro restringido, a los flujos de mercancías entre nuestros almacenes nacionales y nuestros tiendas.

(1) Las energías bajas en carbono proceden de tecnologías que emiten bajas cantidades de dióxido de carbono en comparación con los combustibles fósiles que se utilizan convencionalmente. Entre las energías que producen bajas cantidades de dióxido de carbono están: energía nuclear, eólica e hidroeléctrica.

Este objetivo se despliega mediante una serie de acciones nacionales. Por ejemplo, Auchan Retail Francia, que representa la mitad de las emisiones de GEI relacionadas con este flujo de transporte, ha iniciado un proceso en el marco de la iniciativa Fret21. Entre finales de 2019 y septiembre de 2020, el 17% de los kilómetros recorridos por los camiones cargados por Auchan Retail Francia se hicieron con biogás.

Productos

Tratándose de los productos vendidos en sus tiendas, Auchan Retail empezó en 2020 a medir su huella de carbono. Aunque el método (detalle en el apartado 2.7.9) presente aspectos imprecisos e incompletos, esta primera medición permitirá a Auchan Retail iniciar un plan de acción en este perímetro, que representa más de dos tercios de su huella de carbono total.

Auchan Retail comercializa una amplia cartera de productos, que puede desglosarse en los siguientes universos y secciones:

- no alimentación: Textil, Electrónica y Electrodomésticos Gran Público (EEGP), Hogar y Decoración, Ocio al aire libre y Auto-Bricolaje, Librería & soportes digitales, Papelería, Juguetes, Salud, Combustibles, Otros;
- alimentación: productos de gran consumo y frescos, alimentación tradicional.

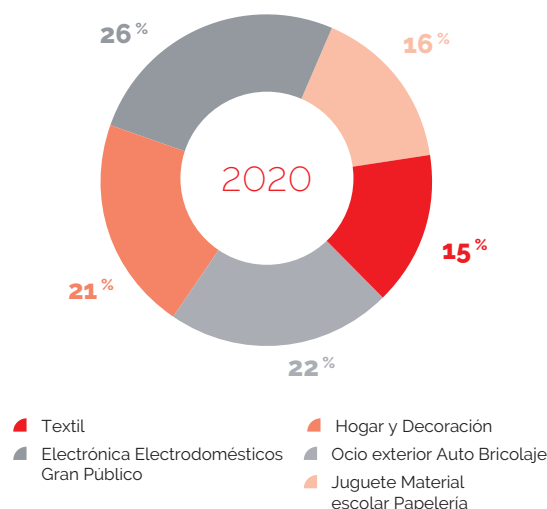
Para entender mejor la magnitud de su impacto, Auchan Retail empezó a medir la huella de carbono de sus productos vendidos en las tiendas, ya sean productos de Auchan (MDD, marca propia) o de marcas nacionales (otros productos, externos a Auchan).

Esta situación global permitirá al grupo, y a cada uno de los países en los que interviene, iniciar una reflexión sobre los impactos de sus actividades y la forma de reducirlos.

Iniciativas destacadas: huella de carbono de la DPW

En paralelo al trabajo de Auchan Retail International sobre la huella de carbono de los productos vendidos en las tiendas, la Dirección de Productos *Worldwide* (DPW) de Auchan Retail, que fabrica los productos internacionales de marca propia, ha iniciado el proceso de la huella de carbono para sus productos no alimentarios (enfoque ciclo de vida, fuera del uso del producto). Esta iniciativa le permitirá definir un plan de acción para reducir su huella de carbono. Esta es una ilustración de los resultados alcanzados:

> TOTAL EMISIONES PRODUCTOS NO ALIMENTARIOS DPW
1.200.000 TONELADAS DE CO₂



Iniciativas destacadas: compromiso SBT AR Portugal y Eval ACT Francia


Auchan Retail Francia es el primer distribuidor en evaluar su nivel de compromiso con la transición energética, mediante el referente ACT (*Assessing Low Carbon Transition*), desarrollado por la agencia ADEME y el CDP.



En enero de 2020, Auchan Retail Portugal se comprometió con la iniciativa *Science-Based Targets* para definir, en un plazo de dos años, objetivos de reducción de emisiones de CO₂ compatibles con un escenario de calentamiento limitado a 1,5 °C.

> Indicadores de performance

Los siguientes indicadores de evolución se presentan para perímetro constante y, por tanto, excluyen a China. Para una información metodológica más detallada (perímetros, métodos de cálculo, fuentes, etc.), véase el apartado 7.

Nota CDP


El CDP, como órgano tercero independiente, se encarga de evaluar la actuación de Auchan Holding en la lucha contra el cambio climático. Auchan Holding obtuvo una puntuación B en 2020 tras su respuesta al cuestionario, lo que califica nuestro enfoque de la siguiente forma: "Adopta medidas coordinadas en materia de cuestiones climáticas."

Consumo de energía por superficie m²

Consumo de energía (Kwh/m ²)	2019	2020	Evolución
Auchan Retail	497,9	481,9	(3,1)%
Ceetrus	286,7	205,5	(28,3)%

El consumo de energía por m² de superficie de Auchan Retail siguió bajando en 2020, con la ayuda de los planes de acción adoptados. La eficiencia energética está mejorando en todos los países y los esfuerzos por modernizar los equipos han dado sus frutos, especialmente en Luxemburgo y Rumania.

Con respecto a la actividad inmobiliaria, Ceetrus por su parte ha tenido un cierre parcial de sus galerías comerciales en 2020 con motivo de la crisis sanitaria lo que ha impactado de manera importante en su consumo energético.

Intensidad de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) de Alcances 1 y 2

	ALCANCE 1 & 2 (intensidad carbono de las tiendas)			ALCANCE 1 (gases refrigerantes ⁽¹⁾)			ALCANCE 2 (energía)		
	2019	2020	Evolución	2019	2020	Evolución	2019	2020	Evolución
Auchan Retail	267,9	247,9	(7,5)%	106,2	94,0	(11,5)%	161,6	153,9	(4,8)%
Ceetrus							92,2	63,7	(31)%

La intensidad de carbono de las tiendas Auchan Retail disminuye en coherencia con nuestras acciones de reducción.

Con respecto a la actividad inmobiliaria, el cierre de las galerías comerciales en numerosos países con motivo de la crisis sanitaria ha tenido un fuerte impacto en las emisiones de GEI de Ceetrus.

Volumen de emisiones de Gases de Efecto Invernadero: emisiones Alcance 1+2+3 de Auchan Retail

Emisiones GEI (teqCO ₂ /m ²)	2019	2020	Evolución
Auchan Retail Alcance 1 ⁽²⁾	595.022,2	498.321,4	(18,9)%
Auchan Retail Alcance 2	917.515,4	869.646,6	(5,2)%
Auchan Retail Alcance 3 (Transporte de mercancías)		224.654,3	
Auchan Retail Alcance 3 (Productos vendidos)		36.245.951,6	

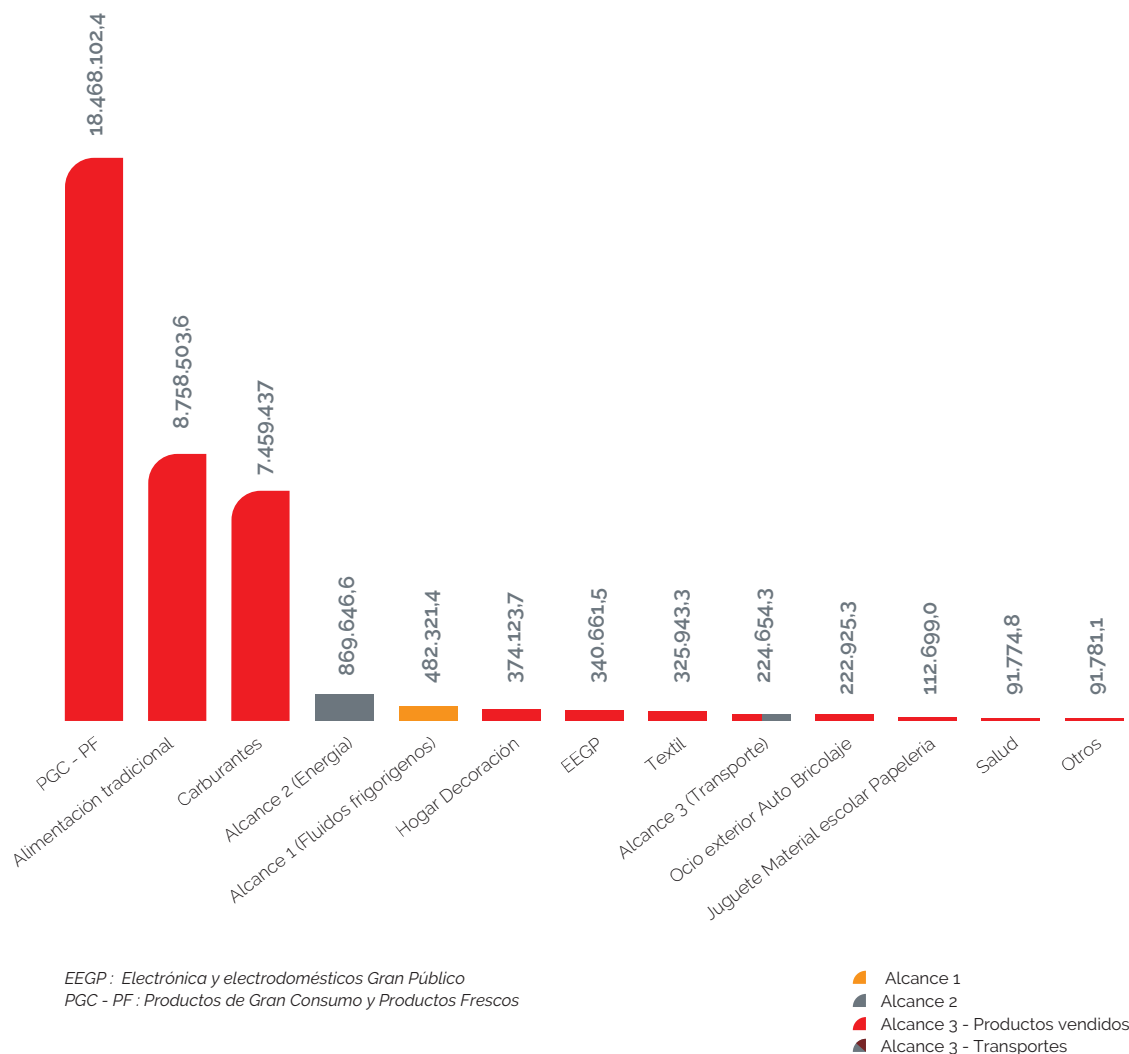
En términos de volumen, nuestras emisiones de GEI registran un leve descenso en los Alcances 1 y 2.

(1) Gases refrigerantes: El valor de las emisiones de GEI 2019 ha sido modificada después de la corrección aportadas post ejercicio 2019.

(2) Gases refrigerantes: El valor de las emisiones de GEI 2019 ha sido modificada después de la corrección aportadas post ejercicio 2019.

Las emisiones de GEI vinculadas con el Alcance 3 representan más del 90% de nuestras emisiones de GEI. Los productos vendidos en tienda, y en particular los productos alimentarios, así como la venta de carburantes, representan, y desde lejos, el mayor impacto.

Detalles de las emisiones de GEI de Auchan Retail Alcances 1, 2 y 3 (teqCO₂)





5.2 LUCHA CONTRA LA CONTAMINACIÓN POR PLÁSTICOS

> Contexto

El plástico aporta higiene, seguridad y precio asequible a la distribución de muchos productos de gran consumo. Sin embargo, sigue siendo muy extendido el modelo lineal que consiste en extraer, producir, consumir y tirar, y la mayor parte del plástico nunca se recicla. Científicos, gobiernos y consumidores esperan que los fabricantes industriales y los distribuidores ofrezcan mejores soluciones para el medio ambiente, manteniendo su poder adquisitivo.

> Política/Compromiso

Auchan Retail se compromete a luchar contra la contaminación por plásticos, como distribuidor que ejerce una influencia directa en el consumo de los hogares.

En el marco del proyecto de empresa Auchan 2022, dos ambiciones relacionadas con los envases reflejan los esfuerzos internacionales realizados para luchar contra la contaminación por plásticos:

- disponer del 100% de los envases de marcas propias reutilizables, reciclables o compostables en casa;
- eliminar en la medida de lo posible los plásticos de las secciones de restauración y de frutas y verduras en libre servicio.

Estos objetivos deben alcanzarse entre 2022 y 2030, dependiendo del país. Actualmente se está analizando la situación, lo que permitirá especificar la hoja de ruta.

Compromiso a largo plazo de Auchan Retail

La reducción del uso de plástico virgen, la mejora de la reciclabilidad y la integración de material reciclado son compromisos formalizados por la firma del *European Plastics Pact*, en marzo de 2020.

Se publicará en 2021 la Política de lucha contra la contaminación por plásticos, que incluye los compromisos detallados de Auchan Retail. Se estructura en torno a los 5 proyectos prioritarios identificados a lo largo de la cadena de creación de valor de la empresa.

Esquema del plástico en *Auchan Retail*

Los desafíos en torno al plástico que afectan a toda la cadena de valor



Auchan | RETAIL

La Carta de calidad responsable de Auchan Retail también incluye, en su pilar 8, la reducción de los envases y la mejora de su reciclabilidad.

Compromisos mayores a nivel local

Considerando que cada país es libre de fijar objetivos más ambiciosos localmente, Auchan Retail Polonia firmó el *Polski Pakt Plastikowy* en 2020, uniéndose con Francia a los países que han firmado un pacto nacional. También en 2020, Auchan Retail España publicó su Política de Plásticos.

COVID-19

DINÁMICA DE REDUCCIÓN FRENADA POR LA CRISIS SANITARIA

Como material de protección que garantiza la higiene y la seguridad sanitaria de clientes y colaboradores, el plástico es esencial en la lucha contra la Covid-19. De hecho, la prevención del virus ha frenado las acciones de lucha contra la contaminación por plásticos: suspensión de muchas iniciativas (venta a granel, uso de los propios recipientes de los clientes, operaciones de limpieza ambiental), reducción de los cambios de surtido a favor de alternativas más sostenibles (cierres de algunos lineales) y aumento del consumo de plástico de un solo uso (guantes, mascarillas o bolsas).

Esta crisis sanitaria ha puesto de manifiesto la dualidad entre la utilidad del plástico y la necesidad de abandonar los modelos desechables. Auchan Retail debe acompañar a los consumidores en su cambio de hábitos, garantizando la seguridad sanitaria de las alternativas propuestas y comunicando al respecto.

> Indicadores

Auchan Retail sitúa la lucha contra la contaminación por plásticos en el centro de su proyecto de RSC y publica por primera vez indicadores de performance sobre este tema.

Al ser la primera vez que se realiza este ejercicio, se han identificado cambios para mejorar la exhaustividad de la información de cara a futuros informes.

En particular, el cálculo del porcentaje de envases reutilizables, reciclables y compostables no ha podido ser consolidado en el ejercicio 2020 y se ha lanzado un estudio para mejorar la colecta de datos para el reporting 2021.

Indicador	Dato
1. Se suspende la venta de cubiertos y platos de plástico de un solo uso	2019 en Francia, 2020 en el resto de la UE (fin de existencias en 2021 para Rumania) y Senegal
2. Productos vendidos a granel, excluyendo mostradores y frutas y verduras frescas	Más de 600 referencias en Portugal, más de 500 en España, más de 300 en Francia y más de 500 en Polonia
3. Residuos de plástico recogidos en nuestros centros y almacenes	14.307 t (excluyendo Rusia y Senegal)
3.b Porcentaje de residuos de plástico recogidos en nuestros centros y almacenes procesados en una empresa de reciclaje	97,3% (excluyendo Rusia, Senegal y Ucrania)
4. Peso estimado de los plásticos utilizados para el envasado en tienda en la zona de mercado (mostradores y bolsas de frutas/verduras) (en toneladas)	12.031 t (excluyendo Polonia y Senegal)
5. Peso estimado del plástico utilizado en las bolsas de cajas (en toneladas)	5.575 t (excluyendo Polonia y Senegal) *

* Las bolsas reutilizables de Ucrania y Rusia no se incluyeron en el cálculo.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Producidos en plástico de un solo uso	Auchan Retail - dirección de Productos Worldwide	Gama internacional de vajillas de marca propia en materiales alternativos (pulpa de caña de azúcar, cartón, bambú, etc.): se evitan 1.948 t de plásticos al año.
	Auchan Retail Portugal Auchan Retail España Auchan Retail Francia Auchan Retail Luxemburgo Auchan Retail Polonia	Retirada de los cubiertos de plástico de un solo uso de los mostradores de platos preparados y para llevar: se evitan más de 41 t de plástico solo en Francia.
	Auchan Retail Hungría	Eliminación de los cubiertos de plástico de las referencias de productos lácteos: se evitan 4t de plástico.
Envasado de productos domésticos	Auchan Retail Francia	Reducción del plástico en varios envases de marcas propias: se evitan más de 58 t de plástico. PET reciclado en botellas de bebidas de marca propia: se evitan 80 t de plásticos vírgenes. Grabado por láser en cítricos ecológicos vendidos a granel: 300 t de cítricos en 2020. Envase de cartón para la manzana ecológica Swing de <i>filière</i> responsable Auchan, desde enero de 2020
	Auchan Retail España	Eliminación de las bandejas de poliestireno expandido de la sección de frutas y verduras e introducción de bolsas de papel: se evitan 80 t de plástico.
	Auchan Retail Polonia	Envases de papel para tomates y ensaladas de <i>filières</i> Auchan: se evitan 200 kg de plástico.

Temática	Organización	Iniciativa
Residuos de plástico procedentes del transporte y el almacena-miento	Auchan Retail España	Tierra universal para macetas MDD, enriquecida al 10% con compost procedente de residuos orgánicos de la tienda, y envasada en materiales fabricados con residuos de plásticos de la tienda.
	Auchan Retail Polonia	Sustitución de las cajas de plástico de transporte por cubetas reutilizables: se evitan 48 t de plástico.
Embalajes utilizados para la distribución en tienda	Auchan Retail Portugal Auchan Retail España Auchan Retail Francia Auchan Retail Luxemburgo Auchan Retail Polonia Auchan Retail Hungría Auchan Retail Ucrania Auchan Retail Rusia	Venta de bolsas de malla lavables y reutilizables para frutas y verduras, que sustituyan el uso de bolsas de embalaje de plástico.
	Auchan Retail España Auchan Retail Francia Auchan Retail Luxemburgo Auchan Retail Polonia	Posibilidad de utilizar los propios recipientes del cliente en los mostradores de corte (suspendida por la crisis sanitaria de la Covid-19)
Bolsas de caja	Auchan Retail Senegal	Interrupción de la venta de bolsas de plástico en las cajas
	Auchan Retail Ucrania	El 3 de julio de 2020, con motivo del Día Mundial sin Bolsas de Plástico, se ofreció una manzana a cada cliente que utilizara sus propias bolsas.
Otras iniciativas	Auchan Retail Portugal	Participación en el programa piloto del sistema de devolución de cascos, en colaboración con el gobierno.
	Auchan Retail Rumanía	Formación de los colaboradores en materia de desarrollo sostenible, concienciación a la separación y al reciclaje

5.3 ECODISEÑO, SEGUNDA VIDA DE LOS PRODUCTOS Y RESIDUOS DE EXPLOTACIÓN

> Contexto

La economía circular propone un modelo de producción más sostenible que tiene en cuenta todas las fases del ciclo de vida, desde el diseño (ecodiseño) hasta el final de la vida (segunda vida de los productos o gestión de los residuos) y su impacto en el medio ambiente (cambio climático, contaminación).

Auchan Retail aborda el ecodiseño con sus productos de marca propia, la segunda vida de los productos con su oferta y sus operaciones en tienda, y la gestión de residuos con la recuperación de sus residuos de explotación.

> Política/Compromiso

Auchan Retail aplica los principios del diseño ecológico a sus productos de marca propia.

La dirección de Productos Worldwide lidera el tema de la parte internacional de no alimentación. Sus compromisos, fijados en 2018, son:

1. En los embalajes:

- el 100% de los embalajes de marca propia reciclables, reutilizables o compostables (en casa) en 2022;

> Indicadores

- reducción del 50% de los embalajes de plástico para 2025 (frente a 2019);
- integración de materiales reciclados (min. 30%) siempre que sea posible.

2. En productos y embalajes de madera/papel/cartón:

- el 100% de los productos y embalajes certificados FSC/PEFC en 2025;
- inclusión de materiales reciclados (min. 50%) siempre que sea posible.

Cada universo de no alimentación ha completado estos compromisos en función de las cuestiones prioritarias inherentes a la naturaleza de los productos considerados.

Auchan Retail se unió al *Fashion Pact* (Pacto de la Moda) en noviembre de 2019, comprometiéndose, junto a otros actores del sector de la moda, a reducir su huella ambiental.

		2019	2020	
Volumen total de residuos (en t)	Hiper	444.933	419.148	(6)%
	Hiper ⁽¹⁾	308.585	287.908	(7)%
Volumen de residuos valorizados (en t)	Súper ⁽²⁾	40.237	43.160	+ 7%
Tasa de valorización	Hiper	68,1%	68,7%	0,6 pt
Cuota de productos de madera/papel/cartón certificados FSC o PEFC	Dirección de Productos Worldwide	58%	61%	+ 3 pts

(1) Excepto Senegal.

(2) Excepto Ucrania, Rumanía.

La reducción del tráfico en los hipermercados y el cierre de mercados no alimentarios debido a la crisis sanitaria explican en gran medida la disminución del tonelaje de residuos.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Ecodiseño	Auchan Retail - dirección de Productos Worldwide	Organización de una Masterclass sobre ecodiseño en noviembre de 2020. Colaboración con la división de Ecodiseño para formar a los equipos de productos y transformar la oferta de productos de forma que el ecodiseño ocupe mayor espacio. En el sector Textil, colaboración con Eco-TLC (ahora Re-Fashion) y <i>Fashion Green Hub</i> (ecodiseño textil). En la sección de Electrónica y electrodomésticos, colaboración con Spareka: suministro de piezas de recambio y reparabilidad. Etiquetado de textiles para el hogar por Oeko-tex. Despliegue de distintas gamas: estufas de aluminio reciclado con embalaje 100% reciclado certificado FSC, juguetes de madera certificada, bolígrafos de plástico reciclado y cazadoras de plumas con ribetes de poliéster 100% reciclado.
Segunda vida de los productos	Auchan Retail Francia	Operación de recogida de juguetes en beneficio de organizaciones benéficas locales (noviembre de 2019). Operación de recogida de carteras por décimo año consecutivo. Creación de <i>Corners</i> de textil de segunda mano, en colaboración con Patatam.
Residuos de explotación	Auchan Retail Luxemburgo	Colaboración con la <i>SuperdrecksKëscht</i> para mejorar el reciclaje de residuos. Obtención del sello SuperDrecksKëscht®.
	Auchan Retail España	Formación de 500 personas en procedimientos de clasificación en 2020 (es decir, formación de casi 8.000 colaboradores desde el inicio del proyecto). 26 establecimientos (24 hipermercados y dos almacenes) Cero residuos (se recupera el 100% de los residuos).
	Auchan Retail Francia Auchan Retail España Auchan Retail Portugal Auchan Retail Polonia Auchan Retail Hungría Auchan Retail Ucrania	Transformación de alimentos en productos para la alimentación animal (zoológicos, circos, refugios, etc.). En agosto de 2020, Auchan Retail Francia lleva a cabo una prueba de valorización de los residuos de la sección de pescadería, que se transforman en harina para peces de piscifactoría y croquetas para perros y gatos, con procesos de extracción naturales, sin solventes y de bajo impacto medioambiental.

5.4 BIODIVERSIDAD Y PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES

> Contexto

Los seres humanos explotan más del 70% de los recursos del planeta. El 80% de la deforestación se debe a la agricultura y, en particular, a la expansión del cultivo de soja para la alimentación del ganado, y de palma aceitera⁽¹⁾. Tanto las ONG como la sociedad civil llaman regularmente la atención de los distribuidores al respecto.

> Compromiso/Política

Aceite de palma

Varios productos de marca propia incluyen aceite de palma entre sus ingredientes. Presenta riesgos relacionados con la deforestación, la erosión del suelo, la contaminación del agua y las condiciones de trabajo en las plantaciones de palma. Auchan Retail se compromete a eliminar el aceite de palma de todos sus productos de marca propia, considerando además que consta en la lista negra de la empresa. En los casos en que resulta imposible sustituirlo, Auchan Retail ha tomado la decisión de que esté obligatoriamente certificado RSPO⁽²⁾. Esto certifica que el aceite de palma que se ha producido, procesado y utilizado en los productos cumple con los requisitos muy específicos de la RSPO y que permiten la trazabilidad de los volúmenes a lo largo de la cadena de suministro.

(1) <http://www.fao.org/sustainability/resources>

(2) *The Roundtable on Sustainable Palm Oil*

(3) *Illegal, Unreported and Unregulated (Pesca ilegal, no declarada y no reglamentada)*

Preservación de los recursos hídricos y marinos

Desde 2019, Auchan Retail es firmante del Fashion Pact, alianza mundial de 56 empresas de la moda comprometidas con la lucha contra el calentamiento global y la protección de la biodiversidad y los océanos.

Preocupada por proteger los recursos marinos, Auchan Retail se ha comprometido desde 2006 para evitar la sobrepesca y velar por el medio ambiente. Se han tomado varias medidas en este sentido, como:

- el cese de la comercialización del atún rojo del Mediterráneo (*Thunnus Thynnus*) en todos los países de la cuenca mediterránea;
- el cese de la comercialización de especies de tiburones en peligro de extinción, con excepción de la mielga (*Scyliorhinus*) y los emisarios (*Mustellus*);
- la trazabilidad total de sus productos a base de atún (zona de pesca, especie, técnica de captura y flota de pesca) y la prohibición de aprovisionamiento en productos procedentes de la IUU⁽³⁾.

Estos compromisos del grupo se completan en las filiales con políticas de pesca adaptadas a los recursos, el consumo y las necesidades de los países. Es el caso de España, Francia y Portugal.

El agua es también un recurso esencial para la actividad de Auchan Retail, en la elaboración de los productos vendidos y para el funcionamiento de los puntos de venta. Auchan Retail está instalando equipos de ahorro de agua, así como recuperadores de agua de lluvia. Se está estableciendo además un control automatizado del consumo.

Deforestación: madera, cacao, café y otros productos

Miembro de la Fundación EarthWorm desde 2011, Auchan Retail se compromete a luchar contra la deforestación vinculada a la explotación de materias primas, con un enfoque prioritario en los derivados de la madera, incluyendo:

- el carbón vegetal;
- el papel: escritura, higiene, productos desechables y publicaciones;
- los muebles de interior y de jardín.

En este marco, Auchan Retail espera de sus proveedores que garanticen y comprueben que las materias primas a base de madera o fibra vegetal:

- se han cosechado, comprado, transportado y exportado legalmente de su país de origen;
- permiten la trazabilidad mediante la cadena de aprovisionamiento hasta la fuente de cosecha original;
- se han cosechado de tal forma que no amenazan los medios de alto valor de conservación (HCV), incluyendo los ecosistemas de turberas y los paisajes forestales intactos (IFL);
- se han cosechado fuera de los bosques naturales de alta concentración en carbono (HCS) y fuera de las zonas en las que estos bosques se transforman en otros cultivos y plantaciones;
- no llevan madera de las esencias incluidas en la lista roja de las especies protegidas de la IUCN⁽¹⁾;

- no llevan madera de las esencias incluidas en los anexos 1, 2 y 3 de la CITES⁽²⁾;
- se han logrado respetando estrictamente los derechos de los pueblos autóctonos y las comunidades rurales a la propiedad y al control de sus tierras titulares o tradicionales, incluido su derecho a otorgar o rechazar su Consentimiento Libre, Previo e Informado (CLPI) relativo a los desarrollos propuestos en sus tierras;
- se han logrado respetando los derechos y la seguridad de los trabajadores, sin recurrir al trabajo forzado o a la explotación de niños, y sin discriminación, y todo ello, permitiendo además que los colaboradores puedan crear asociaciones.

Auchan Retail se compromete con un aprovisionamiento sostenible del cacao, con especial énfasis en los productos procedentes de:

- el sello de calidad UTZ⁽³⁾ o *Rainforest Alliance* (dos sellos de calidad que han fusionado en ONG desde 2018) para promover la biodiversidad;
- la agricultura biológica que permite instaurar mejores prácticas culturales, como en el ámbito de los productos fitosanitarios;
- las *filières* responsables en todos los países que asumen numerosos compromisos, en particular en materia de agroforestería,

Auchan Retail se compromete a un suministro sostenible de café, con especial énfasis en los productos MDDI procedentes de:

- el sello de calidad UTZ o *Rainforest Alliance* para favorecer la biodiversidad. Auchan propone productos certificados UTZ de marca Auchan;
- de la agricultura biológica que permite instaurar mejores prácticas culturales, como en el ámbito de los productos fitosanitarios;
- el comercio justo, con el sello de calidad Max Havelaar, cuya misión consiste en luchar contra la pobreza de los productores de los países del Sur.

> Indicadores

Consumo de agua (en m³) a perímetro constante	2019 (m³)	2020 (m³)	Variación n-1
Auchan Retail Hiper	4.471.726	4.259.226	(5)%
Ceetrus	1.263.093	1.009.118	(20)%

El descenso del consumo de agua a perímetro constante a lo largo de 2020 puede atribuirse en parte a la crisis sanitaria, que ha frenado la actividad, e incluso al cierre temporal de secciones y centros comerciales.

(1) Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza

(2) Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres

(3) UTZ es un programa de certificación sostenible para el café, el cacao y el té, que colabora con marcas existentes.

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Biodiversidad y bosque	Auchan Retail Francia	Firma del manifiesto de lucha contra la deforestación importada vinculada a la soja, junto a otras empresas de la gran distribución, para evitar que se importe soja procedente de regiones deforestadas de Sudamérica y utilizada en la alimentación animal. Organización de la operación <i>Green Day</i> para apoyar a los socios de las <i>filières</i> responsables en sus esfuerzos por avanzar en el ámbito de la agroecología. Se ha ampliado la oferta añadiendo una referencia de pollo criado al aire libre cuya dieta está enriquecida con aceite de insectos (que sustituye al 100% el aceite de soja importado para su alimentación). La empresa InnovaFeed, especializada en la cría y la transformación de insectos para la nutrición animal, se encargó de desarrollar este proceso. Al eliminar el aceite de soja importado, el producto comercializado por Auchan Retail tiene un impacto medioambiental reducido. La huella de carbono del aceite de insectos es un 80% menor que la del aceite de soja.
	Dirección de Productos Worldwide	Auchan Retail ofrece todos sus productos para untar, así como el polvo de cacao, con la certificación UTZ.
	Auchan Retail Rumania	En el marco del aniversario de Auchan, se estableció un acuerdo de colaboración con un proveedor nacional, Sofidel: la empresa hacía una donación para plantar árboles cada vez que un cliente compraba un producto de este proveedor. Se ha plantado un total de 450 árboles.
Agua	Dirección de Productos Worldwide	Comercialización de la primera colección de vaqueros de marca propia 100% ecológicos. Su fabricación incorpora un 20% de algodón reciclado y ahorra un 40% de agua.
	Auchan Retail España	En la colección de otoño-invierno de la marca propia textil exclusiva "In Extenso", se ofreció una amplia gama de prendas sostenibles, fabricadas teniendo tres objetivos en mente: • uso eficiente del agua; • generación de cero residuos; • promoción del uso de materiales reciclados. En este contexto, se da prioridad a los artículos de algodón orgánico, los que están fabricados con materiales reciclados, los que utilizan fibras ecológicas como el Lyocell y los que tienen la certificación Oeko-tex. Actualmente, la empresa ofrece 440 referencias que cumplen estos requisitos.
Pesca	Auchan Retail Francia	Publicación, con motivo de la Semana de la Pesca Responsable, de su política específica. La gama de productos pesqueros incluye 42 productos con certificación MSC.
	Auchan Retail Rumania	Cese de la venta de la especie de pescado "Pangasius" por los problemas relacionados con su cría y las consecuencias medioambientales.
	Auchan Retail España	Los productos pesqueros que se venden en las tiendas cumplen estrictamente los criterios de la política de pesca sostenible de la empresa, que se publicó en 2010. Auchan Retail España comercializa 60 productos certificados por la etiqueta azul del MSC ⁽¹⁾ , que garantiza el respeto del medio ambiente sostenible.

(1) Marine Stewardship Council – Referencial Pescaderías de MSC utilizado para evaluar si una pescadería es sostenible y bien gestionada. Integra los conocimientos más actuales y reconocidos en el mundo sobre ciencia y la gestión de pescaderías.

6. ESTABLECER RELACIONES COMERCIALES RESPONSABLES Y ÉTICAS

6.1. ENFOQUE DE *FILIÈRES* RESPONSABLES Y ASOCIACIÓN CON PRODUCTORES LOCALES

> Contexto

La globalización ha vuelto más complejos el flujo de mercancías y las relaciones comerciales, lo que dificulta la evaluación de los riesgos relacionados con los proveedores. Por ello, Auchan Retail promueve la creación de *filières* del sector primario responsables. Además, para reducir el impacto del consumo en el clima y el medio ambiente, varios estudios demuestran la necesidad de modificar la huella de carbono del plato de comida. Al reforzar sus vínculos con los productores locales, proponiendo una oferta responsable con las *filières* del sector primario, Auchan Retail actúa en esta dirección.

> Compromiso/Política

Creado en 2014, el enfoque *Filière* responsable de Auchan forma parte del compromiso de la empresa, que coloca en el centro de su proyecto de empresa los productos de calidad, el respeto del medio ambiente y de los productores locales.

Desarrollar el proyecto de *filières* responsables de Auchan

Auchan Retail se compromete con sus *filières* en una colaboración sostenible y equilibrada con los productores, ganaderos y transformadores de la cadena alimentaria y de los organismos vivos, para ofrecer productos buenos y sanos, con una trazabilidad ejemplar, diferenciadores, respetuosos con el medio ambiente y el bienestar animal. Apoya además a los hombres y mujeres que los producen con el fin de preservar el saber hacer y los recursos, para mayor satisfacción del consumidor.

Al efecto de garantizar una base común de requisitos, se han definido cuatro pilares:

1. La satisfacción del cliente, garantizando el origen y la trazabilidad controlados;
2. El respeto por el medio ambiente, con métodos de producción que apuntan a proteger nuestros recursos;
3. Un compromiso social mediante la adopción de un enfoque que respete a las personas que trabajan en las *filières* responsables (empleo, equidad, sostenibilidad, territorio, etc.);
4. Un compromiso económico caracterizado por un enfoque rentable y sostenible para los actores de las *filières* responsables, a un precio asequible para el consumidor.

Para llevar aún más lejos esta oferta exclusiva de calidad, los equipos encargados de desarrollar las *filières* responsables han puesto en marcha un proceso de análisis de riesgos. Se trata de una herramienta metodológica para formar, compartir y definir los requisitos en torno a esta producción y a la cultura del producto. En 2020, 13 *filières* se han beneficiado de esta particular vigilancia. Este nuevo enfoque también permite compartir los conocimientos técnicos previos entre todas las filiales y promover la cultura del producto.

Asimismo, se organizan sesiones de formación en todas las filiales para los compradores y los equipos del área de calidad, con el fin de que conozcan las exigencias de las *filières* responsables de Auchan y puedan desarrollar estas colaboraciones con los productores locales de cada país. El equipo Corporate también presta apoyo, ofreciendo seminarios web temáticos en relación con las *filières*.

Privilegiar los aprovisionamientos locales y entablar colaboraciones sostenibles con las PYMES y los pequeños productores

Las tiendas de todos los países de implantación de Auchan Retail desarrollan ofertas de productos locales, cultivados y/o fabricados a proximidad de las tiendas, implicándose en acuerdos de colaboración directos con pequeños proveedores. Responden a elevadas expectativas de los habitantes, que desean consumir productos elaborados en su zona, tanto para apoyar el empleo local como para proteger el medio ambiente, comprando productos con un impacto de carbono reducido.

Para facilitar el proceso comercial, todas las filiales han adoptado procedimientos adaptados a estos proveedores, con el fin de simplificar los intercambios, ahorrar tiempo en la referenciación de los productos y reducir los costes asociados.

Los productos locales se presentan sistemáticamente de forma destacada en las tiendas, en particular mediante animaciones comerciales específicas.

COVID-19

JUNTO A NUESTROS PRODUCTORES EN PERIODO DE CRISIS

La cooperación con el mundo agrícola forma parte del ADN de Auchan Retail y la crisis sanitaria ha reforzado los vínculos como nunca antes. De forma espontánea, las tiendas han puesto en marcha un sistema rápido de referenciación de los productores y han abierto sus mostradores y sus *Drives* a pescadores, productores de frutas y verduras y ganaderos de su entorno.

Desde el pequeño mercado tradicional en el aparcamiento de las tiendas hasta la cabeza de góndola dedicada a los productores locales, la solidaridad ha contribuido a salvar la producción y las explotaciones en todos los países.

> CIFRAS CLAVE

Auchan Retail se compromete a desarrollar 1. *filières* del sector primario responsables en todo el mundo de aquí a 2022.

> Indicadores

Perímetro	Indicador	2019	2020
Auchan Retail	Cuota de productos locales en % de la Cifra de Venta	2,4%	2,5%
	Número de <i>Filières</i> responsables	488	710

> Iniciativas destacadas de las filiales

Temática	Organización	Iniciativa
Filières responsables	Auchan Retail	Para sensibilizar a los actores de las <i>filières</i> responsables en todas las filiales, se organizan seminarios web sobre diversos temas, como: • las certificaciones de productos del mar responsables, con las intervenciones de ASC, MSC y Global Gap; • los residuos de pesticidas.
	Auchan Retail Francia Auchan Retail Rumania Auchan Retail Hungría Auchan Retail Taiwán Auchan Retail Ucrania	Creación de la <i>filière</i> del "salmón noruego" en colaboración con Mowi: un salmón rico en omega 3 y 6, vitaminas D y B12, alimentado sin OGM, ni proteínas animales procesadas, hormonas de crecimiento o antibióticos, con trazabilidad por cadena de bloques desde el huevo hasta el pescado entero. Es un producto fresco procedente de la acuicultura sostenible, con seguimiento del impacto medioambiental y del respeto del bienestar animal. Esta <i>filière</i> transversal se podrá encontrar en breve en varios productos a base de salmón: fresco, ahumado, congelado, en conserva, sushi, etc.
Productores locales	Auchan Retail Ucrania	Desarrollo de una oferta de 404 "productos de granja": productos naturales y locales en cooperación con pequeños productores. Este proyecto se pone en marcha en 15 de las 22 tiendas del país, con más de 20 productores.
	Auchan Retail Rumania	Acceso fácil para los pequeños productores mediante una pestaña "Quiero ser proveedor de Auchan" creada en el sitio web, que les permite registrarse para ser referenciados.
	Auchan Retail Senegal	100% de la carne, del pollo, del pescado y del aceite, y el 90% de las verduras que se venden en las tiendas son de origen local, es decir, el 60% de la oferta global, mientras el resto procede de la importación.
	Auchan Retail España	En España, la gama de productos locales, principalmente alimentos, incluye 6.000 referencias de pequeños productores. Esta gama también incluye productos textiles, como el traje regional, relacionados con la tradición local y otros artículos como la fabricación de zapatos, en su momento buque insignia de la industria. Centrarse en los productos locales promueve la preservación del patrimonio natural y gastronómico y promueve el desarrollo del medio rural y la lucha contra la despoblación, uno de los principales problemas a los que se enfrenta España en la actualidad. Para que los clientes los identifiquen fácilmente, estos productos locales y regionales están específicamente señalizados en las tiendas.

6.2 RELACIONES DE COMPRA SOSTENIBLES CON NUESTROS PROVEEDORES

> Contexto

Desde hace más de 20 años, Auchan Retail se inscribe en un enfoque de mejora continua de sus prácticas de compra. Las políticas de compras responsables se comunican al conjunto de los colaboradores interesados en los países y a los del servicio internacional de compras de Auchan Retail (dirección de Productos Worldwide, o DPW), bajo el impulso de un servicio específico.

En 2020, Auchan Retail publicó el tercer ejercicio de su Plan de vigilancia⁽¹⁾. El Plan de vigilancia, documento público y accesible para todos, retoma todas las responsabilidades de la

empresa a lo largo de la cadena de valor, en todos sus contratos de compra relacionados con productos o servicios. Presenta un mapa de riesgos, planes de acción para prevenirlos y el funcionamiento del sistema de alerta.

Adhesión a iniciativas de progreso

Consciente de la importancia de un trabajo colectivo para cambiar de forma duradera las prácticas corporativas, sociales y medioambientales de los métodos de producción, Auchan Retail participa en varios programas internacionales.

(1) Cabe señalar que el contenido del Plan de vigilancia de Auchan Holding debe leerse como complemento del contenido de la DPNF

Initiative for Compliance and Sustainability

Este programa tiene por objetivo mejorar de forma sostenible las condiciones de trabajo y seguridad de los proveedores, colaborando estrechamente con estos últimos para que puedan ser los propios actores de su proceso de progreso. Las buenas prácticas y los resultados de los controles se comparten entre los distribuidores para evitar repetir el ejercicio en un mismo lugar.

AMFORI BSCI

El sistema AMFORI BSCI⁽¹⁾ se basa en un código de conducta común y proporciona un enfoque paso a paso para que las empresas le otorguen al desarrollo sostenible un lugar central en sus negocios mediante:

- el compromiso con sus socios comerciales y el seguimiento de su performance en el ámbito social;
- la promoción de la autonomía y el apoyo.

El código de conducta de AMFORI BSCI se basa en los principios establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Principios directores de la OCDE aplicados a empresas multinacionales.

Acuerdo Fire & Building Safety

Desde mayo de 2013, Auchan Retail adhiere al Acuerdo *Fire & Building Safety* para participar en la financiación de auditorías de seguridad de los edificios, compartidas con todas las 200 otras enseñas que son miembro.

> Compromiso/Política

Formación a las compras responsables

En 2013, Auchan Retail diseñó un curso de formación sobre compras responsables. Dirigido a un amplio público, se ha impartido desde entonces a compradores, jefes de producto, negociadores, ingenieros de calidad de todos los países y de la DPW (incluidas las oficinas de aprovisionamiento). Sus objetivos son:

- ayudar a los participantes a identificar las principales normas aplicables en su profesión;
- aplicar el procedimiento y los pasos para referenciar y desreferenciar a los proveedores;
- adoptar las posiciones adecuadas en materia de RSC.

La formación a las compras responsables no se limita a los colaboradores de Auchan Retail: los equipos de las centrales de compras se encargan de la sensibilización entre los proveedores (véase el *Plan de vigilancia para más detalles*).

Auditorías en el ámbito social y de calidad

El proceso de compras responsables incluye requerimientos de calidad y criterios sociales, desde el momento en que se referencia a los proveedores. Antes de cualquier referenciación, éstos se someten a auditorías sociales y en materia de calidad,

Auchan Retail también se encarga de seguimientos de producción en las fábricas. Las conclusiones de cada auditoría permiten que los equipos de las centrales de compras estructuren sus procesos de progreso, en colaboración con el proveedor y su o sus plantas de producción. En algunos aspectos, se aplica la tolerancia o:

- ausencia de contrato laboral;
- discriminación(es);
- trabajo infantil;
- trabajo forzado;
- práctica(s) disciplinaria(s) (castigos corporales, acoso, etc.);
- incumplimiento del salario mínimo vigente o salarios no pagados durante un periodo consecutivo de dos meses;
- fallo(s) demostrado(s) de infraestructura(s);
- problema de seguridad;
- recurso al *sandblasting*⁽²⁾;
- *homeworking*;
- rechazos sucesivos a someterse a una auditoría;
- falsificación de documentos;
- caso de corrupción.

Si se identifican uno o varios de estos casos, no se podrán referenciar las fábricas. Si ya están referenciadas, se tendrán que dar de baja. En 2020, 2 fábricas fueron dadas de baja por incumplimiento de estos requisitos esenciales de *compliance*.

Auditorías medioambientales

Estas auditorías, que forman parte de un proceso de mejora de las fábricas en cuestión, se llevan a cabo de acuerdo con el marco de auditoría medioambiental de la ICS (*Initiative for Compliance and Sustainability* - Iniciativa por la *Compliance* y la Sostenibilidad). Tienen por objetivo garantizar el cumplimiento de ciertas normas medioambientales por parte de los proveedores de Auchan Retail, después de su referenciación. En concreto, estas auditorías permiten verificar la *compliance* de las fábricas en materia de:

- sistema de gestión medioambiental;
- consumos energéticos;
- consumos de agua;
- tratamiento de aguas usadas y efluentes;
- emisiones en el aire;
- gestión de los residuos;
- prevención de la contaminación y sustancias peligrosas y potencialmente peligrosas;
- gestión de las intervenciones de emergencia.

En 2020, estas auditorías se llevaron a cabo en las fábricas integradas de los proveedores textiles, por considerarse más contaminantes, y en consonancia con la firma del *Fashion Pact*.

Además de las auditorías medioambientales realizadas en los centros de rango 1 en 2018 y 2019, el enfoque se amplió en 2020 a los establecimientos de rango 2. En este contexto, se realizaron 20 auditorías medioambientales en fábricas de rango 2 (15 en Bangladesh y 5 en China).

(1) *Business Social Compliance Initiative*

(2) El *sandblasting* es un proceso mecánico que crea una abrasión localizada o un cambio de color en la prenda vaquera. El proceso consiste en proyectar un material abrasivo en forma de gránulos y polvo a una velocidad y presión muy elevadas. La arena en suspensión pueden exponer a los trabajadores a riesgos extremos para su salud y provocar su muerte. El tratamiento con arena natural es especialmente problemático porque los trabajadores inhalan partículas de polvo de sílice cristalina durante la producción, lo que provoca graves daños en las vías respiratorias.

Trazabilidad de las plantas de fabricación

La mejora de la trazabilidad de las plantas de fabricación es un objetivo esencial de las políticas de compras responsables de Auchan Retail. Para la empresa, es primordial hacer el seguimiento de la producción de sus proveedores, con el fin de garantizar las condiciones de fabricación. En un portal Internet dedicado, cada proveedor debe declarar sus plantas de producción y su recurso eventual a un subcontratista, para cada pedido fabricado. Se pueden hacer controles aleatorios para verificar la conformidad. Si se detectara una subcontratación no declarada, se procedería de inmediato a dar de baja al proveedor. En 2020, se han llevado a cabo 1.259 controles aleatorios de producción. Su finalidad era la de verificar que los productos en cuestión han sido efectivamente fabricados en la planta declarada por cada proveedor. En 2020, se detectó un caso de subcontratación no declarada que se tradujo por la baja inmediata del proveedor.

> CIFRAS CLAVE

En 2020, la DPW ha llevado a cabo las siguientes auditorías:

- 1.133 auditorías sociales;
- 209 auditorías en materia de calidad.

Para un parque de proveedores que consta de:

- 470 proveedores (que corresponde a 1.079 plantas de producción) internacionales que gestionan nuestras centrales de compra, de los cuales⁽¹⁾;
 - 159 para el Textil;
 - 85 para el equipamiento del Hogar;
 - 226 para el Bazar.

> INDICADORES

Perímetro	Indicadores	2019	2020	Objetivo
Dirección de Producto Worldwide	Tasa de pedidos asociada a la planta de producción	93,1%	95,1%	96% ⁽¹⁾
	Tasa de cobertura de las plantas con una auditoría social válida ⁽²⁾	98%	95%	98% ⁽³⁾

(1) Esta tasa no puede alcanzar la puntuación del 100% debido a un pequeño número de pedidos que los proveedores no pueden realizar con suficiente antelación en la herramienta específica.

(2) La auditoría social válida se define como aquella que ha alcanzado la puntuación mínima esperada por la empresa durante un periodo de dos años.

(3) Para el año 2020, los resultados obtenidos en este indicador no se ajustan al objetivo debido a la crisis sanitaria mundial, que no permitió llevar a cabo algunas auditorías previstas pero no viables.



CEETRUS, ACTOR RESPONSABLE Y COMPROMETIDO DE MANERA DURADERA CON SUS SOCIOS EN PERIODO COVID-19

Para acompañar y apoyar a los habitantes de su territorio frente a la pandemia de la Covid-19, Ceetrus se ha comprometido a lo largo de 2020, y a continuación citamos algunos ejemplos destacables: Ceetrus France, en un espíritu de solidaridad y apoyo a los arrendatarios, ha tomado la decisión de cancelar los alquileres y cargos de todos los comercios cerrados durante el periodo de confinamiento del 15 de marzo al 15 de mayo de 2020. A las empresas que permanecieron abiertas se les ofreció un aplazamiento o pago por plazos de los alquileres adeudados durante el periodo de confinamiento. En otros países, Ceetrus ha proporcionado reducciones de alquiler y/o gastos para ayudar a los arrendatarios.

También dispuesto a ayudar a las pequeñas empresas y emprendedores locales que hacen la diversidad de centros comerciales, Ceetrus France ha organizado un fondo de solidaridad inter-enseñas con el fin de que las grandes enseñas de sus galerías puedan ayudar a las pequeñas. 4 murs, Afflelou, Run, Cultura, Décathlon, Free, La Générale de téléphone, Kiabi, Leroy merlin, Rituals y Tout Chaud se han movilizado con Ceetrus y así han permitido ayudar a 95 comerciantes y artesanos en dificultad con una aportación de 157.000€.

Ceetrus Italia y sus socios de la empresa mixta Merlata Sviluppo han permitido la construcción y equipamiento de una unidad de cuidados intensivos en el Hospital Sacco de Milán en un tiempo récord de 60 días. Los recursos humanos y la donación de 300 millones de euros se han destinado a renovar más de 1.000 m² del servicio de reanimación para crear 10 salas de terapia intensiva moderna y nuevos espacios de vida para 80 empleados (médicos, enfermeros y profesionales en formación). Más allá de la pandemia actual, estas instalaciones se utilizarán para hacer frente a cualquier otra emergencia sanitaria.

(1) La suma de las plantas y proveedores gestionados por las centrales de compra no se corresponde con el importe total anunciado debido a la posible doble actividad de una planta o de un proveedor.

6.3 ÉTICA Y COMPLIANCE

> Contexto

La crisis sanitaria de 2020 está teniendo un profundo impacto en la economía mundial, amplificando los retos a los que se enfrentan las empresas y acentuando la necesidad de ser ágiles. Con el proyecto Auchan 2022, la empresa cuenta con una ambiciosa estrategia para asegurar su recuperación y volver a la senda del crecimiento sostenible, que se llevará a cabo y aplicará en cada país.

Esta dinámica de transformación descansa en una base común de convicciones y valores, como la integridad y la transparencia. Constituyen el fundamento de la actuación diaria y permiten intervenir de forma responsable para construir una relación de confianza con nuestros colaboradores y proveedores al servicio de nuestros clientes, día tras día.

Al mismo tiempo, el entorno normativo es cada vez más complejo: muchos países están adoptando leyes estrictas, implantando controles y aplicando sanciones disuasorias en determinados ámbitos, lo que a menudo lleva a las empresas a transigir por importes económicos considerables. La cobertura mediática resultante tiene un impacto significativo en su reputación. El dispositivo de ética y *compliance* puesto en aplicación por Auchan Retail tiene, por tanto, el objetivo de proteger contra estos riesgos.

> Política/Compromiso

La ética ocupa el centro de las acciones de Auchan Retail

Auchan Retail considera la ética como el marco para el desarrollo de una relación sostenible y de confianza con sus distintos grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, etc.). La ética está dirigida por un coordinador de ética, cuyo papel es ayudar a los países en su promoción. Para ello, todos los países cuentan con un Comité de Ética.

Todos los países tienen ahora su propio Comité de Ética, cuya función local consiste en:

- definir los grandes ejes éticos de la empresa, en base a los valores de Auchan Retail;
- emitir dictámenes y recomendaciones en torno a cuestiones éticas;
- proponer formaciones sobre temas específicos;
- recomendar los procesos éticos por aplicar.

Auchan Retail cuenta también con un Comité de Ética Corporate, que se compone de:

- el director de la auditoría interna Corporate;
- el director de la *Compliance*;
- el Director General de España;
- una directora de tienda que también es Presidenta del Consejo de Vigilancia de Valfrance (fondo de accionariado salarial);
- el director de Sourcing y Calidad de la dirección de Productos Worldwide;
- el director jurídico y fiscal;
- el Delegado General de las Fundaciones y Coordinador de Ética;
- una persona externa cualificada.

Su propósito es el de verificar la coherencia entre los valores de confianza, apertura y excelencia de la empresa, sus discursos, sus colaboradores y sus actos.

La empresa dispone de varios sistemas de referencia, divididos en tres documentos:

- la Carta Ética afirma en nombre de Auchan Holding el conjunto de principios éticos que guían sus relaciones con sus colaboradores, clientes, socios comerciales, accionistas, y con su entorno. Enuncia su tolerancia cero con todos los actos de corrupción y las disposiciones de lucha contra la corrupción en capítulos separados;
- la Guía de ética para el día a día es la aplicación directa de la Carta Ética para Auchan Retail. Va dirigida al conjunto de colaboradores e ilustra, en forma de comic, todos los comportamientos que se han de proscribir;
- el código de ética comercial es una aplicación directa de la Carta Ética para el conjunto de socios comerciales de Auchan Retail. Forma parte de las condiciones generales de venta de los países.

Actuar contra la corrupción

Cuando Auchan Retail se instala en un país, se crea un ecosistema muy diversificado destinado a prosperar. La empresa es consciente de que algunos de sus once países de implantación, según el índice de *Transparency International*, tienen un alto nivel de percepción de la corrupción. Como empresa comprometida y ciudadana, Auchan Retail aplica un principio de tolerancia cero en este ámbito.

En este marco y de acuerdo con los requisitos legales -en particular las leyes Sapin II, FCPA, UK Bribery Act, etc.-, Auchan Retail cuenta con un programa de prevención y detección de la corrupción en el que participan todas sus filiales, bajo la responsabilidad del director de la *Compliance* (*Chief Compliance Officer*). Los directores de las entidades operativas y de las filiales son responsables de la aplicación de este programa, con el apoyo de los directores jurídicos locales, que también actúan como enlaces en materia de *compliance* en sus respectivas áreas.

El programa de conformidad se basa, en particular, en:

- principios claramente enunciados y compartidos. En 2020, en varias ocasiones y en particular durante la "*Compliance Week*" -semana de comunicación interna destinada a popularizar los conceptos y el contenido del programa-, el Presidente de Auchan Retail recordó a todos los colaboradores el compromiso de tolerancia cero asumido por el Consejo de Administración y la dirección General;
- un conjunto de documentos que especifican los comportamientos prohibidos y los que se deben adoptar. En 2020, Auchan Retail ha reforzado su política de "Regalos e invitaciones", aclarando las normas aplicables y proporcionando un mejor marco para las prácticas locales. Asimismo, se ha creado un procedimiento de prevención y gestión de los conflictos de intereses, que se está desplegando actualmente;
- una cartografía del riesgo de corrupción -piedra angular del dispositivo- elaborada de acuerdo con la metodología general de evaluación de riesgos de la empresa. La cartografía se ha actualizado tras cientos de entrevistas realizadas en todas las entidades de Auchan Retail. Esta actualización también ha reforzado la apropiación del programa y favorecido la emergencia de nuevas acciones de mitigación, tanto a nivel local como en el marco del grupo;
- un dispositivo de evaluación de terceros (en gran medida, proveedores, subcontratistas, socios comerciales, intermediarios y clientes), que incluya medidas de prevención proporcionadas (diligencia razonable, declaraciones y compromisos). Además, en 2020 se han adoptado nuevas cláusulas contractuales, que se tienen en

cuenta en los contratos. En ellas se especifican las expectativas de la empresa en materia de *compliance*, se describen con precisión las obligaciones de terceros y se refuerza el derecho de auditoría de Auchan Retail;

- controles contables integrados en las normas de control interno, destinados a prevenir las infracciones y detectar la corrupción y el fraude;
- un módulo de formación para los colaboradores, adaptado a su exposición al riesgo de corrupción. Consta como mínimo con un módulo de *e-learning* dedicado al programa de ética y *compliance*. También se imparten módulos específicos en el marco de la formación sobre "compras responsables". Por último, se imparte una formación presencial a los colaboradores que se estiman expuestos a un riesgo mayor. Más de 111.000 colaboradores han sido formados en *e-learning* y más de 2.000 en sesiones presenciales;
- un dispositivo de alerta común a todas las entidades. Está abierto a colaboradores y a terceros, con el fin de recoger denuncias y tratar los posibles incumplimientos, de acuerdo con las disposiciones de la ley francesa Sapin II relativa a la transparencia, la lucha contra la corrupción y la modernización de la vida económica, y con la ley "Deber de vigilancia" relativa al deber de vigilancia de las empresas matrices y de las empresas emisoras de órdenes.

Distintos órganos, que incluyen representantes de las funciones de *compliance*, control interno, gestión de riesgos y seguridad económica, se encargan de supervisar mensualmente todas estas medidas. En 2020, se realizaron tres evaluaciones sobre diferentes aspectos del programa, lo que permitió identificar nuevos ejes de progreso, la mayoría de los cuales ya se están aplicando. Por último, se informa regularmente al Comité de auditoría del avance del programa y de las conclusiones de estas evaluaciones o auditorías.



EL MAPA DE RIESGOS DE CORRUPCIÓN DE CEETRUS

Se ha puesto en marcha una revisión del mapa de riesgos de corrupción. La ambición extremadamente alta era involucrar al 100% de los empleados de todos los países en un autodiagnóstico de evaluación sobre los principales temas de la lucha contra la corrupción: análisis de los riesgos de la corrupción activa, corrupción pasiva, conflictos de intereses y delitos conexos como los riesgos del lavado de dinero, el fraude, la financiación encubierta. Con más de 200 preguntas, el autodiagnóstico ha permitido sintetizar por país, por ocupación y por tema, los niveles de control y planes de acción existentes hasta la fecha en relación con nuestros grupos de interés y nuestras actividades. Al final de este autodiagnóstico, una fase de entrevistas con el personal más expuesto permitirá sintetizar un mapa de riesgo en el primer trimestre de 2021 y orientar los planes de remediación y mitigación.

Transparencia fiscal

A modo de introducción, es importante subrayar que Auchan Holding es una empresa responsable y ciudadana en materia fiscal. La sociedad vela por el cumplimiento de sus obligaciones declarativas y paga sus impuestos en el conjunto de los países en los que ejerce una actividad, de *compliance* con las legislaciones locales e internacionales:

- Auchan Holding dispone de una documentación de precio de transferencia actualizada, que recoge fielmente los flujos intra-grupo;

- Auchan Holding se abstiene, en todos los casos, de instaurar montajes artificiales u ocultos, así como esquemas susceptibles de conducir al fraude o la evasión fiscal;
- Auchan Holding ejerce, en cada país, una auténtica actividad económica y/o dispone de un auténtico centro de decisión;
- Auchan Holding ha instaurado, en cada uno de sus países de implantación, procedimientos para verificar y garantizar que sus proveedores no están implicados en esquemas de fraude en materia de IVA (TVA en Francia).

Protección de datos

Considerando su diversidad de misiones, las entidades de Auchan Retail tratan un gran número de datos personales relativos, en particular, a clientes, empleados, candidatos, proveedores, distribuidores y otros socios comerciales. En consecuencia, todas las entidades y sus colaboradores que participan en el tratamiento de datos personales deben cumplir normas estrictas de protección de datos personales definidas por las leyes y los reglamentos pertinentes.

Con el fin de proteger los datos personales y cumplir con las leyes y los reglamentos, incluido el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), Auchan Retail implementa, entre otros, los siguientes elementos:

- Comité de gobernanza de la protección de datos personales, que reúna a las distintas direcciones correspondientes de la empresa;
- red entre los distintos delegados de protección de datos de las filiales de Auchan Retail en el extranjero, dedicada principalmente a desarrollar las buenas prácticas en este ámbito;
- método de protección de datos por anticipado y por defecto, que integre este tema en las licitaciones;
- plan de recomendaciones en materia de RGPD, que se aplicará automáticamente siempre que un proyecto incluya datos personales;
- procedimiento para responder a las solicitudes de ejercicio de los derechos de los interesados;
- sensibilización y formación de los colaboradores;
- evaluaciones de impacto sobre la privacidad, siempre que el tratamiento suponga un riesgo para los derechos y libertades de los interesados;
- registros de actividad del tratamiento;
- política de protección de datos personales para los colaboradores, cuyo objetivo es informarles de las distintas operaciones de tratamiento que lleva a cabo la empresa.

> CIFRAS CLAVE

En 2020, el programa de *compliance* de Auchan Retail contaba con:

- 2.900 empleados "expuestos", formados en lo relativo a los riesgos de corrupción;
- 75.000 empleados formados en materia de ética;
- 571 entrevistas realizadas en todas las filiales, en el marco de la actualización del proceso de cartografía de los riesgos de corrupción.

7. METODOLOGÍA

7.1 ORGANIZACIÓN DEL INFORME DE RSC

En cada país, un responsable de RSC se encarga de difundir las normas del informe medioambiental y social al conjunto de los establecimientos y servicios incluidos en su perímetro. Cada uno garantiza el seguimiento de los indicadores y coordina las respuestas de los colaboradores que, en la propia entidad, se encargan de este. A tal efecto dispone de las herramientas informáticas necesarias para su consolidación. En el apartado social, los DRH comparten esta misma responsabilidad ante su Comité de dirección y todos los participantes operativos. Con el fin de que las informaciones comunicadas sean homogéneas y certificables, el Comité de RSC internacional pone a la disposición de todas las personas susceptibles de contribuir al informe una versión actualizada y traducida en inglés del protocolo aplicable.

El proceso de transmisión y control de las informaciones comunicadas se ha resuelto con un programa informático adaptado a las informaciones de RSC. Todos los participantes y responsables de validación han sido formados a este programa. El equipo de Corporate controla, antes de la emisión del presente documento, las distintas informaciones transmitidas.

7.2 METODOLOGÍA DE LA CARTOGRAFÍA DE RIESGOS

En la DPNF 2019, se pudieron identificar y detallar los principales riesgos de RSC de Ceetrus y Auchan Retail, a pesar de las distintas metodologías aplicadas.

En 2020, Auchan Retail ha trabajado de nuevo su mapa de riesgos, cuyo resultado y metodología están definidos en el apartado 2.2.1 Método de global de análisis de riesgos.

A lo largo del ejercicio 2020, marcado por el impacto de la pandemia de la Covid-19, la sociedad Ceetrus ha emprendido varios proyectos de revisión de sus riesgos. Uno de ellos sobre los riesgos vinculados con la corrupción está detallado en el apartado 2.6.3 Ética y *compliance*.

7.3 COLECTA DE DATOS

> Método de colecta

Con el fin de garantizar la homogeneidad de los indicadores en el conjunto del perímetro, se ha redactado una guía metodológica de información en francés, traducida luego en inglés. Posteriormente se ha distribuido esta guía, después de haber sido comentada por todos los colaboradores que participan en la recogida de las informaciones presentadas en este documento. Presenta de forma detallada las metodologías que se han de aplicar para recoger y controlar los indicadores: definiciones, principios metodológicos, funciones y responsabilidades de las partes interesadas internas, fórmulas de cálculo, etc.

Las políticas y acciones implementadas en los países y oficios se incluyen en el software mediante cuestionarios exhaustivos, tanto para los elementos cualitativos como los datos cuantitativos, junto con sus correspondientes comentarios.

> Control de los datos

Para el cálculo de los indicadores, cada responsable de validación se encarga de comprobar los datos informados por los distintos participantes de su perímetro. A tal efecto, dispone de alertas automáticas, programadas en la aplicación:

- cuando se producen diferencias importantes (de más o menos un 10%) de un año para otro;
- cuando las variaciones de consumo resultan importantes de un año para otro (delta distinto según los indicadores, el oficio o la zona geográfica de referencia);
- cuando las ratios de consumo son particularmente bajas o altas.

Los responsables de RSC de los distintos países de Auchan Retail y Ceetrus asumen la responsabilidad de la validación de las informaciones. Asimismo, deben comprobar que los establecimientos en los que ha saltado una alerta, en uno o varios de sus indicadores, han incluido un comentario explicando la diferencia o la importante variación observada. El equipo de RSC Corporate practica luego un segundo nivel de control. Las incoherencias y los errores detectados se revisan con los responsables de RSC de las correspondientes entidades y, en la medida de lo posible, se corrigen antes de la consolidación. Si algunas informaciones no parecen bastante fiables a pesar de estos controles o que las explicaciones proporcionadas no son bastante concluyentes, el equipo de RSC Corporate procede a la exclusión de los datos utilizados para el cálculo de las ratios publicadas en el presente documento.

> Exactitud y limitaciones

En algunos casos, los indicadores pueden ser estimados (por ejemplo, indicadores de consumo energético calculados sobre el importe facturado con una clave de desglose entre el centro comercial y la tienda). En su caso, se pide a los países que especifiquen y justifiquen la idoneidad de los supuestos utilizados en el método de estimación.

Algunos indicadores pueden presentar limitaciones metodológicas que se deben a la ausencia de armonización de las definiciones y legislaciones nacionales e internacionales (por ejemplo, los accidentes laborales).

Algunos indicadores no cuentan con un histórico ya que se pusieron en marcha durante el ejercicio.

7.4 CÁLCULO DE INDICADORES MEDIOAMBIENTALES Y SOCIALES

> Perímetro

Las informaciones cuantitativas y cualitativas de este documento sintetizan las informaciones comunicadas a Auchan Holding por el conjunto de las empresas vinculadas a su perímetro, de *compliance* con el artículo L. 233-1, y de las sociedades que controla, de *compliance* con el artículo L. 233-3 del Código de Comercio, exceptuando el e-comercio, cuando no existen puntos de venta físicos específicos. Con respecto a la actividad del e-comercio, a día de hoy representa un reto no significativo en términos de impactos medioambientales.

Se han aplicado las siguientes exclusiones:

- solo se integran los espacios comerciales en el cálculo de los indicadores. No se tienen en cuenta: los almacenes logísticos, los servicios centrales, las tiendas afiliadas, etc;
- solo se tienen en cuenta, en el cálculo de los indicadores, los centros comerciales de los que Ceetrus es propietario. Los centros comerciales en los que Ceetrus es arrendatario o dispone de un mandato de gestión, así como los *Retail Parks*, no están incluidos en el cálculo de los datos ni en el de la tasa de cobertura;
- los metros cuadrados de superficie de las tiendas no incluyen las superficies de las reservas, ni las de los laboratorios de preparación o del centro comercial;
- se hace un seguimiento de los indicadores de consumo (energía, gases refrigerantes, residuos, agua) para cada establecimiento.

> Comparabilidad y cobertura de los principales indicadores

Para los principales indicadores, se calcula una tasa de cobertura en base al número de metros cuadrados cubiertos.

TASA DE COBERTURA DE LOS PRINCIPALES INDICADORES EN %

Consumos de energía por m ² de superficie	98%
Emisiones de GEI atribuibles a las fugas de gases refrigerantes/m ²	98%
Emisiones de GEI atribuibles a los consumos de energía/m ²	98%
Emisiones de GEI atribuibles a los consumos de energía/m ² para Ceetrus	98%
Emisiones de GEI atribuibles a las fugas de gases refrigerantes	98%
Emisiones de GEI atribuibles a los consumos de energía	98%
Volumen total de residuos (en toneladas) - HIPER	99%
Volumen total de residuos valorizados (en toneladas) - HIPER	99%
Volumen total de residuos valorizados (en toneladas) - SUPER	89%
Consumo total de agua (en m ³) - Hiper	98%
Consumo total de agua (en m ³) - Ceetrus	89%

Auchan Retail se esfuerza en proporcionar información comparable de un año para otro, estabilizando la definición de estos indicadores. Cuando se realizan reajustes adicionales debido a cambios de perímetro, éstos se especifican.

Las importantes cesiones realizadas en 2019 y 2020 tuvieron un impacto significativo en el perímetro del informe (cesión de las actividades de Auchan Retail en Italia y Vietnam en 2019, cesión de las actividades en China en 2020). Con el fin de que los datos resulten comparables, los indicadores relativos a años anteriores se han vuelto a procesar para pasarlos a un perímetro comparable.

El siguiente cuadro sintetiza estos perímetros.

	Superficie (en miles de m ²)
Perímetro utilizado en el informe de 2019 para el año 2019 (incluyendo las actividades en China)	11.659
Perímetro utilizado en el informe de 2020 para el año 2019 (excluyendo las actividades en China)	6.592
Perímetro utilizado en el informe de 2020 para el año 2020	6.813

7.5 INFORMACIONES SOCIALES

> Perímetro

Las informaciones cuantitativas y cualitativas del presente documento sintetizan las informaciones comunicadas a Auchan Holding por el conjunto de las empresas vinculadas a su perímetro en el sentido del artículo L.233-1 del Código de Comercio, y de las sociedades que controla en el sentido del artículo L.233-5 del Código de Comercio.

Se ha modificado el perímetro con respecto al anterior con la salida de las actividades de Auchan Retail en China (RT-Mart y Auchan Retail China).

7.6 VERIFICACIÓN EXTERNA

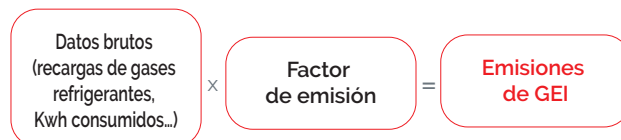
En el caso de todos los datos medioambientales y sociales, se elaboran, consolidan, analizan y publican las cifras. El Informe no financiero está sujeto a la verificación de un organismo tercero independiente garantizando la fiabilidad de los datos publicados.

7.7 METODOLOGÍA APLICADA PARA CALCULAR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO - ALCANCES 1 Y 2

Se considera que las emisiones de GEI del Alcance 1 son las emisiones de GEI procedentes de las fugas de gases refrigerantes de nuestras tiendas.

Para simplificar, las emisiones indirectas de GEI resultantes del consumo de energía (electricidad + gas) se consideran emisiones de GEI del Alcance 2.

El cálculo de las emisiones de GEI puede resumirse como sigue:

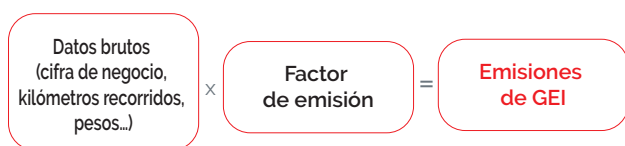


Los factores de emisión utilizados proceden principalmente de la base de carbono de la ADEME y se revisan anualmente. El cálculo de nuestras emisiones se efectúa según el método "location-based" y no "market-based" ya que no toma en cuenta nuestro consumo de energía verde.

7.8 METODOLOGÍA APLICADA PARA CALCULAR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO - ALCANCE 3

Para el presente ejercicio, Auchan Retail ha decidido iniciar el seguimiento de sus emisiones indirectas de GEI vinculadas a determinadas categorías del Alcance 3. Sobre la base de un balance de carbono realizado en 2019, que identificó dónde se situaban nuestros principales impactos de carbono, hemos optado por calcular y publicar nuestras emisiones de GEI atribuibles al transporte de mercancías y la logística, así como a los productos vendidos en nuestras tiendas.

El cálculo de las emisiones de GEI puede resumirse como sigue:



7.8.1 Metodología aplicada para calcular las emisiones relacionadas con el transporte de mercancías

> Perímetros

En Auchan Retail, el transporte de mercancías se subcontrata en gran parte y, por tanto, forma parte de nuestras emisiones indirectas del Alcance 3.

Perímetro organizativo: los flujos de transporte de un distribuidor internacional son numerosos y complejos. Inicialmente, optamos por limitar nuestra medición al flujo de mercancías del almacén nacional > tiendas nacionales. Por lo tanto, este perímetro excluye los siguientes ámbitos: compras directas a los proveedores, compras internacionales, compras de mercancías de la dirección de productos, flujo aguas arriba y abajo de los proveedores, y flujos en dirección a los clientes.

Los perímetros temporal y geográfico son los mismos que los del presente informe. Se tienen en cuenta todos los modos de transporte de mercancías (aéreo, marítimo, por carretera y ferroviario).

> Cálculos y fuentes de datos

Los datos de las fuentes se pueden comunicar en toneladas-kilómetro, en importe de compra de mercancías, en emisiones de CO₂. Los factores de emisión asociados a cada tipo de transporte se toman de la base de carbono de la ADEME.

7.8.2 Metodología aplicada para calcular las emisiones relacionadas con los productos vendidos en las tiendas

> Perímetros

Las emisiones de GEI de los productos vendidos en las tiendas tienen en cuenta los Alcances 1, 2 y 3 de estos productos.

Perímetro organizativo: Los productos que se venden en las tiendas pueden ser de marca propia o de marca nacional. Este perímetro incluye los combustibles vendidos en las gasolineras. Dado que integra un gran número de referencias de productos, se ha realizado un importante trabajo de muestreo. También se llevó a cabo un trabajo de normalización de nomenclaturas para armonizar entre los distintos países: los Universos - Secciones - Categorías, de productos vendidos en las tiendas.

Los perímetros temporal y geográfico son los mismos que los del presente informe.

> Cálculos y fuentes de datos

Para cada Universo - Sección - Categoría, los datos fuente son: la cifra de ventas del producto más vendido, su peso unitario (en algunos casos, una estimación), la cifra de ventas de la sección, la cifra de ventas de la categoría, la cifra de ventas del universo.

Se pueden utilizar distintos tipos de cálculo en función de la situación:

- cuando la nomenclatura común permite bajar al producto vendido: Para cada categoría, se tiene en cuenta como dato fuente el volumen de negocio del producto más vendido de esa categoría. Las emisiones de CO₂ se calculan para este producto más vendido. A continuación, las emisiones de CO₂ de este producto más vendido se asignan a la sección y al universo mediante una clave de reparto calculada en función de la cifra de ventas de la sección y del universo;
- cuando la nomenclatura común no permite bajar al producto vendido: en ese caso el dato fuente es la cifra de ventas del universo o de la sección, y el factor de emisión que se tiene en cuenta es un factor de emisión monetario.

Los factores de emisión asociados a estos datos fuente son, bien factores de emisión monetarios procedentes de la base de carbono de la ADEME, bien factores de emisión basados en la ponderación de productos de la base de carbono de la ADEME, bien factores de emisión específicos procedentes de los análisis de ciclo de vida realizados por Auchan Retail Francia sobre productos representativos en los últimos años. Estos factores de emisión tienen en cuenta el ciclo de vida completo de los productos.

8. TABLA DE RESUMEN DE LOS INDICADORES

La siguiente tabla presenta los principales indicadores de rendimiento aplicados durante el periodo de octubre 2019 a septiembre 2020. También retoma los objetivos asociados, cuando éstos se hayan fijado.

Indicador	Perímetro	2019	2020	Objetivo	Comentario
INTRODUCCIÓN					
Estrategia de RSC respaldada por un mayor número de calificaciones no financieras y de premios de RSC					
 Calificación Vigeo Eiris	Auchan Holding	37 (en 2018)	49	60 en 2022	Esta progresión de 12 puntos pone de manifiesto el avance de Auchan Retail en materia de: medio ambiente, social, ética empresarial, compromiso con la comunidad
 Calificación CDP - Carbono	Auchan Holding	C	B	A en 2022	Esta puntuación es un reconocimiento al nivel avanzado de gestión en materia de retos climáticos en Auchan Retail, especialmente tratándose de la reducción de emisiones de GEI (Alcance 1 y 2).
PROPONER UNA OFERTA ALIMENTARIA SANA, DE CALIDAD Y RESPONSABLE					
Buena alimentación y calidad nutricional de los productos					
Porcentaje de productos MDD y MDDI con sello nutricional en el envase	Auchan Retail	33%	45%		MDD: marcas de distribuidor MDDI: MDD internacionales
Lucha contra el desperdicio alimentario					
Número de cestas <i>Too Good To Go</i> ahorradas	Auchan Retail	-	520.867		El proceso se inició en Francia, España y Portugal, a los que se unió Polonia a finales de 2020.
COMPROMETERSE CON COLABORADORES APASIONADOS					
Estructura del empleo					
Plantilla total registrada al final del periodo	Auchan Retail	183.237	179.590		A fecha 30/09/2020, las empresas de Auchan Holding constaban de 180.560 colaboradores en sus 13 países de implantación, es decir una disminución de la plantilla total del 1,95%. Cabe señalar que el personal de la actividad inmobiliaria aumentó en un 5,66%: se crearon nuevos puestos como consecuencia de los cambios organizativos y de la necesidad de nuevas profesiones: venta de medios, activos, gestión de proyectos técnicos, proyecto "Gare du Nord", etc. (perímetro modificado para tener en cuenta las actividades vendidas, véase el apartado Metodología). Con la venta de China, Francia y Rusia se convierten en los países más representativos en términos de personal. En 2020, Francia representaba el 39% de la plantilla del grupo. Si se añade Rusia, ambos países representan el 57% de la plantilla total de Auchan Holding.
Plantilla total registrada al final del periodo	Ceetrus	918	970		
Plantilla total registrada al final del periodo	Auchan Holding	184.155	180.560		
Distribución de los contratos CDD/CDI (en % de la plantilla total)	Auchan Holding	8,0/92,0	7,3/92,7		A consecuencia de la volatilidad de la actividad, no ha sido tan necesario recurrir a este tipo de contrato, que suele utilizarse para hacer frente a los picos de actividad. Las fluctuaciones de la actividad durante la crisis se gestionaron principalmente mediante la versatilidad.
Distribución entre hombres/mujeres en la plantilla	Auchan Holding	68.606/115.553	68.413/112.147		

Indicador	Perímetro	2019	2020	Objetivo	Comentario
Tasa de trabajadores < 25 años en la plantilla total	Auchan Holding	15,0%	15,5%		Se mantiene globalmente estable la distribución de las plantillas por tramos de edad frente a 2019.
Tasa de trabajadores [25 -35 años] en la plantilla total	Auchan Holding	21,8%	20,8%		
Tasa de trabajadores [35 -50 años] en la plantilla total	Auchan Holding	38,4%	37,7%		
Tasa de trabajadores >= 50 años en la plantilla total	Auchan Holding	24,8%	26,0%		
Distribución de las plantillas Tiempo completo/ Tiempo parcial	Auchan Holding	74,3/25,7	73,8/26,2		
Número de contrataciones en CDI	Auchan Holding	36.880	33.664		En el contexto de la crisis sanitaria, la falta de visibilidad y proyección limitó el número de nuevas contrataciones. Las tiendas han recurrido a menudo a la polivalencia o a la reasignación de recursos para hacer frente a los picos o caídas de actividad. La rotación se ha reducido en un 11,8% frente a 2019. Esta bajada se explica en parte por un mercado laboral incierto y por la adopción de medidas sociales más atractivas en algunos países, como Hungría y Rumania, en los que ha bajado la tasa de rotación de personal.
Número de despidos (sea cual sea el motivo) de empleados con CDI	Auchan Holding	7.275	6.300		
Tasa de rotación de personal de los CDI	Auchan Holding	27,3	24,1		
Desarrollo de los colaboradores					
Tasa de promoción interna	Auchan Holding	27,6%	28,9%		La tasa de promoción interna registra una leve subida. La tasa de managers procedentes de la promoción interna es del 22%.
Tasa de promoción interna de las mujeres	Auchan Holding	32,4%	30,8%		
Tasa de promoción interna de los hombres	Auchan Holding	22,6%	27,0%		
Total de las horas de formación	Auchan Holding	3.205.206	2.563.745		El total de las horas de formación se redujo en un 26% durante el periodo: algunas formaciones presenciales se cancelaron con motivo de la pandemia. Por su parte, el uso de la formación e-learning aumentó en un 6% durante el periodo.
Tasa de horas de formación en relación con el total de horas trabajadas	Auchan Holding	1,2%	1,0%		
% del presupuesto de formación con respecto a la masa salarial	Auchan Holding	-	1,0%		
Salud y seguridad laborales					
Tasa de frecuencia de los accidentes laborales	Auchan Holding	27,6%	23,2%		Mejor control de los accidentes laborales en el grupo.
Tasa de gravedad de los accidentes laborales	Auchan Holding	0,8%	0,6%		
Tasa de absentismo (por enfermedad)	Auchan Holding	4,5%	5,6%		La subida se debe, en particular, a las bajas por enfermedad para cuidar de los hijos durante el confinamiento en Francia.

Indicador	Perimetro	2019	2020	Objetivo	Comentario
Compromiso social y solidaridad					
Importe asignado a la Fundación Auchan por la Juventud (<i>en €</i>)	Auchan Retail	1.127.467	730.000		
Número de proyectos respaldados por la Fundación Auchan por la Juventud	Auchan Retail	131	49		
Importe asignado a la Fundación Generación Auchan (Rusia) (<i>en €</i>)	Auchan Retail Rusia	1.345.500	800.000		
Número de proyectos respaldados por la Fundación Generación Auchan	Auchan Retail Rusia	90	170		
Importe asignado a la Fundación Weave Our Futur (WOF)	Auchan Retail	991.993	991.843		
Número de proyectos respaldados por la Fundación Weave Our Futur	Auchan Retail	12	10		
Importe asignado a la Fundación Ceetrus para el empresario social	Ceetrus	157.000	182.500		
Número de proyectos respaldados por la Fundación Ceetrus para el empresario social	Ceetrus	12	15		
Diálogo social					
Número de reuniones con los representantes del personal		9.750	8.790		Debido a la pandemia, Auchan Retail Rusia no celebró reuniones del Comité de vida en las tiendas durante el periodo, lo que explica que haya bajado el número de reuniones con los representantes del personal.
Tasa de trabajadores accionistas de la empresa		74%	73%		
Diversidad e igualdad de oportunidades					
Tasa de trabajadores con discapacidad a 30/09/2020 - Auchan Retail	Auchan Retail	4,3%	3,9%		
Tasa de trabajadores con discapacidad a 30/09/2020 - Ceetrus	Ceetrus	1,7%	1,6%		
Distribución mujeres/hombres de las plantillas totales Auchan Holding (<i>en %</i>)	Auchan Holding	62,8/35,4	62,1/36,1		
Distribución mujeres/hombres entre los managers Auchan Holding (<i>en %</i>)	Auchan Holding	50,4/49,6	50,1/49,9		

Indicador	Perímetro	2019	2020	Objetivo	Comentario
LIMITAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE NUESTRAS ACTIVIDADES					
Cambio climático y reducción de GEI					
Consumo de energía en kW/h/m ²	Auchan Retail	497,9	481,9	(25%) en 2022 (base 2014 para perímetro constante)	La disminución de la intensidad energética de las tiendas en 2020 es del 20,3% desde el ejercicio de 2014. Se entiende que el perímetro constante incluye los perímetros geográficos comunes a 2014 y 2020, es decir, Auchan Retail Francia, Portugal, España, Hungría, Rusia, Ucrania, Polonia, Luxemburgo, Rumanía y Taiwán. Los metros cuadrados que se tienen en cuenta en estos países pueden variar a medida que se abren/cierran tiendas.
Consumo de electricidad en kW/h/m ²	Auchan Retail	424,9	412,4	(25%) en 2022 (base 2014 para perímetro constante)	La disminución de la intensidad energética de las tiendas en 2020 es del 23,7% desde el 1 de enero de 2014 y está en línea con nuestro compromiso de la COP21 - One Planet Summit. Se entiende que el perímetro constante incluye los perímetros geográficos comunes a 2014 y 2020, es decir, Auchan Retail Francia, Portugal, España, Hungría, Rusia, Ucrania, Polonia, Luxemburgo, Rumanía y Taiwán. Los metros cuadrados que se tienen en cuenta en estos países pueden variar a medida que se abren/cierran tiendas.
Poner en aplicación la norma ISO 50001 en los países de la UE	Auchan Retail (países de la UE)	-	-	100% en 2022	Nuevo objetivo.
Consumo de electricidad de bajo carbono, en % del consumo global de electricidad	Auchan Retail	-	17%	100% del consumo de electricidad de bajo carbono en 2030	En 2020, Auchan Retail España y Auchan Retail Portugal consumieron el 100% de electricidad renovable. Esto representa el 17% de la electricidad consumida por Auchan Retail.
Emisiones de CO ₂ del Alcance 1 (toneladas de CO ₂ equivalente)	Auchan Retail	595.022,2	482.321,4		Se trata del perímetro corriente, es decir que no se ha reajustado para tener en cuenta las cesiones/adquisiciones. Incluye las emisiones relacionadas con las fugas de gas refrigerante.
Emisiones de CO ₂ del Alcance 2 (toneladas de CO ₂ equivalente)	Auchan Retail	917.515,4	869.646,6		Se trata del perímetro corriente, es decir que no se ha reajustado para tener en cuenta las cesiones/adquisiciones. Incluye las emisiones relacionadas con la energía (electricidad + gas).
Emisiones de CO ₂ del Alcance 3 asociadas al transporte (toneladas de CO ₂ equivalente)	Auchan Retail	-	224.654,3	(20%) en 2022	
Emisiones de CO ₂ del Alcance 3 asociadas a los productos vendidos (toneladas de CO ₂ equivalente)	Auchan Retail	-	36.245.951,6		Productos vendidos en las tiendas
Lucha contra la contaminación por plásticos					
Residuos de plástico recogidos en nuestras tiendas y almacenes (en toneladas)	Auchan Retail, excluyendo Rusia y Senegal	-	14.307		Excluyendo Rusia y Senegal
Tasa de residuos plásticos recogidos en nuestras tiendas y almacenes procesados en un circuito de reciclaje (en %)	Auchan Retail, excluyendo Rusia, Senegal y Ucrania	-	97,3%		Excluyendo Rusia, Senegal y Ucrania

Indicador	Perimetro	2019	2020	Objetivo	Comentario
Estimación del peso de plástico utilizado para envasar en el centro, en la zona de mercado (mostradores y bolsas de frutas y verduras) <i>(en toneladas)</i>	Auchan Retail, excluyendo Polonia y Senegal	-	12.031		Excluyendo Polonia y Senegal
Estimación del peso de plástico utilizado en las bolsas de caja <i>(en toneladas)</i>	Auchan Retail, excluyendo Polonia y Senegal	-	5.575		Excluyendo Polonia y Senegal, y sin las bolsas reutilizables Rusia y Ucrania
Ecodiseño, segunda vida de los productos y residuos de explotación					
Volumen total de residuos <i>(en toneladas)</i> - HIPER	Auchan Retail	444.933	419.148		Excluyendo Senegal
Volumen total de residuos valorizados <i>(en toneladas)</i> - HIPER	Auchan Retail	308.585	287.908		Excluyendo Senegal
Tasa de valorización de los residuos <i>(en %)</i> - HIPER	Auchan Retail	68,1%	68,7%		Excluyendo Senegal
Volumen total de residuos valorizados <i>(en toneladas)</i> - SUPER	Auchan Retail	40.237	43.160		Excluyendo Ucrania y Rumania
Tasa de productos de madera/papel/cartón con sello FSC o PEFC	Auchan Retail - dirección de Productos Worldwide	58%	61%	100% en 2025	Perimetro de productos gestionados por la dirección de Productos Worldwide
Biodiversidad y protección de los recursos naturales					
Consumo total de agua <i>(en m³)</i> - Hiper	Auchan Retail - Hiper	4.471.726	4.259.226		Para perímetro constante
Consumo total de agua <i>(en m³)</i> - Ceetrus	Ceetrus	1.263.093	1.009.118		Para perímetro constante
ESTABLECER RELACIONES DE NEGOCIO RESPONSABLES Y ÉTICAS					
Enfoque Filière responsable y acuerdos de colaboración con los productores locales					
Peso de los productos locales en % de la cifra de ventas	Auchan Retail	2,4%	2,5%		
Número de <i>Filières</i> responsables	Auchan Retail	488	710		
Relaciones de compra duraderas con nuestros proveedores					
Tasa de pedido vinculada al lugar de producción	Auchan Retail - DPW	93%	95%	96%	Perimetro dirección de Productos Worldwide. Esta tasa no puede alcanzar la puntuación del 100% debido a un pequeño número de pedidos que los proveedores no pueden realizar con suficiente antelación en la herramienta específica.
Tasa de cobertura de los establecimientos con auditoría social válida	Auchan Retail - DPW	98%	95%	98%	Perimetro dirección de Productos Worldwide. La auditoría social válida se define como aquella que ha alcanzado la puntuación mínima esperada por la empresa durante un periodo de dos años. Para el año 2020, los resultados obtenidos en este indicador no se ajustan al objetivo debido a la crisis sanitaria mundial, que no permitió llevar a cabo algunas auditorías previstas.

9. INFORME DE UNO DE LOS AUDITORES DE CUENTA SOBRE LA DECLARACIÓN CONSOLIDADA DE RESULTADOS NO FINANCIEROS QUE FIGURA EN EL INFORME DE GESTIÓN

Auchan Holding

Sede social : 40, avenue de Flandre, 59170 Croix

Informe de uno de los auditores de cuenta nombrado por un organismo independiente sobre la declaración consolidada de resultados no financieros

Ejercicio cerrado al 31 de diciembre de 2020

A la asamblea general,

En nuestra calidad de auditor de cuentas de su sociedad (denominada a continuación "sociedad"), nombrado por un Organismo Tercero Independiente (OTI) certificado por el COFRAC⁽¹⁾ con el número 3-1049, presentamos nuestro informe sobre la declaración consolidada de performance no financiera relativo al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2020 (en adelante, la "Declaración"), presentada en el informe de gestión del grupo, en aplicación de las disposiciones legales y normativas de los artículos L. 225 102-1, R. 225-105 y R. 225-105-1 del Código de Comercio.

RESPONSABILIDAD DE LA SOCIEDAD

El Consejo de Administración tiene la obligación de establecer una Declaración de conformidad con las disposiciones legales y normativas, que incluya una presentación del modelo de negocio, una descripción de los principales riesgos no financieros, una presentación de las políticas aplicadas frente a dichos riesgos, así como los resultados de dichas políticas, incluyendo los indicadores clave de resultado.

La Declaración se ha establecido en aplicación de los procedimientos de la sociedad (en adelante, el "Referencial"), cuyos elementos significativos se presentan en la Declaración y están disponibles a simple petición en la sede de la sociedad.

INDEPENDENCIA Y CONTROL DE CALIDAD

Nuestra independencia está definida por las disposiciones previstas en el artículo L. 822-11-3 del Código de Comercio y del Código de Deontología de la profesión. Por otra parte, hemos instaurado un sistema de control de calidad que integra políticas y procedimientos documentados, con el fin de garantizar el cumplimiento de las reglas deontológicas, la doctrina profesional y los textos legales y normativos aplicables.

RESPONSABILIDAD DEL AUDITOR DE CUENTAS DESIGNADO POR LA OTI

En base a los trabajos que hemos llevado a cabo, nos incumbe formular un dictamen motivado que exprese una conclusión de garantía moderada en cuanto a:

- la conformidad de la Declaración a las disposiciones previstas en el artículo R. 225-105 del Código de Comercio;

- la sinceridad de las informaciones proporcionadas en aplicación del punto 3° del I y del II del artículo R. 225-105 del Código de Comercio, es decir los resultados de las políticas, incluyendo los indicadores clave de resultado, y las acciones, relativos a los principales riesgos, en adelante, las "Informaciones".

En cambio, no nos corresponde pronunciarnos sobre el cumplimiento por la sociedad de las otras disposiciones legales y normativas aplicables, en su caso, en materia, en particular, de plan de vigilancia y de lucha contra la corrupción y la evasión fiscal, ni sobre la conformidad de los productos y servicios con las normativas aplicables.

NATURALEZA Y ALCANCE DE LOS TRABAJOS

Los trabajos descritos a continuación se han llevado a cabo de acuerdo con las disposiciones de los artículos A. 225-1 y siguientes del Código de Comercio, así como con la doctrina profesional de la Compañía nacional francesa de auditores de cuentas relativa a esta intervención, y con la norma internacional ISAE 3000⁽²⁾.

- Hemos tenido conocimiento del conjunto de sociedades incluidas en el perímetro de consolidación y de la presentación de los principales riesgos
- Hemos evaluado el carácter adecuado del Referencial en cuanto a su pertinencia, exhaustividad, fiabilidad, neutralidad y carácter comprensible, teniendo en cuenta, en su caso, las buenas prácticas del sector;
- Hemos comprobado que la Declaración cubre cada categoría de información prevista en el punto III del artículo L. 225-102-1 en materia social y medioambiental; así como el respecto de los derechos humanos y la lucha contra la corrupción y la evasión fiscal.
- Hemos comprobado, cuando resultan relevantes a efectos de los principales riesgos o las políticas presentadas, que la Declaración presenta las informaciones previstas en el punto II del artículo R. 225-105; y una explicación de los motivos justificando la ausencia de dichas informaciones requeridas para el 2° alinea del III del L. 225-102-1
- Hemos comprobado que la Declaración presenta el modelo de negocio y una descripción de los principales riesgos relacionados con la actividad del conjunto de las sociedades incluidas en el perímetro de consolidación, incluyendo, cuando resulte pertinente y proporcionado, los riesgos generados por sus relaciones de negocio, sus productos o servicios, así como las políticas, las acciones y los resultados, incluyendo los indicadores de performance vinculados con los principales riesgos;

(1) Acreditación Cofrac Inspection, n°3-1049, cuyo alcance de acreditación está disponible en www.cofrac.fr

(2) ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

Hemos consultado las fuentes documentales y llevado a cabo entrevistas para:

- apreciar el proceso de selección y validación de los principales riesgos así como la coherencia de los resultados, incluyendo los indicadores claves de performance que fueron elegidos teniendo en cuenta los principales riesgos y políticas presentadas;
- corroborar las informaciones cualitativas (acciones y resultados) que hemos considerado los más importantes presentadas en Anexo. Para algunos riesgos⁽¹⁾, nuestros trabajos han sido realizados a nivel de la entidad consolidante, para los otros riesgos, hemos llevado a cabo trabajos a nivel de la entidad consolidante así como en una selección de entidades⁽²⁾.
- Hemos comprobado que la Declaración cubre el perímetro consolidado, es decir el conjunto de las sociedades incluidas en el perímetro de consolidación, de conformidad con el artículo L. 233-16, con los límites especificados en la Declaración;
- Hemos consultado por la existencia de procedimientos de control interno y gestión de los riesgos adoptados por la sociedad y hemos valorado el proceso de colecta que tiene como objetivo la exhaustividad y la sinceridad de las Informaciones;

Para los indicadores clave de performance y en los otros resultados cuantitativos que hemos estimado más importantes presentados en Anexo, hemos puesto en marcha:

- procedimientos analíticos que consisten en comprobar la consolidación correcta de los datos recogidos, así como la coherencia de sus evoluciones;
- ensayos detallados en base a encuestas, que consisten en comprobar la aplicación adecuada de las definiciones y los procedimientos y a comparar los datos con los documentos justificantes. Estos trabajos se realizaron entre una selección de entidades contribuidoras y cubren entre el 21% de los datos consolidados seleccionados para estos ensayos.

- Hemos evaluado la coherencia del conjunto de la Declaración con respecto a nuestro conocimiento del conjunto de las entidades incluidas en el perímetro de consolidación.

Estimamos que los métodos de muestreo y los tamaños de muestras que hemos seleccionado mediante nuestro juicio profesional nos permiten formular una conclusión de garantía moderada; una garantía de nivel superior habría requerido trabajos de verificación más extensos.

MEDIOS Y RECURSOS

Nuestros trabajos han movilizad las competencias de seis personas entre octubre de 2020 y marzo de 2021 con una duración total de 6 semanas.

Para asistirnos en la realización de nuestros trabajos, hemos recurrido a nuestros especialistas en materia de desarrollo sostenible y responsabilidad corporativa. Hemos llevado a cabo unas diez entrevistas con las personas encargadas de la preparación de la Declaración.

CONCLUSIÓN

En base a nuestros trabajos, salvo excepción mencionada antes, no hemos identificado anomalía significativa que pudiese cuestionar el hecho de que la Declaración consolidada de resultados extra-financieros es conforme con las disposiciones normativas aplicables y de que las Informaciones, tomadas en su conjunto, han sido presentadas de forma sincera y de conformidad con el Referencial.

Paris-La Défense, el 2 de marzo de 2021

KPMG S.A.

Anne Garans

Socia
Sustainability Service

Hervé Chopin

Socio

(1) Impacto sobre la seguridad e higiene en la cadena de transformación de productos alimenticios comercializados; Impacto sanitario vinculado con el almacenamiento, la gestión de almacenes y la entrega de productos a los clientes; Brechas salariales; Trato discriminatorio relacionado con las opiniones políticas o sindicales; Trabajo forzado y trabajo infantil; Riesgo climático; Prácticas agrícolas o métodos de producción y selección de materias primas no perennes; Falta de trazabilidad de materias primas e ingredientes en la composición de los productos distribuidos; Impacto ambiental de la introducción de envases no reciclables; Desperdicio de alimentos y no alimentarios; Incumplimiento del bienestar animal; Agotamiento de recursos.

(2) Auchan Retail España, Auchan Retail Polonia

ANEXOS

INFORMACIÓN CUALITATIVA (ACCIONES Y RESULTADOS) CONSIDERADA LA MÁS IMPORTANTE

Acciones para reducir las desigualdades

Dispositivos a favor del diálogo social

Acciones a favor de la salud y el bienestar en el trabajo

Políticas de desarrollo de habilidades laborales de los colaboradores

Políticas de reducción de residuos y economía circular

Acciones de reducción del desperdicio de alimentos

Medidas para reducir la huella ambiental

Dispositivos de lucha contra la corrupción

Medidas puestas en marcha para limitar la difusión de la Covid-19

Política de compras responsables

Acciones a favor de la calidad nutricional de los productos

INDICADORES CLAVES DE RESULTADOS Y RESULTADOS CUANTITATIVOS CONSIDERADOS LOS MÁS IMPORTANTES

Indicadores sociales

Plantilla total a 30/09 y repartición por género

Tasa de rotación CDI

Tasa de horas de formación sobre total de horas trabajadas

Tasa de managers procedentes de promoción interna

Proporción de mujeres entre los managers

Tasa de empleados con discapacidad

Tasa de frecuencia de accidentes de trabajo con baja laboral

Tasa de gravedad de los accidentes laborales

Indicadores medioambientales

Consumo de energía (electricidad y gas natural) total por m²

Emisiones de gases de efecto invernadero (alcance 1 y 2) por m²

Evolución de la intensidad de carbono de las tiendas

Tasa de valorización de residuos de los hipermercados



Auchan Holding,
40, avenue de Flandre - 59 170 Croix
www.auchan-holding.com

Marzo de 2021

Anexos al Informe no financiero Auchan Holding 2020

ÍNDICE

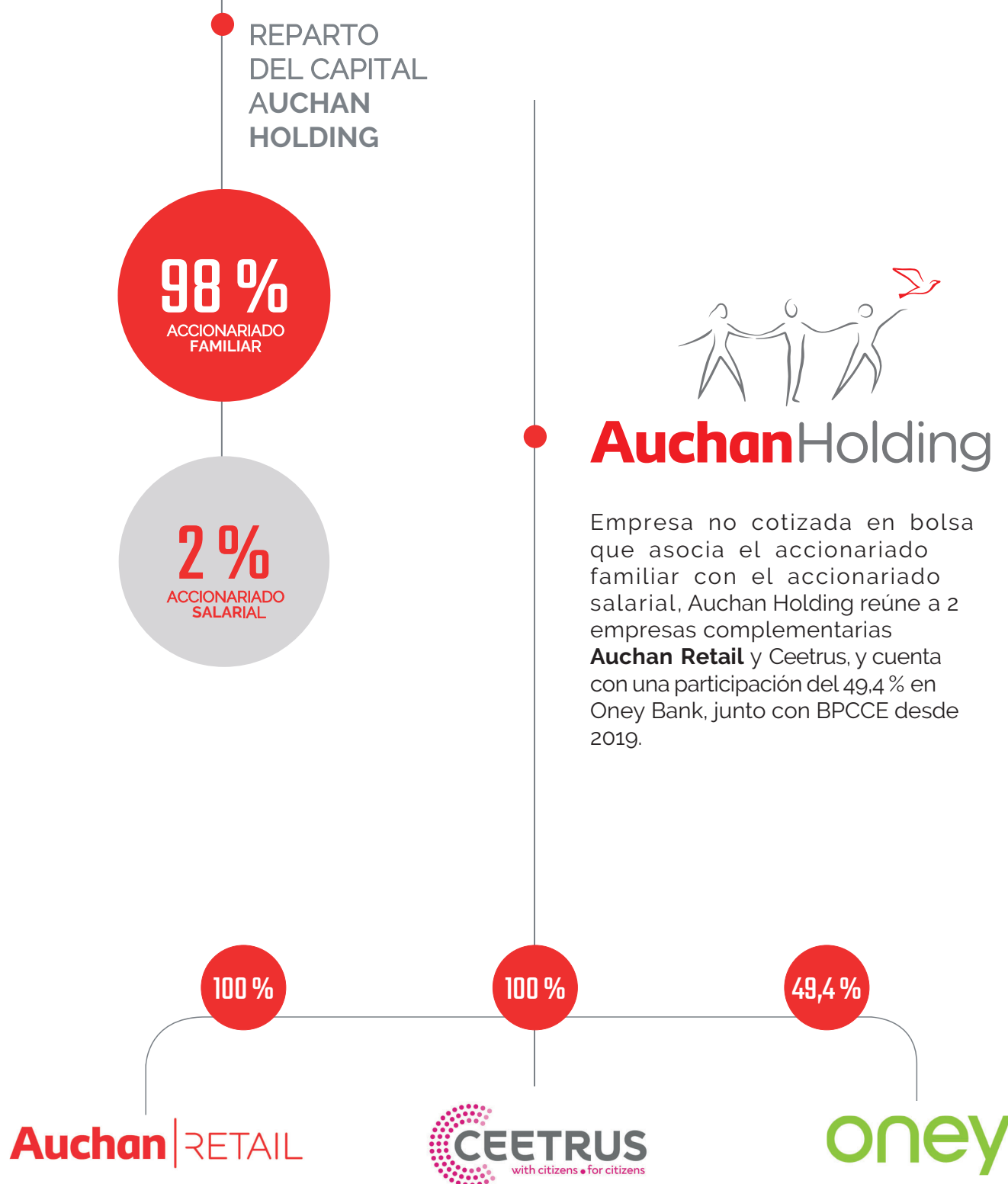
- ANEXO 1 – MODELO DE NEGOCIOS
- ANEXO 2 – ALCAMPO S.A.
- ANEXO 3 – SOCIEDAD HISPÁNICA DE DESARROLLO S.A.U. (SHD)
- ANEXO 4 - SUPERMERCADOS SABECO S.A.U.
- ANEXO 5- SABEKO BANAKETA S.A.U.



INFORME
NO FINANCIERO

2020



Modelo de negocio **Auchan**Holding

Auchan, enseña emblemática de la democratización del consumo, persigue su ambición histórica: mejorar la calidad de vida de los habitantes.

TENDENCIAS SECTORIALES

Transición alimentaria:

Alimentación sana y sostenible
Trazabilidad de la cadena alimentaria
Nuevos hábitos alimentarios

Transición ecológica:

Cambio climático
Impacto medioambiental de las actividades
Bienestar animal

Transición digital:

Digitalización de los modos de consumo
Personalización de la experiencia de compra.

Transición económica:

Precios accesibles para el mayor número de personas

Crisis
pandémica
COVID-19,
aceleradora
de tendencias

FORTALEZAS

Presencia multiformato adaptada a las necesidades de los clientes. Servicios y aplicaciones digitales innovadoras.

- Presencia en **13** países
- **1985** puntos de contacto físico, complementados con servicios digitales

Estructura económica y financiera sólida

- Accionariado familiar perenne
- Sistema de excelencia operacional implantado en todos los países bajo el nombre de **"Renaissance"**

Colaboradores comprometidos:

- **179 590** colaboradores
- **108 352** colaboradores actionistas
- **50,3 %** de managers son mujeres
- **3,9 %** de colaboradores en plantilla con discapacidad

Fuerte anclaje local. Relaciones constructivas con nuestros socios (proveedores, industriales, etc.) y en particular con el sector primario

- **710** *filières*¹ responsables del sector primario en el mundo

Una oferta MDD² alimentaria y no alimentaria con productos exclusivos, presente en todos los países

¹Alcampo producción Controlada en España

²Marca de Distribuidor

AUCHAN

2 PILARES ESTRATÉGICOS

Ser un actor referente de lo bueno, lo sano y lo local a través la selección y la concepción de una oferta única, equitativa y responsable.



2 PALANCAS CLAVES

Colaboradores apasionados



Un proyecto de empresa que compromete a los actores

Sourcing /
Aprovisionamiento Logística

- Socios de las *filières* responsables del sector primario
- Productores locales / Agricultores
- Proveedores de productos de marca propia Auchan
- Socios industriales

Esta ambición se traduce en el proyecto de empresa Auchan 2022 que moviliza a sus grupos de interés en torno a su visión de comerciante comprometido con la sociedad y el planeta.

La crisis sanitaria de la Covid19 ha justificado plenamente los ejes definidos en el proyecto de empresa.

2022

Ser creador de vínculos y experiencias para mejorar la calidad de vida de los habitantes



La RSC encarnada por la empresa y sus colaboradores



de nuestra
cadena de valor.

Tiendas y servicios digitales,
plataformas y servicios de apoyo.

- Clientes / Habitantes
- Colaboradores
- Agentes sociales
- Socios comerciales
- Autoridades locales, nacionales e internacionales
- Inversores
- Asociaciones
- ONGs

CREACIÓN DE VALOR

Resultados financieros 2020 en progreso

- Cifra de negocio **31.6 MME**
- Digital: **7%** de la cifra de negocio (+40% en un año)
- EBITDA: **1,6 MME** (+27%)
- Ahorros realizados a través del proyecto Renaissance **425M€**
- Mejora de la notación Standard & Poors **"BBB-perspectives stables"**

Capital social preservado

- Índice de compromiso de los colaboradores: **81%** (+7 puntos vs. 2018)
- **93%** de los contratos son contratos indefinidos
- **87%** de los colaboradores han asistido a una formación
- **29%** de los managers a través de promoción interna

Oferta responsable al servicio de la satisfacción cliente

- **45%** de los productos MDD incluyen un sello de calidad nutricional en su envase
- *Net promoter score*: **42** (implantado en 9 países)

Compromisos medioambientales reforzados

- Consumo energético en tienda vs. 2014: **-23,7%**
- % del consumo de electricidad renovable sobre el consumo global de electricidad: **17%**

Progresos reconocidos por las agencias de calificación extra-financieras

- Vigéo: Nota **49** (+12 puntos vs. 2018)
- CDP: Calificación **B** (C en 2019)

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Promover
la buena
alimentación



Luchar contra
el desperdicio
alimentario y
luchar contra
la contaminación
por plásticos



Reducir
nuestra huella
de carbono



Nos
engagements
sociaux





En este contexto inédito, Ceetrus ha reflexionado, imaginado y concebido soluciones positivas para los consumidores, los habitantes, los representantes públicos, los actores sociales y los socios profesionales. Su prioridad reside en el deseo de reconsiderar los espacios existentes y contribuir a cambiar las ciudades y los barrios para y por los habitantes. Detrás de estas oportunidades hay nuevos mercados que representan importantes vías de crecimiento que pueden permitir a la empresa diversificar sus ingresos y así como para las enseñanzas con las que colabora. La empresa lleva a cabo esta reflexión con el fin de animar, regenerar y transformar los espacios en nuevos lugares de vida para mejorar el bienestar de todos juntos.

Datos económicos

297 galerías comerciales gestionadas
2,3 millones m² de galerías gestionadas
1.000 millones de visitantes por año
10.700 socios comerciales

Datos medio ambiente

6% descenso del consumo energético total por m² desde 2014 ⁽¹⁾
45% del valor del patrimonio certificado o en fase de certificación **BREEAM** in use
74% de los proyectos, certificados o en fase de certificación **BREEAM new building** desde 2012
92% de sus espacios cuentan con una conexión con medio de transporte público a menos de 300 metros

Datos RRHH

970 colaboradores
60% de managers son mujeres

Datos compromiso social

7.000 animaciones (foro de empleo, sensibilización medioambiental, prevención de salud, campañas solidarias)

- **2.500** grupos de interés consultados durante **300** talleres de co-construcción
- Donación de materiales y de más de **3 M€** a destino de hospitales europeos para ayudarles a hacer frente a la pandemia.
- Acompañamiento humano y donaciones de más de **300.00€** en apoyo a las empresas y asociaciones sin ánimo de lucro.

⁽¹⁾ Durante la pandemia de la Covid-19 y los sucesivos confinamiento que provocaron el cierre temporal de más del 90% de las enseñanzas presentes en sus galerías comerciales, el consumo energético de Ceetrus ha sufrido un impacto anormal a la baja. Por tanto se indica una cifra más representativa de la evolución de su consumo y que corresponde al año 2019.

ANEXO 2 – ALCAMPO S.A.

Naturaleza y alcance del Informe

El presente Estado de información no financiera Complementario (en adelante EINFC) se publica en cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Como consecuencia de la mayor exigencia en materia de desglose de información no financiera de la normativa española respecto a la francesa, Alcampo S.A. presenta en este anexo la información no recogida en el documento denominado "Informe no financiero Auchan Holding 2020" y que es necesaria para el cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En concreto quedarán recogidas las siguientes informaciones requeridas:

- Información sobre cuestiones medioambientales
 - Uso sostenible de los recursos: Consumo de agua
- Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal
- Información sobre la sociedad
 - Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas
 - Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Toda la información integrada en este documento es relativa a la empresa Alcampo S.A. , que opera en España a través de 60 hipermercados y 35 gasolineras y da servicios de back office a sus sociedades filiales, estas son, Supermercados Sabeco S.A.U. (y sus filiales) y Sociedad Hispánica de Desarrollo, S.A.U.

En septiembre de 2020 Alcampo S.A absorbió a Auchan Retail España, S.L. por una cuestión de reordenación y simplificación administrativa, buscando una gestión única, más eficaz y eficiente de los procesos que favorezcan una respuesta ágil a las demandas de la sociedad.

Los Administradores de Alcampo S.A. formulan el presente EINFC, dando respuesta de este modo a los aspectos no cubiertos en el Estado de información no financiera del Grupo, según el análisis que han realizado. En la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario" se identifica la información complementaria presentada en este informe y en la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera del Grupo" la información incluida en el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio 2020.

El EINFC se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario" incluida en el presente informe.

El presente EINFNC correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020 se presenta como un anexo del Informe no financiero de Auchan Holding.

Análisis de materialidad

El Grupo ha implementado un programa de gestión de riesgos basado en las mejores prácticas. Utiliza un método de análisis de riesgos basado en *COSO ERM*.

El objetivo es garantizar que los riesgos más importantes se identifiquen, evalúen y aborden utilizando los métodos más eficaces, considerando que un riesgo es un evento potencial que, de materializarse, podría tener un impacto positivo o negativo en la consecución de los objetivos de Auchan Retail.

El Grupo ha identificado los siguientes riesgos agrupados en tres ámbitos y a los cuales da respuesta en el "Informe no financiero Auchan Holding 2020" o en el presente Anexo de información no financiera.

Categoría de riesgo	Subcategoría de riesgo	Riesgos
Salud y seguridad y vigilancia de la sociedad civil	Colaboradores	No respeto del equilibrio de la vida profesional y personal
		Gestión de carreras en no igualdad de condiciones
		Salud y seguridad en el trabajo
	Productos	Impacto en la seguridad y la higiene en la cadena de transformación de los productos alimentarios comercializados
		Impacto sanitario asociado con el almacenamiento, la, gestión en los almacenes y la entrega de productos a los clientes
Derechos Humanos y libertades fundamentales		Diferencias de retribución
		Frenos a la diversidad cultural/ discriminación
		Tratamiento discriminatorio asociado con las opiniones políticas o sindicales
		Trabajo forzado y trabajo infantil
Medio Ambiente		Riesgo climático
		Prácticas agrícolas o métodos de producción y selección de materias primas no sostenibles
		Impacto medioambiental vinculado a la puesta en el mercado de embalajes no reciclables (plásticos en particular)
		Incorrecta gestión de los residuos
		Desperdicio alimentario y no alimentario
		Exceso de consumo energético de centros, tiendas y almacenes
		Falta de trazabilidad de las materias primas y los ingredientes que entran en la composición de los productos distribuidos.
		Emisiones de gases de efecto invernadero
		No respeto del bienestar animal
		Agotamiento de los recursos
		Control del conjunto de la cadena de valor

9. Información sobre COVID-19

El ejercicio de 2020 ha estado marcado por la pandemia de COVID-19, pandemia que sigue configurando 2021, año donde se continúan desarrollando planes de acción al respecto. No obstante, la información indicada en este documento hace referencia a las acciones llevadas a cabo en 2020.

Alcampo S.A activó los planes de contingencia pertinentes para dar respuesta a las necesidades que surgieron a lo largo del año y puso en marcha los mecanismos necesarios para asegurar el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en un primer momento, y del resto tras el estado de alarma en sus tiendas velando, en todo momento, por la salud y seguridad de los colaboradores y los clientes. La compañía cuenta con el certificado de Gestión Responsable COVID 19 otorgado por *Full Audit*.

Respecto a los **trabajadores** cabe indicar que el impacto en la plantilla se tradujo en 3.921 casos de COVID durante el período del *reporting*. Cabe destacar que no se han realizado ERTes.

A continuación, quedan listadas las medidas tomadas en el ámbito interno de la compañía y dirigidas principalmente a los trabajadores:

Seguimiento: Se puso en marcha Comité de Crisis con reuniones bien diarias hasta el fin del Estado de Alarma, y de varios días a la semana al finalizar el mismo.

Reconocimiento: Asimismo los colaboradores de tiendas y logística recibieron una prima del 20% del salario del mes de marzo así como un día más de vacaciones como reconocimiento a su aportación a la sociedad en una situación excepcional como la que se vivió, trabajando con esfuerzo para asegurar a sus conciudadanos el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en cada una de las tiendas Alcampo y en www.alcampo.es

Facilitar el trabajo: Para los colaboradores de los servicios de apoyo se puso en marcha el teletrabajo hasta el fin del primer estado de alarma y se reanudó tras el verano durante el 33% del tiempo efectivo de trabajo.

Entrega y facilitación de productos higiénico-sanitarios: Se facilitaron a los colaboradores las mascarillas, viseras, gel, mamparas y todos los productos de protección necesarios.

Higienización de instalaciones, establecimiento de aforos: Se intensificó la limpieza general y desinfección de las instalaciones y en concreto de aquellas que o bien reúnan al personal o sean especialmente sensibles (aseos, salas de reposo,...), poniendo el acento en: grifos y lavabos, pomos y tiradores, máquinas expendedoras, barandillas, escaleras y aparatos cotidianos de uso común (microondas, ordenadores, *tablet*, teléfonos, etc.). Se establecieron los aforos necesarios para garantizar la distancia de seguridad en las áreas de trabajo comunes.

Creación de protocolos de prevención: Se pusieron en marcha protocolos propios de actuación con colaboradores que presentaban síntomas así como con aquellos asintomáticos que hubieran tenido contacto con una persona con diagnóstico positivo.

Puesta en marcha de «salas Blancas » en el 100% de centros: Se instalaron salas blancas en cada uno de los centros donde poder acceder a la toma de temperatura de cada uno de

los colaboradores que presentaran síntomas o bien desearan hacerse dicho control, creando un protocolo ad hoc para actuar en función del resultado.

Protecciones adicionales: Para prevenir contagios entre el personal de cajas y los clientes, se incorporaron pantallas de metacrilato en todas las cajas de salida, módulos de "Cajamiga" y mostradores de información.

Comunicación e información: Se habilitaron espacios de información permanente a través de canales *off* y *on-line* siempre basada en las recomendaciones de las autoridades sanitarias. Asimismo, se creó un módulo de formación, *on-line* y un chat interno para resolver dudas acerca de las medidas preventivas a adoptar por los colaboradores.

Servicio de apoyo emocional: Se puso en marcha un canal de apoyo emocional para todos los colaboradores de la compañía que lo precisaran y que sigue vigente.

A continuación, quedan listadas las medidas preventivas tomadas en las **tiendas Alcampo**:

Control de aforo: se controla el aforo que asegure distancia preventiva entre clientes y colaboradores, con personal de seguridad o personal propio.

Puntos de elementos higiénicos: Se crearon puntos donde se ofrecía a los clientes guantes, hidrogel y papel desechable.

Seguridad y limpieza: Se reforzó el servicio de seguridad, así como los efectivos de limpieza y desinfección, que aumentaron las labores de higienización, con especial atención a los carros de compra y cestas.

Información y sensibilización: Se reforzó la información en los canales de comunicación al cliente (megafonía, cartelería, página web, etc.) sobre la necesidad de:

- Usar obligatoriamente guantes desechables en secciones de frutas y verduras a granel, así como en aquellas donde está ya prescrito.
- Usar mascarilla para entrar en las tiendas
- Llevar a cabo las medidas higiénicas básicas: lavarse las manos, toser en el codo, no tocarse la cara, etc.
- Permanecer en las tiendas el mínimo tiempo posible y comprar las cantidades habituales.
- Respetar en todo caso la distancia necesaria, más de 2m, con otros clientes, así como con colaboradores de la compañía.
- Evitar el pago en efectivo, priorizando el uso de pago por móvil o tarjetas *contactless*. En este sentido, con el fin de reducir el contacto del cliente con los terminales de pago, se ha ampliado hasta 50€ el máximo establecido para introducir el pin con la tarjeta *contactless*.
- Realizar la compra durante todo el horario disponible evitando acudir a las horas de mayor afluencia.

Suspensión de servicios: Se suspendieron temporalmente diversos servicios y venta de productos que, en alguno de los casos se han vuelto a retomar como venta de productos a granel, zumo recién exprimido, cortadoras de pan, etc.

Protocolo de pasos por caja/mostradores, zonas de no alimentación, entregas a domicilio, devoluciones etc.: Se establecieron protocolos para garantizar la distancia de seguridad entre clientes y personal de Alcampo, así como para las devoluciones y para las entregas de pedidos en los domicilios del cliente.

Otras medidas: Además de las medidas de higiene y seguridad, se tomaron otras para beneficiar a los más vulnerables así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos. En este sentido, se ampliaron las ya existentes cajas prioritarias para personas con discapacidad o mujeres embarazadas a personas mayores, así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos. Asimismo, se incrementó el número de dichas cajas para estos colectivos, incluyendo al menos 1 o 2 cajas de *autochecking* (Cajamiga) en aquellos centros donde estén presentes. Las personas mayores, personas con discapacidad, mujeres embarazadas, personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos tenían prioridad de atención en mostradores. También se priorizó el paso en tiendas en caso de colas

La compañía puso en marcha un nuevo servicio destinado a facilitar la compra de electrodomésticos y productos de tecnología a través de *WhatsApp Business*, que permitía conectar directamente al comprador y vendedor a través de chat, videollamada o llamada de voz.

Alcampo S.A. también aportó al desarrollo de productores que vieron afectado su negocio por el cierre de otros canales de distribución así como por el apoyo a colectivos vulnerables a través de organizaciones no gubernamentales.

1. Información sobre cuestiones medioambientales

1.1. Uso sostenible de los recursos. Consumo de agua

Alcampo S.A mantiene el firme objetivo de desarrollarse respetando el medio ambiente y luchando contra el cambio climático, algo que conlleva la asunción de políticas y planes de acción alineados con las prioridades fijadas por Naciones Unidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La empresa lleva más de una década desarrollando un proyecto de racionalización del consumo de agua, trabajando en la identificación de las ineficiencias e incorporando mejoras técnicas orientadas a disminuir el consumo de agua.

El consumo de agua de 2020 ha sido de 800 l/m² sala de venta.

2. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Como actor económico humano y responsable, Alcampo S.A pone a **las personas en el centro** y asume el objetivo de asegurar el **bienestar**, el **desarrollo** así como dar de **sentido** al trabajo de todos y cada uno de los empleados de la compañía, elevándose en el caso de Alcampo S.A a 15.221 personas.

En 2020, la compañía renovó la certificación **Top Employer** otorgada por **Top Employers Institute**, que reconoce a la empresa por su política de Recursos Humanos, así como por el entorno de trabajo que ofrece a sus colaboradores. Las organizaciones certificadas como **Top Employers** ponen a las personas en el centro de su actividad, fomentando el desarrollo del talento y el bienestar en el trabajo.

A continuación, se detalla la información relativa a empleo, organización del trabajo, salud y seguridad, relaciones sociales, formación, accesibilidad universal e igualdad.

2.1 Empleo

2.1.1 Número total y distribución de empleados por clasificación profesional y sexo

Clasificación Profesional	Total Efectivos				
	Hombre		Mujer		Total
Empleados	3.548	23%	9.815	64%	13.363
Mandos	1.197	8%	661	4,34%	1.858
Total	4.745	31%	10.476	69%	15.221

Tabla 1.Total efectivos

2.1.2 Distribución empleados por edad

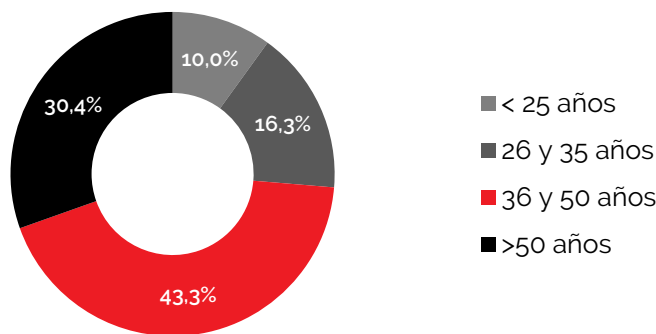


Gráfico 1: Distribución empleados por edad.

2.1.3 Distribución empleados contratación determinada (CD), contratación indefinida (CI), tiempo completo (TC) y tiempo parcial (TP).

Clasificación por edad y sexo	Empleados		Mandos		Total
	CD	CI	CD	CI	
<25 años	1.067	425	9	18	1.519
Hombre	457	191	3	7	658
Mujer	610	234	6	11	861
26 y 35 años	862	1.394	6	229	2.491
Hombre	294	494	2	113	903
Mujer	568	900	4	116	1.588
36 y 50 años	848	5.030	4	702	6.584
Hombre	165	1.029	1	386	1.581
Mujer	683	4.001	3	316	5.003
> 50 años	177	3.560	4	886	4.627
Hombre	46	872	3	682	1.603
Mujer	131	2.688	1	204	3.024
Total	2.954	10.409	23	1.835	15.221

Tabla 2: Tipo de Contratación.

Clasificación por edad y sexo	Empleados		Mandos		Total
	TC	TP	TC	TP	
<25 años	47	1445	27	0	1519
Hombre	24	624	10	00	658
Mujer	23	821	17	0	861
26 y 35 años	312	1.944	234	1	2.491
Hombre	143	645	115	0	903
Mujer	169	1.299	119	1	1588
36 y 50 años	2.450	3.428	691	15	6.584
Hombre	680	514	386	1	1.581
Mujer	1.770	2.914	305	14	5.003
> 50 años	2.160	1.577	857	33	4.627
Hombre	756	162	659	26	1.603
Mujer	1.404	1.415	198	7	3.024
Total	4.969	8.394	1.809	49	15.221

Tabla 3: Tiempo de trabajo

2.1.4 Despidos efectuados por sexo, edad y clasificación profesional

Despidos												
Edad, sexo, Categoría Profesional	< 25 años		26 y 35 años		36 y 50 años		>50 años		Total		% Total plantilla	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Empleados	11	3	12	13	12	28	6	20	41	64	1,16%	0,65%
Mandos	0	0	3	5	3	2	6	5	12	12	1,00%	1,82%
Total	11	3	15	18	15	30	12	25	53	76	1,12%	0,73%
											0,85%	

Tabla 4: Despidos por edad, sexo y clasificación profesional

2.1.5. Remuneración media y brecha salarial 2020

Clasificación Profesional	Remuneración (€)		
	Hombre	Mujer	Brecha
Empleados	17.692,71	17.705,15	-0,1%
Mandos	44.676,10	37.343,36	16,4%

Edad	< 25 años	26 y 35 años	36 y 50 años	>50
	15.507,54	18.621,05	20.189,99	24.384,67

Tabla 5, y 6, Media Salario

Este año marcado por la COVID-19 ha generado un % de bajas importante en la plantilla no comparable a años anteriores, lo que ha impactado en los cálculos de las remuneraciones medias.

La remuneración reflejada en las tablas 5 y 6 ha sido calculada a partir de la remuneración total¹ de la plantilla a cierre del ejercicio sin incluir a la alta dirección, cuya remuneración se detalla en el apartado 2.1.5. Remuneración de consejeros y alta dirección.

La brecha salarial afecta a la categoría de "mandos" y se explica por una cuestión generacional y restringida al colectivo de mayores de 50 años y, como consecuencia, con mayor antigüedad en la compañía. Este colectivo acompañó el importante desarrollo y crecimiento de la empresa en España.

En esta categoría profesional, aquellos de más de 50 años representan el 47,9% de la misma, siendo hombres el 77%.

No queda incluida la información referente a la evolución de la remuneración media al no ser comparables los datos debido a la absorción de Auchan Retail por parte de Alcampo S.A en septiembre de 2020.

2.1.6. Remuneración de consejeros y alta dirección

La remuneración media de las mujeres de la alta dirección es de 158 miles de € y la remuneración media de los hombres de la alta dirección es de 273 miles de €².

La brecha salarial como se ha comentado en el caso de los mandos realmente es una brecha generacional.

2.1.7. Absentismo

La tasa de absentismo en Alcampo S.A ha ascendido al 9,16% en 2020*

*Tasa calculada en base al total de horas de absentismo, 1.979.414,38 horas, sin tener en cuenta riesgo de embarazo, maternidad/paternidad ni lactancia.

2.1.8. Inclusión laboral de personas con discapacidad

Alcampo S.A., como empresa responsable, aporta valor en la creación de una sociedad más justa donde la igualdad de oportunidades es una realidad. Fiel a este principio cuenta desde hace años con programas orientados a favorecer la empleabilidad de colectivos con mayor dificultad para encontrar trabajo, entre ellos las personas con discapacidad.

Alcampo S.A ha cerrado 2020 con 441 personas con discapacidad en plantilla, suponiendo un 3,56%³ de tasa de inserción laboral directa.

¹ Calculado a partir del modelo 190

² A cierre del ejercicio el colectivo de alta dirección estaba integrado por 13 hombres y 3 mujeres.

³ Calculado con respecto a una plantilla de 12.291 empleados que responden a los cálculos de la plantilla según establece en la Ley de Discapacidad.

2.2. Organización del trabajo

Alcampo S.A incorpora medidas para asegurar una **mejora de la conciliación de la vida laboral y personal** de la plantilla, más allá de lo previsto en el Estatuto de los y en el Convenio Colectivo.

Se destacan las siguientes medidas adoptadas:

- Permiso retribuido de 6 horas para atender situaciones imprevistas de hijos menores de 15 años o de familiares que por consanguinidad, edad, enfermedad o accidente no puedan valerse por sí mismos.

- Licencia no retribuida de hasta 1 mes por fallecimiento de uno de los progenitores cuando los hijos sean menores de 16 años.

- La excedencia para atender al cuidado de hijo/a se amplía de 3 a 4 años

- Igualmente se amplía de 2 a 3 años la excedencia por cuidado de familiar que, por edad, accidente, enfermedad o discapacidad, no pueda valerse por sí mismo.

- Se amplía de 1 a 2 años el derecho a reserva de puesto de trabajo en caso de excedencia para el cuidado de hijo/a.

- Se permite licencia no retribuida de 1, 2 o 3 meses, acumulables a principio o fin de otra licencia o de vacaciones, en los supuestos de cuidado de hijos mayores de 3 años y menores de 12, técnicas de reproducción asistida o trámites de adopción internacional.

- Se concede permiso no retribuido de 2 a 30 días/año, (no coincidente con otras licencias, puentes o vacaciones), por enfermedad de hijo/a menor de 12 años.

- Se permite la flexibilidad de los colaboradores/as de trabajo administrativo de 1 hora arriba o abajo entre la entrada y la salida del trabajo.

- Se adecúan horarios de fines de semana para favorecer la conciliación de la siguiente manera: al menos 2 de los 6 fines de semana de libranza previstos en Convenio se mejoran de modo que sean de viernes+sábado+domingo o sábado+domingo+lunes (medida para la plantilla de 6 días de promedio de trabajo a la semana en cómputo anual)

- Los colaboradores/as de carácter administrativo, podrán acordar la prestación de servicios de 7 horas o de 9 horas en función de encontrarse en período valle o punta, respectivamente.

- Se permite la modificación del turno de trabajo de 1 día al mes para cumplir con el régimen de visitas previa y documentalmente acreditado de hijo/a menor de 16 años,

- Se da preferencia al cambio de centro de trabajo con el fin de favorecer el régimen de visitas de hijo/a menor de 16 años.

- Se ofrece la posibilidad de acumular el permiso de lactancia en 14 días completos.

- Se favorece la cercanía al centro de trabajo siempre que se den vacantes o posibilidad de intercambios.

Además de estas medidas, se han tomado otras que han sido específicamente diseñadas para favorecer la corresponsabilidad de ambos progenitores:

-El permiso de paternidad se podrá ver ampliado en 1 semana si el progenitor diferente a la madre disfruta de 4 de las 10 semanas del permiso de maternidad susceptibles de ser disfrutadas por cualquiera de los dos progenitores.

-En caso de coincidencia entre las vacaciones del progenitor distinto al padre y las 16 semanas de baja de la madre o los 14 días de lactancia, se podrá modificar el período vacacional previsto.

-El progenitor diferente a la madre podrá optar por modificar las fechas de vacaciones inicialmente previstas, para hacerlas coincidir a continuación del permiso de paternidad.

2.3 Salud y seguridad

Alcampo S.A tiene el compromiso de asegurar el bienestar y la seguridad de todos en el trabajo, mejorando la calidad de vida de los trabajadores, luchando contra las situaciones de precariedad, previniendo riesgos ligados a la salud y trabajando por la seguridad en el trabajo.

La compañía tiene contratado el servicio de una Mutua de Accidentes de Trabajo (FREMAP) a la que cede la parte de gestión de las prestaciones de Incapacidad Temporal, así como lo relativo a los procesos de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, que permite adelantar pruebas médicas y reducir el tiempo de espera, fomentando el bienestar de los empleados.

Por otro lado, Alcampo S.A tiene un contrato con la empresa de servicios Quirón Salud para dos de las especialidades preventivas: Vigilancia de la Salud e Higiene Industrial. Asimismo, la empresa ejerce el derecho al control de la salud de sus colaboradores/as prevista en el art 20.4 del Estatuto de los Trabajadores a través de la empresa Job Medical.

En el ámbito de la prevención, Alcampo S.A cuenta con 20 Técnicos de Prevención de Riesgos Laborales cuyo objetivo es garantizar la salud de los colaboradores/as en los respectivos centros.

Además, existen planes de inversión anuales específicos por tienda, y se hacen evaluaciones de riesgo periódicas, evaluaciones que se realizan de manera puntual cuando existen cambios en las instalaciones o en los puestos de trabajo. En las gasolineras se hacen auditorías de Prevención cada seis meses, así como una medición de atmósferas explosivas (ATEX).

Cabe añadir que todas las personas que lo precisan cuentan con equipos de protección individual que les son entregados por Alcampo S.A. Asimismo se imparte información sobre los riesgos del puesto de trabajo y formación postural y ergonómica.

En 2020, el número de accidentes de trabajo laborales ascendió a 611 y las enfermedades profesionales a 8 según el siguiente desglose:

Accidentes de trabajo	Hombre		Mujeres		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Número	195	4,10	417	4,00	611	4,00
Tasa de gravedad	N.D.	0,59	N.D.	0,67	N.D.	0,65
Tasa de frecuencia	N.D.	23,93	N.D.	23,40	N.D.	23,57

Tabla 7 Accidentes

Enfermedades profesionales	Hombres	Mujeres	Total
Número de personas afectadas	0	9	0,1
Tasa de gravedad de las enfermedades profesionales	0	0,07	0,05
Tasa de frecuencia de las enfermedades profesionales	0	0,45	0,31

Tabla 8 Enfermedades profesionales.

Todos los accidentes de trabajo se investigan minuciosamente para poner en marcha planes correctores de los riesgos detectados y evitar así su reincidencia.

En 2020 se ha seguido contando con el servicio gratuito de seguro de salud disponible para el 100% de la plantilla y que otorga acceso a servicios de cobertura dental, segunda opinión médica y orientación en bienestar y salud puesto en marcha en 2018.

2.4. Relaciones Sociales

2.4.1 Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.

Cada centro de trabajo cuenta con su correspondiente Comité de Empresa por centro de trabajo, integrado por 9, 13 o 17 miembros, en función de plantilla del centro, que representan a los trabajadores/as de dicho centro, proponiendo a la empresa mejoras, elevando necesidades y negociando, para en definitiva garantizar un diálogo social fluido.

En los centros de más de 250 trabajadores/as también suele existir la figura del delegado sindical.

A fecha 31 de diciembre de 2020, Alcampo S.A cuenta con 60 Comités de Empresa, uno por cada centro de trabajo, y un total de 640 delegados de personal, de los cuales, 431 pertenecen a FETICO, 100 a CCOO, 87 a UGT, y 22 a OTROS.

Alcampo S.A cuenta con un Comité Intercentros como órgano de representación colegiado de los trabajadores/as y centros. Sus miembros son designados de entre los componentes de los distintos Comités de centro o Delegados de personal y en la composición del Comité se guardará la proporcionalidad de los sindicatos, según los resultados electorales de la empresa. Está formado por 13 miembros, 9 de FETICO, 2 de CCOO y 2 de UGT. A lo largo de 2020 se han celebrado 4 reuniones ordinarias de "Comité Intercentros".

Además de éstas, debido a la crisis sanitaria provocada por el Covid-19 se han llevado a cabo reuniones diarias por video en los meses de Marzo, Abril y Mayo. Así como también numerosas reuniones para la negociación y suscripción de acuerdos a lo largo de 2020.

También existe un comité intercentros de Seguridad y Salud Laboral que es el máximo órgano de interlocución social en cuanto a seguridad y salud laboral se refiere. Se han producido 4 reuniones en este 2020.

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

Una de las medidas puestas en marcha para asegurar el modelo de *feedback* permanente son las llamadas "Conversaciones del Talento". Con esta herramienta se establecen conversaciones trimestrales donde prima la cercanía y el interés por la persona así como su plan individualizado de mejora y desarrollo.

Estas conversaciones permiten reconocer a cada persona y asegurar el interés por su desarrollo, tal y como se recoge en el proyecto humano de la compañía.

Respecto a la digitalización, todos los empleados cuentan con identidad digital. Asimismo, el 100% de la plantilla tiene acceso a las comunidades *Currents*, cuyo objetivo es conectar a la totalidad de los colaboradores a una herramienta colaborativa que favorece la expresión, el intercambio, el aprendizaje y la co-construcción.

2.4.2 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo

El 100% de empleados de la compañía están cubiertos por el Convenio Colectivo Estatal de Grandes Almacenes.

2.4.3 Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo

El Convenio Colectivo de Grandes Almacenes 2017-20, en su artículo 48, sobre Seguridad y Salud a nivel de empresa, contempla la posibilidad de que, además de los Comités de Seguridad y Salud de cada centro de trabajo, el Comité Intercentros pueda asumir funciones en esta materia cuando concurren situaciones similares que afecten a más de un centro de trabajo.

En este sentido, en Alcampo S.A se ha constituido un Comité de Seguridad y Salud delegado del Comité Intercentros, que trata a nivel sociedad de asuntos relacionados con la Seguridad y Salud de sus colaboradores/as

2.5 Formación

Alcampo S.A recoge en su proyecto humano el compromiso de trabajar para asegurar la realización personal y profesional de sus colaboradores. Para ello, entre otros, se ponen en marcha planes de formación orientados a mejorar y desarrollar las competencias de las personas de la compañía, que cuenta con dos centros de formación propios en las provincias de Madrid y Zaragoza, así como con una plataforma de formación *e-learning* a la que puede acceder la totalidad de la compañía.

En dicha plataforma se ofrecen además de módulos específicos para garantizar la excelencia en la gestión de los oficios como pueden ser carnicería, pescadería, etc. los relativos al desarrollo de habilidades y competencias y aquellos orientados a la profundización y sensibilización en compromisos de desarrollo sostenible y versan entre otros, en eficiencia energética, reducción del consumo de agua o inclusión de personas de discapacidad.

En 2020 Alcampo S.A los colaboradores recibieron 99.467 horas de formación, siendo el 76,8% para el colectivo de empleados y el 23,2% para mandos.

Clasificación profesional	Total horas formación	
	Nº	%
Empleados	76,380	76,8%
Mandos	23,087	23,2%
Total	99,467	100%

Tabla 9 Reparto de formación por clasificación profesional.

2.6 Accesibilidad universal

Que todos sus clientes puedan comprar en igualdad de condiciones es una máxima para Alcampo S.A, que trabaja para contar con productos y servicios accesibles para todos, algo por lo que es reconocido en la sociedad.

Asegurar un comercio sin barreras es un eje en el que la compañía trabaja desde hace años y en el que ha sido pionera. De hecho, ya en 2003 se introdujeron los primeros productos de marca propia etiquetados en braille, contando en la actualidad con más 300 referencias con este sistema de lectoescritura.

Además, todos sus hipermercados cuentan con un abanico de servicios que propician la accesibilidad universal como los carros de compra para sillas de ruedas, los mostradores adaptados, los bucles de inducción magnética o el servicio SVisual de videointerpretación en Lengua de Signos.

Además, se cuenta con paneles de pictogramas en todos los clubes infantiles Rik&Rok destinados a facilitar la comunicación con niños y niñas con trastorno del espectro autista o con diversidad funcional. Los paneles han sido diseñados por la asociación Menteazul,

utilizando los pictogramas de ARASAAC (Portal Aragonés de la Comunicación Aumentativa y Alternativa).

Alcampo S.A incluyó en sus centros pictogramas dirigidos a facilitar la comprensión de las medidas adoptadas con motivo de la pandemia a personas con dificultades cognitivas (TEA, Asperger,...), personas con discapacidad, personas mayores, etc.

Asimismo, fiel a su apuesta por la innovación la compañía introdujo en 7 hipermercados unas cajas de salida adaptables. Estas cajas permiten la regulación de altura de la encimera para ofrecer un servicio personalizado a cada necesidad, permitiendo que la altura de trabajo del personal sea la óptima la mayor parte del tiempo, siendo únicamente variada la altura en los casos necesarios.

2.7 Igualdad

Alcampo S.A tiene vigente desde 2016 el II Plan de Igualdad que recoge medidas concretas para impulsar la igualdad efectiva entre mujeres y hombres. Este plan diseñado para el conjunto de la plantilla cuenta con un objetivo múltiple: asegurar una mejor conciliación de la vida personal y profesional, así como un desarrollo profesional equilibrado de todas las personas. Además, favorece la corresponsabilidad de mujeres y hombres e incorpora la perspectiva de género en la gestión de la empresa, en todas sus políticas y a todos los niveles.

En dicho plan se fomenta el reclutamiento "universal", incluyendo a toda la plantilla que se ajuste al perfil de competencias requerido, seleccionando el mejor talento de acuerdo con las mejores prácticas profesionales de igualdad, en ausencia de toda discriminación basada en el sexo, y eliminando la segregación horizontal y vertical.

Al igual que respecto a la Selección, el objetivo en la promoción y el desarrollo profesional es mantener y potenciar el desarrollo de personas diversas, y eso se extiende a la diversidad por razón de sexo en todas las funciones y niveles jerárquicos.

Por lo tanto, se trata de favorecer el acceso de personas del sexo más subrepresentado a los grupos profesionales en los que tenga una menor presencia, hasta alcanzar una presencia paritaria.

Cabe destacar asimismo que Alcampo S.A. cuenta con un **protocolo de acoso** ante cualquier tipo de situaciones, pactado con los representantes legales de los trabajadores.

3. Información sobre la sociedad

3.1 Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas

La escucha al cliente es una máxima para la compañía. Por ello pone en marcha diversos canales de comunicación que permitan gestionar las sugerencias, quejas o reclamaciones de los mismos.

Los clientes y resto de grupos de interés pueden comunicarse a través de llamadas directas a los propios hipermercados, cuyos teléfonos están disponibles a través de las herramientas de comunicación propias físicas y digitales de la compañía, así como en buscadores.

Otro de los canales de contacto con la empresa para realizar una sugerencia, reclamación o felicitación es el formulario "Escríbenos" disponible en la página web www.alcampo.es o a

través del correo electrónico escribenos@alcampo.es. Dicho formulario se deriva automáticamente a la dirección de la tienda afectada, que gestiona la petición o reclamación del cliente. En el caso de una recepción directa en el buzón de escribenos@alcampo.es, se deriva a la persona responsable del área afectada.

Para aquellas personas que prefieran realizar sus quejas, reclamaciones o sugerencias de manera presencial, todas las tiendas cuentan con buzones junto a los mostradores de información, donde quienes lo deseen pueden depositar los formularios en papel disponibles, una vez rellenos. La gestión de dicho buzón es diaria y depende directamente de la dirección de las tiendas.

Los usuarios del servicio de comercio online de www.alcampo.es que tienen alguna dificultad en la navegación, o en cualquier otra fase de su compra, pueden recurrir al teléfono de ayuda de *e-commerce* (91 730 66 66 Ext. 2268), que es atendido de lunes a viernes de 8:30 a 18:00 horas. Cuando la consulta o reclamación es relativa a aspectos de preparación, entrega o envío del pedido, se remite directamente a la tienda afectada.

En 2020 Alcampo S.A ha recibido y resuelto 19.863 quejas y reclamaciones, siendo 2.648 reclamaciones oficiales.

Respecto a la solución de las reclamaciones y quejas, cabe indicar que, la empresa tiene el firme compromiso de responder a los clientes en un máximo de 48 horas.

3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Impuestos sobre beneficios pagados: 36.316.380 €.

Subvenciones recibidas⁴: 108.834,57 €.

Donaciones realizadas⁵: 419.638,80 €.

⁴ Corresponden a imputaciones de las subvenciones públicas recibidas durante el ejercicio.

⁵ Se incluye la valoración económica de las donaciones de alimentos.

Tablas de Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos incluidos en el Estado de información No Financiera del Grupo

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado
Modelo de Negocio		
Descripción del modelo de negocio del grupo	- Descripción del modelo de negocio. - Presencia geográfica. - Objetivos y estrategias. - Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura.	GRI 102-2, GRI 102-4, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-15
Principales riesgos	- Principales riesgos e impactos derivados de las actividades del grupo, así como la gestión de los mismos.	GRI 102-11, GRI 102-15
Información sobre cuestiones medioambientales		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
General	- Efectos de la actividad de la empresa en el medioambiente, la salud y la seguridad.	GRI 102-15, GRI 102-29, GRI 102-31
	- Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	GRI 102-11, GRI 102-29, GRI 102-30
	- Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	GRI 102-29
	- Aplicación del principio de precaución.	GRI 102-11
	- Provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 307-1
Contaminación	- Medidas para prevenir la contaminación.	GRI 103-2, GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 305-5, GRI 305-7

Economía Circular y prevención y gestión de residuos	- Medidas de prevención y gestión de residuos.	GRI 103-2, GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 301-3, GRI 303-3, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3
Uso sostenible de los recursos	- Consumo de materias primas.	GRI 301-1
	- Consumo directo e indirecto de energía. - Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. - Uso de energías renovables.	GRI 103-2, GRI 302-1, GRI 302-2, GRI 302-4, GRI 302-5
Cambio Climático	- Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).	GRI 305-2, GRI 305-3
	- Medidas para adaptarse al Cambio Climático.	GRI 102-15, GRI 103-2, GRI 201-2, GRI 305-5
	- Metas de reducción de emisiones GEI.	GRI 103-2
Protección de la biodiversidad	- Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 103-2, GRI 304-3
	- Impactos causados por la actividad.	GRI 304-2
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8, GRI 103-2
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 103-2

Formación	- Políticas de formación.	GRI 103-2, GRI 404-2
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2
	- Medidas para promover el empleo.	
	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	
	- Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.	GRI 103-2, GRI 406-1
Información sobre el respeto de los derechos humanos		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3 GRI 412-2
Derechos Humanos	- Aplicación de procedimientos de debida diligencia.	GRI 102-17, 103-2, GRI 419-1
	- Medidas de prevención y gestión de los posibles abusos cometidos.	
	- Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.	
	- Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.	
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 205-2
Corrupción y soborno	- Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 103-2

	- Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	
Información sobre la sociedad		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	- Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	GRI 203-1, GRI 203-2, GRI 204-1, GRI 413-1, GRI 413-2
	- Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	
	- Relaciones mantenidas con las comunidades locales.	GRI 102-43, GRI 413-1
	- Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 102-13, GRI 203-1, GRI 201-1
Subcontratación y proveedores	- Inclusión de cuestiones ESG en la política de compras.	GRI 102-9, GRI 103-3, GRI 407-1, GRI 409-1, GRI 414-2
	- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	
	- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	
Consumidores	- Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 103-2, GRI 416-1, GRI 416-2, GRI 417-1

Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario

Contenidos de la Ley 11/2018 EINF		Estándar utilizado	Página del Informe
Información sobre cuestiones medioambientales			
Uso sostenible de los recursos	- Consumo de agua.	GRI 303-5	1.1. Uso sostenible de los recursos. Consumo de agua.
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal			
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1	2.1. Empleo
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.		2.1. Empleo
	- Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.		2.1. Empleo
	- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.		2.1. Empleo
	- Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	GRI 102-35, GRI 102-36, GRI 201-3, GRI 202-1, GRI 405-2	2.1. Empleo
	- Brecha Salarial.		2.1. Empleo
	- Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.		2.1. Empleo
	- Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.		2.1. Empleo Nota 22 de las CC.AA. de Alcampo S.A.
	- Medidas de desconexión laboral.	GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
	- Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	2.1 Empleo

Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8, GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
	- Número de horas de absentismo.	GRI 403-2	2.1 Empleo
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1	2.3 Salud y Seguridad
	- Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.	GRI 403-9	2.3 Salud y Seguridad
	- Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.	GRI 403-10	2.3 Salud y Seguridad
Relaciones Sociales	- Organización del diálogo social.	GRI 102-43, GRI 402-1, GRI 403-1, GRI 403-4	2.4 Relaciones sociales
	- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo.	GRI 102-41	2.4 Relaciones sociales
	- Balance de los convenios colectivos en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1, GRI 403-4	2.4 Relaciones sociales
Formación	- Horas totales de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	2.5 Formación
Accesibilidad	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 103-2	2.6 Accesibilidad
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2	2.7 Igualdad
	- Planes de igualdad.		2.7 Igualdad
	- Medidas para promover el empleo.		2.7 Igualdad
	- Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.		2.7 Igualdad

	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.		2.6 Accesibilidad
	- Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.	GRI 103-2, GRI 406-1	2.6 Accesibilidad / 2.7 Igualdad
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Corrupción y soborno	- Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 103-2, GRI 207-4, GRI 203-3, GRI 415-1	3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.
Información sobre la sociedad			
Consumidores	- Sistema de gestión de reclamaciones y quejas recibidas.	GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 418-1	3.1 Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas
Información fiscal	- Beneficios obtenidos por el país.	GRI 207-4	Nota 3 de las CC.AA. de Alcampo S.A.U.
	- Impuestos sobre beneficios pagados.		3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas
	- Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas

Anexo 3 – SOCIEDAD HISPÁNICA DE DESARROLLO S.A.U.

Naturaleza y alcance del Informe

El presente Estado de información no financiera Complementario (en adelante EINFC) se publica en cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Como consecuencia de la mayor exigencia en materia de desglose de información no financiera de la normativa española respecto a la francesa, Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U (Sociedad Unipersonal) presenta en este anexo la información no recogida en el documento denominado "Informe no financiero Auchan Holding 2020" y que es necesaria para el cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En concreto quedarán recogidas las siguientes informaciones requeridas:

- Información sobre cuestiones medioambientales
 - Uso sostenible de los recursos: Consumo de agua
- Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal
- Información sobre la sociedad
 - Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas
 - Información fiscal: los beneficios obtenidos, los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Toda la información integrada en este documento es relativa a la empresa Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U (Sociedad Unipersonal), que cuenta al 31 de diciembre de 2020 con 2 establecimientos de su propiedad y 2 gasolineras, en ambos casos sitos en el País Vasco.

Los Administradores de Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U (Sociedad Unipersonal) formulan el presente EINFC, dando respuesta de este modo a los aspectos no cubiertos en el Estado de información no financiera del Grupo, según el análisis que han realizado. En la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario" se identifica la información complementaria presentada en este informe y en la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera del Grupo" la información incluida en el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio 2020.

El EINFC se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario" incluida en el presente informe.

El presente EINFC correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020 se presenta como un anexo del Informe no financiero de Auchan Holding.

Análisis de materialidad

El Grupo ha implementado un programa de gestión de riesgos basado en las mejores prácticas. Utiliza un método de análisis de riesgos basado en *COSO ERM*.

El objetivo es garantizar que los riesgos más importantes se identifiquen, evalúen y aborden utilizando los métodos más eficaces, considerando que un riesgo es un evento potencial que, de materializarse, podría tener un impacto positivo o negativo en la consecución de los objetivos de Auchan Retail.

El Grupo ha identificado los siguientes riesgos agrupados en tres ámbitos y a los cuales da respuesta en el Informe no financiero Auchan Holding 2020 o en el presente Anexo de información no financiera.

Categoría de riesgo	Subcategoría de riesgo	Riesgos
Salud y seguridad y vigilancia de la sociedad civil	Colaboradores	No respeto del equilibrio de la vida profesional y personal
		Gestión de carreras en no igualdad de condiciones
		Salud y seguridad en el trabajo
	Productos	Impacto en la seguridad y la higiene en la cadena de transformación de los productos alimentarios comercializados
		Impacto sanitario asociado con el almacenamiento, la gestión en los almacenes y la entrega de productos a los clientes
Derechos Humanos y libertades fundamentales		Diferencias de retribución
		Frenos a la diversidad cultural/ discriminación
		Tratamiento discriminatorio asociado con las opiniones políticas o sindicales
		Trabajo forzado y trabajo infantil
Medio Ambiente		Riesgo climático
		Prácticas agrícolas o métodos de producción y selección de materias primas no sostenibles
		Impacto medioambiental vinculado a la puesta en el mercado de embalajes no reciclables (plásticos en particular)
		Incorrecta gestión de los residuos
		Desperdicio alimentario y no alimentario
		Exceso de consumo energético de centros, tiendas y almacenes
		Falta de trazabilidad de las materias primas y los ingredientes que entran en la composición de los productos distribuidos.
		Emisiones de gases de efecto invernadero
		No respeto del bienestar animal
		Agotamiento de los recursos
		Control del conjunto de la cadena de valor

o. Información sobre COVID-19

El ejercicio de 2020 ha estado marcado por la pandemia de COVID-19, pandemia que sigue marcando 2021, año donde se continúan desarrollando planes de acción al respecto. No obstante, la información indicada en este documento hace referencia a las acciones llevadas a cabo en 2020.

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A activó los planes de contingencia pertinentes para dar respuesta a las necesidades que surgieron a lo largo del año y puso en marcha los mecanismos necesarios para asegurar el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en un primer momento, y del resto tras el estado de alarma en sus tiendas velando, en todo momento, por la salud y seguridad de los colaboradores y los clientes. La compañía cuenta con el certificado de Gestión Responsable COVID 19 otorgado por Full Audit.

Respecto a los **trabajadores** cabe indicar que el impacto en la plantilla se tradujo en 108 casos de COVID durante el período del reporting. Cabe destacar que no se han realizado ERTes.

A continuación, quedan listadas las medidas tomadas en el ámbito interno de la compañía y dirigidas principalmente a los trabajadores:

Seguimiento: Se puso en marcha Comité de Crisis con reuniones bien diarias hasta el fin del Estado de Alarma, y de varios días a la semana al finalizar el mismo.

Reconocimiento: Asimismo los colaboradores de tiendas y logística recibieron una prima del 20% del salario del mes de marzo así como un día más de vacaciones como reconocimiento a su aportación a la sociedad en una situación excepcional como la que se vivió, trabajando con esfuerzo para asegurar a sus conciudadanos el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en cada una de las tiendas Alcampo y en www.alcampo.es

Facilitar el trabajo: Para los colaboradores de los servicios de apoyo se puso en marcha el teletrabajo hasta el fin del primer estado de alarma y se reanudó tras el verano durante el 33% del tiempo efectivo de trabajo.

Entrega y facilitación de productos higiénico-sanitarios: Se facilitaron a los colaboradores las mascarillas, viseras, gel, mamparas y todos los productos de protección necesarios.

Higienización de instalaciones, establecimiento de aforos: Se intensificó la limpieza general y desinfección de las instalaciones y en concreto de aquellas que o bien reúnan al personal o sean especialmente sensibles (aseos, salas de reposo,...), poniendo el acento en: grifos y lavabos, pomos y tiradores, máquinas expendedoras, barandillas, escaleras y aparatos cotidianos de uso común (microondas, ordenadores, tablet, teléfonos etc.). Se establecieron los aforos necesarios para garantizar la distancia de seguridad en las áreas de trabajo comunes.

Creación de protocolos de prevención: Se pusieron en marcha protocolos propios de actuación con colaboradores que presentaban síntomas así como con aquellos asintomáticos que hubieran tenido contacto con una persona con diagnóstico positivo.

Puesta en marcha de « salas Blancas » en el 100% de centros: Se instalaron salas blancas en cada uno de los centros donde poder acceder a la toma de temperatura de cada uno de

los colaboradores que presentaran síntomas o bien desearan hacerse dicho control, creando un protocolo ad hoc para actuar en función del resultado.

Protecciones adicionales: Para prevenir contagios entre el personal de cajas y los clientes, se incorporaron pantallas de metacrilato en todas las cajas de salida, módulos de “Cajamiga” y mostradores de información.

Comunicación e información: Se habilitaron espacios de información permanente a través de canales *off* y *on-line* siempre basada en las recomendaciones de las autoridades sanitarias. Asimismo, se creó un módulo de formación, *on-line* y un chat interno para resolver dudas acerca de las medidas preventivas a adoptar por los colaboradores.

Servicio de apoyo emocional: Se puso en marcha un canal de apoyo emocional para todos los colaboradores de la compañía que lo precisaran y que sigue vigente.

A continuación, quedan listadas las medidas preventivas tomadas en las **tiendas Alcampo**:

Control de aforo: se controla el aforo que asegure distancia preventiva entre clientes y colaboradores, con personal de seguridad o personal propio.

Puntos de elementos higiénicos: Se crearon puntos donde se ofrecía a los clientes guantes, hidrogel y papel desechable.

Seguridad y limpieza: Se reforzó el servicio de seguridad, así como los efectivos de limpieza y desinfección, que aumentaron las labores de higienización, con especial atención a los carros de compra y cestas.

Información y sensibilización: Se reforzó la información en los canales de comunicación al cliente (megafonía, cartelería, página web, etc.) sobre la necesidad de:

- Usar obligatoriamente guantes desechables en secciones de frutas y verduras a granel, así como en aquellas donde está ya prescrito.
- Usar mascarilla para entrar en las tiendas
- Llevar a cabo las medidas higiénicas básicas: lavarse las manos, toser en el codo, no tocarse la cara, etc.
- Permanecer en las tiendas el mínimo tiempo posible y comprar las cantidades habituales.
- Respetar en todo caso la distancia necesaria, más de 2m, con otros clientes, así como con colaboradores de la compañía.
- Evitar el pago en efectivo, priorizando el uso de pago por móvil o tarjetas contactless. En este sentido, con el fin de reducir el contacto del cliente con los terminales de pago, se ha ampliado hasta 50€ el máximo establecido para introducir el pin con la tarjeta contactless.
- Realizar la compra durante todo el horario disponible evitando acudir a las horas de mayor afluencia.

Suspensión de servicios: Se suspendieron temporalmente diversos servicios y venta de productos que, en alguno de los casos se han vuelto a retomar como venta de productos a granel, zumo recién exprimido, cortadoras de pan, etc.

Protocolo de pasos por caja/mostradores, zonas de no alimentación, entregas a domicilio, devoluciones etc.: Se establecieron protocolos para garantizar la distancia de seguridad entre clientes y personal de Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U, así como para las devoluciones y para las entregas de pedidos en los domicilios del cliente.

Otras medidas: Además de las medidas de higiene y seguridad, se tomaron otras para beneficiar a los más vulnerables así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos. En este sentido, se ampliaron las ya existentes cajas prioritarias para personas con discapacidad o mujeres embarazadas a personas mayores, así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos. Asimismo, se incrementó el número de dichas cajas para estos colectivos, incluyendo al menos 1 o 2 cajas de autochecking (Cajamiga) en aquellos centros donde estén presentes. Las personas mayores, personas con discapacidad, mujeres embarazadas, personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos tenían prioridad de atención en mostradores. También se priorizó el paso en tiendas en caso de colas

La compañía puso en marcha un nuevo servicio destinado a facilitar la compra de electrodomésticos y productos de tecnología a través de *WhatsApp Business*, que permitía conectar directamente al comprador y vendedor a través de chat, videollamada o llamada de voz.

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U también aportó al desarrollo de productores que vieron afectado su negocio por el cierre de otros canales de distribución así como por el apoyo a colectivos vulnerables a través de organizaciones no gubernamentales.

1. Información sobre cuestiones medioambientales

1.1. Uso sostenible de los recursos. Consumo de agua

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U mantiene el firme objetivo de desarrollarse respetando el medio ambiente y luchando contra el cambio climático, algo que conlleva la asunción de políticas y planes de acción alineados con las prioridades fijadas por Naciones Unidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La empresa lleva años desarrollando un proyecto de racionalización del consumo de agua, trabajando en la identificación de las ineficiencias e incorporando mejoras técnicas orientadas a disminuir el consumo de agua.

El consumo de agua de 2020 ha sido de 328 l/m2 sala de venta.

2. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Como actor económico humano y responsable, Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U pone a las personas en el centro y asume el proyecto humano de Auchan Retail, cuyo objetivo es asegurar el bienestar, el desarrollo así como dar de sentido al trabajo de todos y cada uno de los empleados de la compañía, elevándose en el caso de Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U a 436 personas.

En 2020, la compañía renovó la certificación **Top Employer** otorgada por **Top Employers Institute**, que reconoce a la empresa por su política de Recursos Humanos, así como por el entorno de trabajo que ofrece a sus colaboradores. Las organizaciones certificadas como **Top Employers** ponen a las personas en el centro de su actividad, fomentando el desarrollo del talento y el bienestar en el trabajo.

A continuación, se detalla la información relativa a empleo, organización del trabajo, salud y seguridad, relaciones sociales, formación, accesibilidad universal e igualdad.

2.1 Empleo

2.1.1 Total de empleados por clasificación profesional, sexo, tipo de contratación y tiempo de trabajo

Clasificación Profesional	Total Efectivos			
	Hombre		Mujer	
Empleados	89	20%	297	68%
Mandos	27	6%	23	5%
Total	116	27%	320	73%

Tabla 1: Total Efectivos

2.1.2 Distribución de empleados por edad

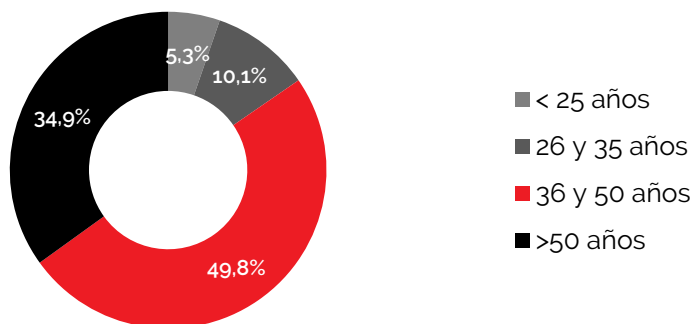


Gráfico 1: Distribución empleados por edad

2.1.3 Distribución empleados contratación determinada (CD), contratación indefinida (CI), tiempo completo (TC) y tiempo parcial (TP).

Clasificación por edad y sexo	Empleados		Mandos		Total
	CD	CI	CD	CI	
<25 años	16	7	0	0	23
Hombre	9	2	0	0	11
Mujer	7	5	0	0	12
26 y 35 años	10	27	0	7	44
Hombre	5	9	0	6	20
Mujer	5	18	0	1	24
36 y 50 años	23	173	0	21	217
Hombre	6	36	0	9	51
Mujer	17	137	0	12	166
> 50 años	7	123	0	22	152
Hombre	2	20	0	12	34
Mujer	5	103	0	10	118
Total	56	330	0	50	436

Tabla 2: Tipo de Contratación.

Clasificación por edad y sexo	Empleados		Mandos		Total
	TC	TP	TC	TP	
<25 años	7	16	0	0	23
Hombre	3	8	0	0	11
Mujer	4	8	0	0	12
26 y 35 años	19	18	7	0	44
Hombre	11	3	6	0	20
Mujer	8	15	1	0	24
36 y 50 años	117	79	19	2	217
Hombre	32	10	9		51
Mujer	85	69	10	2	166
> 50 años	78	52	20	2	152
Hombre	17	5	12	0	34
Mujer	61	47	8	2	118
Total	221	165	46	4	436

Tabla 3: Tiempo de trabajo

2.1.4 Despidos efectuados por sexo y categoría profesional

Despidos												
Edad, sexo, Categoría Profesional	< 25 años		26 y 35 años		36 y 50 años		>50 años		Total		% Total plantilla	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Empleados	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,00%	0,34%
Mandos	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0,00%	4,35%
Total	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2	0,00%	0,63%
											0,46%	

Tabla 4. Despidos por edad, sexo y clasificación profesional

2.1.5. Remuneración media y brecha salarial

Clasificación Profesional	Remuneración (€)		
	Hombre	Mujer	Brecha
Empleados	17.412,05	17.829,34	-2,4%
Mandos	42.596,88	35.741,77	16,1%

Edad	< 25 años	26 y 35 años	36 y 50 años	>50
	14.957,07	22.297,98	19.917,51	19.574,78

Tabla 5 y 6. Media Salario

La remuneración reflejada en las tablas 5 y 6 ha sido calculada a partir de la remuneración total¹ de la plantilla a cierre del ejercicio sin incluir a la alta dirección, cuya remuneración se detalla en el apartado 2.1.5 Remuneración de consejeros y alta dirección.

La brecha salarial afecta a la categoría de "mandos" y se explica por una cuestión generacional y restringida al colectivo de mayores de 50 años y, como consecuencia, con mayor antigüedad en la compañía. Este colectivo acompañó el importante desarrollo y crecimiento de la empresa en España.

En esta categoría profesional, aquellos de más de 50 años representan el 44% de la misma, siendo hombres el 45,5%.

2.1.5. Remuneración de consejeros y alta dirección

La Sociedad no tiene personal de alta dirección.

2.1.6. Absentismo

La tasa de absentismo en Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U ha ascendido al 7,95% en 2020*

* Tasa calculada en base al total de horas de absentismo, 54.299 horas, que no tienen en cuenta las ausencias por riesgo de embarazo, maternidad/paternidad ni lactancia

2.1.7. Inclusión laboral de personas con discapacidad

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U, como empresa responsable, aporta valor en la creación de una sociedad más justa donde la igualdad de oportunidades es una realidad.

En 2017 se sumó al compromiso asumido públicamente por Auchan Retail España, que firmó el Convenio Inserta, por el que extendió la apuesta por la creación de empleo para personas con discapacidad a todos los centros: hipermercados, **supermercados**, oficinas y plataformas logísticas.

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U, ha cerrado 2020 con 14 personas con discapacidad en plantilla, suponiendo un 3,15%² de tasa de inclusión laboral.

2.2. Organización del trabajo

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U, se acoge a los principios recogidos en el Convenio Colectivo de Grandes Almacenes así como en el Plan de Igualdad de Alcampo S.A.

La información se completa con las tablas del epígrafe 2.1 relativo a la distribución de trabajo a tiempo completo y a tiempo parcial.

2.3 Salud y seguridad

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U tiene el compromiso de asegurar el bienestar y la seguridad de todos en el trabajo, mejorando la calidad de vida de los trabajadores, luchando

¹ Calculado a partir del modelo 190

² Calculado con respecto a una plantilla de 381 empleados que responden a los cálculos de plantilla según se establece en la Ley de Discapacidad.

contra las situaciones de precariedad, previniendo riesgos ligados a la salud y trabajando por la seguridad en el trabajo.

Sociedad Hispánica de Desarrollo tiene contratado el servicio de una Mutua de Accidentes de Trabajo (FREMAP) a la que cede la parte de gestión de las prestaciones de Incapacidad Temporal, así como lo relativo a los procesos de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, que permite adelantar pruebas médicas y reducir el tiempo de espera, fomentando el bienestar de los empleados.

Por otro lado, Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A-U tiene un contrato con la empresa de servicios Quirón Salud para dos de las especialidades preventivas: Vigilancia de la Salud e Higiene Industrial. Asimismo, la empresa ejerce el derecho al control de la salud de sus colaboradores/as prevista en el art 20.4 del Estatuto de los Trabajadores a través de la empresa Job Medical.

Además, existen planes de inversión anuales específicos por tienda, y se hacen evaluaciones de riesgo periódicas, evaluaciones que se realizan de manera puntual cuando existen cambios en las instalaciones o en los puestos de trabajo. En las gasolineras se hacen auditorías de Prevención cada seis meses, así como una medición de atmósferas explosivas (ATEX).

Cabe añadir que todas las personas que lo precisan cuentan con equipos de protección individual que les son entregados por Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U. Asimismo se imparte información sobre los riesgos del puesto de trabajo y formación postural y ergonómica.

En 2020, el número de accidentes de trabajo laborales ascendió a 25 y las enfermedades profesionales a 1 según el siguiente desglose:

Accidentes de trabajo	Hombre		Mujeres		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Número	10	8,60	15	4,70	25	5,75
Tasa de gravedad	N.D.	0,40	N.D.	0,49	N.D.	0,47
Tasa de frecuencia	N.D.	49,87	N.D.	25,83	N.D.	32

Tabla 7 Accidentes

Enfermedades profesionales	Hombres	Mujeres	Total
Número de personas afectadas	0	1	1
Tasa de gravedad de las enfermedades profesionales	0	0,14	0,10
Tasa de frecuencia de las enfermedades profesionales	0	1,72	1,28

Tabla 8 Enfermedades profesionales.

2.4. Relaciones Sociales

2.4.1 Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.

En Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U hay 2 Comités de Empresa, uno en cada centro de trabajo. El situado en Oiartzun cuenta con 7 miembros en dicho comité y el situado en Irún con 9 miembros.

El total de representantes legales de los trabajadores es de 16 miembros de comités de empresa. 5 pertenecen a CC.OO., 4 pertenecen a UGT, 4 pertenecen a ELA, 2 pertenecen a LAB y 1 a FETICO.

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

Una de las medidas puestas en marcha para asegurar el modelo de feedback permanente son las llamadas "Conversaciones del Talento". Con esta herramienta se establecen breves conversaciones trimestrales donde prima la cercanía y el interés por la persona, así como su plan individualizado de mejora y desarrollo.

Estas conversaciones permiten reconocer a cada persona y asegurar el interés por su desarrollo, ayudar a cada una de las personas a progresar y desarrollarse, tal y como se recoge en el proyecto humano de la compañía.

Respecto a la digitalización, todos los empleados cuentan con identidad digital. Asimismo, el 100% de la plantilla tiene acceso a las comunidades *Currents*, cuyo objetivo es conectar a la totalidad de los colaboradores a un útil colaborativo que favorece la expresión, el intercambio, el aprendizaje y la co-construcción.

2.4.2 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo

El 100% de empleados de la compañía están cubiertos por el Convenio Colectivo Estatal de Grandes Almacenes.

2.4.3 Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo

El Convenio Colectivo de Grandes Almacenes 2017-20, en su artículo 48, sobre Seguridad y Salud a nivel de empresa, contempla la posibilidad de que, además de los Comités de Seguridad y Salud de cada centro de trabajo, el Comité Intercentros pueda asumir funciones en esta materia cuando concurren situaciones similares que afecten a más de un centro de trabajo.

En este sentido, en Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U se ha constituido un Comité de Seguridad y Salud delegado del Comité Intercentros, que trata a nivel sociedad de asuntos relacionados con la Seguridad y Salud de sus colaboradores/as

2.5 Formación

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U recoge en su proyecto humano el compromiso de trabajar para asegurar la realización personal y profesional de sus colaboradores. Para ello, entre otros, se ponen en marcha planes de formación orientados a mejorar y desarrollar las competencias de las personas de la compañía, que son ofrecidos por Alcampo S.A, sociedad matriz que cuenta con dos centros de formación propios en las provincias de Madrid y Zaragoza, así como con una plataforma de formación *e-learning* a la que puede acceder la totalidad de la compañía.

En dicha plataforma se ofrecen además de módulos específicos para garantizar la excelencia en la gestión de los oficios como pueden ser carnicería, pescadería, etc., los relativos al desarrollo de habilidades y competencias y aquellos orientados a la profundización y sensibilización en compromisos de desarrollo sostenible y versan entre otros, en eficiencia energética, reducción del consumo de agua o inclusión de personas de discapacidad.

En 2020 Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U impartió 4.079 horas de formación, siendo un 78,2% para el colectivo de empleados y un 21,8% para mandos.

Clasificación profesional	Total horas formación	
	Nº	%
Empleados	3.188	78,2%
Mandos	891	21,8%
Total	4.079	100%

Tabla 9 Reparto de formación por clasificación profesional.

2.6 Accesibilidad universal

Que todos sus clientes puedan comprar en igualdad de condiciones es una máxima para Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U que trabaja para contar con productos y servicios accesibles para todos, algo por lo que es reconocido en la sociedad.

Asegurar un comercio sin barreras es un eje en el que la compañía trabaja desde hace años y en el que ha sido pionera. De hecho, ya en 2003 se introdujeron los primeros productos de marca propia etiquetados en braille, contando en la actualidad con más 300 referencias con este sistema de lectoescritura.

Además, todos sus hipermercados cuentan con un abanico de servicios que propician la accesibilidad universal como los carros de compra para sillas de ruedas, los mostradores adaptados, los bucles de inducción magnética o el servicio SVisual de videointerpretación en Lengua de Signos.

Además, se cuenta con paneles de pictogramas en todos los clubes infantiles Rik&Rok destinados a facilitar la comunicación con niños y niñas con trastorno del espectro autista o con diversidad funcional. Los paneles han sido diseñados por la asociación Menteazul, utilizando los pictogramas de ARASAAC (Portal Aragonés de la Comunicación Aumentativa y Alternativa).

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U incluyó en sus centros pictogramas dirigidos a facilitar la comprensión de las medidas adoptadas con motivo de la pandemia a personas

con dificultades cognitivas (TEA, Asperger,...), personas con discapacidad, personas mayores, etc.

2.7 Igualdad

Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U. se suma al II Plan de Igualdad de Alcampo S.A., vigente que recoge medidas concretas para impulsar la igualdad efectiva entre mujeres y hombres. Este plan diseñado para el conjunto de la plantilla cuenta con un objetivo múltiple: asegurar una mejor conciliación de la vida personal y profesional, así como un desarrollo profesional equilibrado de todas las personas. Además, favorece la corresponsabilidad de mujeres y hombres e incorpora la perspectiva de género en la gestión de la empresa, en todas sus políticas y a todos los niveles.

En dicho plan se fomenta el reclutamiento "universal", incluyendo a toda la plantilla que se ajuste al perfil de competencias requerido, seleccionando el mejor talento de acuerdo con las mejores prácticas profesionales de igualdad, en ausencia de toda discriminación basada en el sexo, y eliminando la segregación horizontal y vertical.

Al igual que respecto a la Selección, el objetivo en la promoción y el desarrollo profesional es mantener y potenciar el desarrollo de personas diversas, y eso se extiende a la diversidad por razón de sexo en todas las funciones y niveles jerárquicos.

Por lo tanto, se trata de favorecer el acceso de personas del sexo más subrepresentado a los grupos profesionales en los que tenga una menor presencia, hasta alcanzar una presencia paritaria.

Cabe destacar asimismo que la compañía cuenta con un **protocolo de acoso** ante cualquier tipo de situaciones, pactado con los representantes legales de los trabajadores.

3. Información sobre la sociedad

3.1 Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas

La escucha al cliente es una máxima para la compañía. Por ello pone en marcha diversos canales de comunicación que permitan gestionar las sugerencias, quejas o reclamaciones de los mismos.

Los clientes y resto de grupos de interés pueden comunicarse a través de llamadas directas a los propios hipermercados, cuyos teléfonos están disponibles a través de las herramientas de comunicación propias físicas y digitales de la compañía, así como en buscadores.

Otro de los canales de contacto con la empresa para realizar una sugerencia, reclamación o felicitación es el formulario "Escribenos" disponible en la página web www.alcampo.es o a través del correo electrónico escribenos@alcampo.es. Dicho formulario se deriva automáticamente a la dirección de la tienda afectada, que gestiona la petición o reclamación del cliente. En el caso de una recepción directa en el buzón de escribenos@alcampo.es, se deriva a la persona responsable del área afectada.

Para aquellas personas que prefieran realizar sus quejas, reclamaciones o sugerencias de manera presencial, todas las tiendas cuentan con buzones junto a los mostradores de información, donde quienes lo deseen pueden depositar los formularios en papel

disponibles, una vez rellenos. La gestión de dicho buzón es diaria y depende directamente de la dirección.

Los usuarios del servicio de comercio online de www.alcampo.es que tienen alguna dificultad en la navegación, o en cualquier otra fase de su compra, pueden recurrir al teléfono de ayuda de *e-commerce* (91 730 66 66 Ext. 2268), que es atendido de lunes a viernes de 8:30 a 18:00 horas. Cuando la consulta o reclamación es relativa a aspectos de preparación, entrega o envío del pedido, se remite directamente a la tienda afectada.

En 2020 Sociedad Hispánica de Desarrollo S.A.U ha recibido y resuelto 404 quejas y reclamaciones, siendo 20 reclamaciones oficiales.

Respecto a la solución de las reclamaciones y quejas, cabe indicar que, la empresa tiene el firme compromiso de responder a los clientes en un máximo de 48 horas.

3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Impuestos sobre beneficios pagados: 1.264.316,58 €

Subvenciones recibidas³: 42.264,76 €.

Donaciones realizadas: 2.090,95 €

³ Corresponden a imputaciones de las subvenciones públicas recibidas durante el ejercicio.

Tabla de Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos incluidos en el Estado de Información No Financiera del Grupo

Contenidos de la Ley 11/2018 EINF		Estándar utilizado
Modelo de Negocio		
Descripción del modelo de negocio del grupo	- Descripción del modelo de negocio. - Presencia geográfica. - Objetivos y estrategias. - Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura.	GRI 102-2, GRI 102-4, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-15
Principales riesgos	- Principales riesgos e impactos derivados de las actividades del grupo, así como la gestión de los mismos.	GRI 102-11, GRI 102-15
Información sobre cuestiones medioambientales		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
General	- Efectos de la actividad de la empresa en el medioambiente, la salud y la seguridad.	GRI 102-15, GRI 102-29, GRI 102-31
	- Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	GRI 102-11, GRI 102-29, GRI 102-30
	- Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	GRI 102-29
	- Aplicación del principio de precaución.	GRI 102-11
	- Provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 307-1
Contaminación	- Medidas para prevenir la contaminación.	GRI 103-2, GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 305-5, GRI 305-7
Economía Circular y prevención y gestión de residuos	- Medidas de prevención y gestión de residuos.	GRI 103-2, GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 301-3, GRI 303-3, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3
Uso sostenible de los recursos	- Consumo de materias primas.	GRI 301-1
	- Consumo, directo e indirecto de energía.	GRI 103-2, GRI 302-1, GRI 302-2, GRI 302-4, GRI 302-5
	- Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. - Uso de energías renovables.	

Cambio Climático	- Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).	GRI 305-2, GRI 305-3
	- Medidas para adaptarse al Cambio Climático.	GRI 102-15, GRI 103-2, GRI 201-2, GRI 305-5
	- Metas de reducción de emisiones GEI.	GRI 103-2
Protección de la biodiversidad	- Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 103-2, GRI 304-3
	- Impactos causados por la actividad.	GRI 304-2
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8, GRI 103-2
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 103-2
Formación	- Políticas de formación.	GRI 103-2, GRI 404-2
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2
	- Medidas para promover el empleo.	
	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	
	- Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.	GRI 103-2, GRI 406-1
Información sobre el respeto de los derechos humanos		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3 GRI 412-2
Derechos Humanos	- Aplicación de procedimientos de debida diligencia.	GRI 102-17, 103-2, GRI 419-1

	- Medidas de prevención y gestión de los posibles abusos cometidos.	
	- Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.	
	- Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.	
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 205-2
Corrupción y soborno	- Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 103-2
	- Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	
Información sobre la sociedad		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	- Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	GRI 203-1, GRI 203-2, GRI 204-1, GRI 413-1, GRI 413-2
	- Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	
	- Relaciones mantenidas las comunidades locales.	GRI 102-43, GRI 413-1
	- Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 102-13, GRI 203-1, GRI 201-1
Subcontratación y proveedores	- Inclusión de cuestiones ESG en la política de compras.	GRI 102-9, GRI 103-3, GRI 407-1, GRI 409-1, GRI 414-2
	- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	
	- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	
Consumidores	- Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 103-2, GRI 416-1, GRI 416-2, GRI 417-1

Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario

Contenidos de la Ley 11/2018 EINF		Estándar utilizado	Página del Informe
Información sobre cuestiones medioambientales			
Uso sostenible de los recursos	- Consumo de agua.	GRI 303-5	1.1. Uso sostenible de los recursos. Consumo de agua.
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal			
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1	2.1. Empleo
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.		2.1. Empleo
	- Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.		2.1. Empleo
	- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.		2.1. Empleo
	- Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	GRI 102-35, GRI 102-36, GRI 201-3, GRI 202-1, GRI 405-2	2.1. Empleo
	- Brecha Salarial.		2.1. Empleo
	- Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.		2.1. Empleo
	- Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.		2.1. Empleo Nota 18 de las CC.AA. de SHD
	- Medidas de desconexión laboral.	GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
	- Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	2.1 Empleo
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8, GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
	- Número de horas de absentismo.	GRI 403-2	2.1 Empleo
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo

Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1	2.3 Salud y Seguridad
	- Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.	GRI 403-9	2.3 Salud y Seguridad
	- Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.	GRI 403-10	2.3 Salud y Seguridad
Relaciones Sociales	- Organización del diálogo social.	GRI 102-43, GRI 402-1, GRI 403-1, GRI 403-4	2.4 Relaciones sociales
	- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo.	GRI 102-41	2.4 Relaciones sociales
	- Balance de los convenios colectivos en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1, GRI 403-4	2.4 Relaciones sociales
Formación	- Horas totales de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	2.5 Formación
Accesibilidad	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 103-2	2.6 Accesibilidad
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2	2.7 Igualdad
	- Planes de igualdad.		2.7 Igualdad
	- Medidas para promover el empleo.		2.7 Igualdad
	- Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.		2.7 Igualdad
	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.		2.6 Accesibilidad
	- Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.	GRI 103-2, GRI 406-1	2.6 Accesibilidad / 2.7 Igualdad
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Corrupción y soborno	- Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 103-2, GRI 201-1, GRI 203-3, GRI 415-1	3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Información sobre la sociedad			
Consumidores	- Sistema de gestión de reclamaciones y quejas recibidas.	GRI 102-17, GRI 207-4, GRI 418-1	3.1 Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas
Información fiscal	- Beneficios obtenidos por país.	GRI 207-4	Nota 3 de las CC. AA. de SHD
	- Impuestos sobre beneficios pagados.		3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas
	- Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas

Anexo 4 – SUPERMERCADOS SABECO S.A.U.

Naturaleza y alcance del Informe

El presente Estado de información no financiera Complementario (en adelante EINFC) se publica en cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Como consecuencia de la mayor exigencia en materia de desglose de información no financiera de la normativa española respecto a la francesa, Supermercados Sabeco S.A.U presenta en este anexo la información no recogida en el documento denominado "Informe no financiero Auchan Holding 2020" y que es necesaria para el cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En concreto quedarán recogidas las siguientes informaciones requeridas:

- Información sobre cuestiones medioambientales
 - Uso sostenible de los recursos: Consumo de agua
- Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal
- Información sobre la sociedad
 - Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas
 - Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Toda la información integrada en este documento es relativa a la empresa Supermercados Sabeco S.A.U (Sociedad Unipersonal), que opera en España a través de 111 establecimientos de su propiedad y 14 gasolineras

Los Administradores de Supermercados Sabeco S.A.U formulan el presente EINFC, dando respuesta de este modo a los aspectos no cubiertos en el Estado de información no financiera del Grupo, según el análisis que han realizado. En la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario" se identifica la información complementaria presentada en este informe y en la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera del Grupo" la información incluida en el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio 2020.

El EINFC se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario" incluida en el presente informe.

El presente EINFC correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020 se presenta como un anexo del Informe no financiero Auchan Holding 2020.

Análisis de materialidad

El Grupo ha implementado un programa de gestión de riesgos basado en las mejores prácticas. Utiliza un método de análisis de riesgos basado en *COSO ERM*.

El objetivo es garantizar que los riesgos más importantes se identifiquen, evalúen y aborden utilizando los métodos más eficaces, considerando que un riesgo es un evento potencial que, de materializarse, podría tener un impacto positivo o negativo en la consecución de los objetivos de Auchan Retail.

El Grupo ha identificado los siguientes riesgos agrupados en tres ámbitos y a los cuales da respuesta en el Informe no financiero de Auchan Holding o en el presente Anexo de información no financiera.

Categoría de riesgo	Subcategoría de riesgo	Riesgos
Salud y seguridad y vigilancia de la sociedad civil	Colaboradores	No respeto del equilibrio de la vida profesional y personal
		Gestión de carreras en no igualdad de condiciones
		Salud y seguridad en el trabajo
	Productos	Impacto en la seguridad y la higiene en la cadena de transformación de los productos alimentarios comercializados
		Impacto sanitario asociado con el almacenamiento, la, gestión en los almacenes y la entrega de productos a los clientes
Derechos Humanos y libertades fundamentales		Diferencias de retribución
		Frenos a la diversidad cultural/ discriminación
		Tratamiento discriminatorio asociado con las opiniones políticas o sindicales
		Trabajo forzado y trabajo infantil
Medio Ambiente		Riesgo climático
		Prácticas agrícolas o métodos de producción y selección de materias primas no sostenibles
		Impacto medioambiental vinculado a la puesta en el mercado de embalajes no reciclables (plásticos en particular)
		Incorrecta gestión de los residuos
		Desperdicio alimentario y no alimentario
		Exceso de consumo energético de centros, tiendas y almacenes
		Falta de trazabilidad de las materias primas y los ingredientes que entran en la composición de los productos distribuidos.
		Emisiones de gases de efecto invernadero
		No respeto del bienestar animal
		Agotamiento de los recursos
		Control del conjunto de la cadena de valor

o. Información sobre COVID-19

El ejercicio de 2020 ha estado marcado por la pandemia de COVID-19, pandemia que sigue marcando 2021, año donde se continúan desarrollando planes de acción al respecto. No obstante, la información indicada en este documento hace referencia a las acciones llevadas a cabo en 2020.

Sabeco S.A.U activó los planes de contingencia pertinentes para dar respuesta a las necesidades que surgieron a lo largo del año y puso en marcha los mecanismos necesarios para asegurar el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en un primer momento, y del resto tras el estado de alarma en sus tiendas velando, en todo momento, por la salud y seguridad de los colaboradores y los clientes. La compañía cuenta con el certificado de Gestión Responsable COVID 19 otorgado por Full Audit.

Respecto a los **trabajadores** cabe indicar que el impacto en la plantilla se tradujo en 1.123 casos de COVID durante el período del reporting. Cabe destacar que no se han realizado ERTes.

A continuación, quedan listadas las medidas tomadas en el ámbito interno de la compañía y dirigidas principalmente a los trabajadores:

Seguimiento: Se puso en marcha Comité de Crisis con reuniones bien diarias hasta el fin del Estado de Alarma, y de varios días a la semana al finalizar el mismo.

Reconocimiento: Asimismo los colaboradores de tiendas y logística recibieron una prima del 20% del salario del mes de marzo así como un día más de vacaciones como reconocimiento a su aportación a la sociedad en una situación excepcional como la que se vivió, trabajando con esfuerzo para asegurar a sus conciudadanos el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en cada una de las tiendas Alcampo y en www.alcampo.es

Facilitar el trabajo: Para los colaboradores de los servicios de apoyo se puso en marcha el teletrabajo hasta el fin del primer estado de alarma y se reanudó tras el verano durante el 33% del tiempo efectivo de trabajo.

Entrega y facilitación de productos higiénico-sanitarios: Se facilitaron a los colaboradores las mascarillas, viseras, gel, mamparas y todos los productos de protección necesarios.

Higienización de instalaciones, establecimiento de aforos: Se intensificó la limpieza general y desinfección de las instalaciones y en concreto de aquellas que o bien reúnan al personal o sean especialmente sensibles (aseos, salas de reposo,...), poniendo el acento en: grifos y lavabos, pomos y tiradores, máquinas expendedoras, barandillas, escaleras y aparatos cotidianos de uso común (microondas, ordenadores, tablet, teléfonos etc.). Se establecieron los aforos necesarios para garantizar la distancia de seguridad en las áreas de trabajo comunes.

Creación de protocolos de prevención: Se pusieron en marcha protocolos propios de actuación con colaboradores que presentaban síntomas así como con aquellos asintomáticos que hubieran tenido contacto con una persona con diagnóstico positivo.

Puesta en marcha de « salas Blancas » en el 100% de centros: Se instalaron salas blancas en cada uno de los centros donde poder acceder a la toma de temperatura de cada uno de

los colaboradores que presentaran síntomas o bien desearan hacerse dicho control, creando un protocolo ad hoc para actuar en función del resultado.

Protecciones adicionales: Para prevenir contagios entre el personal de cajas y los clientes, se incorporaron pantallas de metacrilato en todas las cajas de salida, módulos de "Cajamiga" y mostradores de información.

Comunicación e información: Se habilitaron espacios de información permanente a través de canales *off* y *on-line* siempre basada en las recomendaciones de las autoridades sanitarias. Asimismo, se creó un módulo de formación, *on-line* y un chat interno para resolver dudas acerca de las medidas preventivas a adoptar por los colaboradores.

Servicio de apoyo emocional: Se puso en marcha un canal de apoyo emocional para todos los colaboradores de la compañía que lo precisaran y que sigue vigente.

A continuación, quedan listadas las medidas preventivas tomadas en las **tiendas Alcampo**:

Control de aforo: se controla el aforo que asegure distancia preventiva entre clientes y colaboradores, con personal de seguridad o personal propio.

Puntos de elementos higiénicos: Se crearon puntos donde se ofrecía a los clientes guantes, hidrogel y papel desechable.

Seguridad y limpieza: Se reforzó el servicio de seguridad, así como los efectivos de limpieza y desinfección, que aumentaron las labores de higienización, con especial atención a los carros de compra y cestas.

Información y sensibilización: Se reforzó la información en los canales de comunicación al cliente (megafonía, cartelería, página web, etc.) sobre la necesidad de:

- Usar obligatoriamente guantes desechables en secciones de frutas y verduras a granel, así como en aquellas donde está ya prescrito.
- Usar mascarilla para entrar en las tiendas
- Llevar a cabo las medidas higiénicas básicas: lavarse las manos, toser en el codo, no tocarse la cara, etc.
- Permanecer en las tiendas el mínimo tiempo posible y comprar las cantidades habituales.
- Respetar en todo caso la distancia necesaria, más de 2m, con otros clientes, así como con colaboradores de la compañía.
- Evitar el pago en efectivo, priorizando el uso de pago por móvil o tarjetas contactless. En este sentido, con el fin de reducir el contacto del cliente con los terminales de pago, se ha ampliado hasta 50€ el máximo establecido para introducir el pin con la tarjeta contactless
- Realizar la compra durante todo el horario disponible evitando acudir a las horas de mayor afluencia.

Suspensión de servicios: Se suspendieron temporalmente diversos servicios y venta de productos que, en alguno de los casos se han vuelto a retomar como venta de productos a granel, zumo recién exprimido, cortadoras de pan, etc.

Protocolo de pasos por caja/mostradores, zonas de no alimentación, entregas a domicilio, devoluciones etc.: Se establecieron protocolos para garantizar la distancia de seguridad entre clientes y personal de Sabeco S.A.U, así como para las devoluciones y para las entregas de pedidos en los domicilios del cliente.

Otras medidas: Además de las medidas de higiene y seguridad, se tomaron otras para beneficiar a los más vulnerables así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos. En este sentido, se ampliaron las ya existentes cajas prioritarias para personas con discapacidad o mujeres embarazadas a personas mayores, así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos. Asimismo, se incrementó el número de dichas cajas para estos colectivos, incluyendo al menos 1 o 2 cajas de autochecking (Cajamiga) en aquellos centros donde estén presentes. Las personas mayores, personas con discapacidad, mujeres embarazadas, personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos tenían prioridad de atención en mostradores. También se priorizó el paso en tiendas en caso de colas

Sabeco S.A.U también aportó al desarrollo de productores que vieron afectado su negocio por el cierre de otros canales de distribución así como por el apoyo a colectivos vulnerables a través de organizaciones no gubernamentales.

1. Información sobre cuestiones medioambientales

1.1. Uso sostenible de los recursos. Consumo de agua

Supermercados Sabeco S.A.U mantiene el firme objetivo de desarrollarse respetando el medio ambiente y luchando contra el cambio climático, algo que conlleva la asunción de políticas y planes de acción alineados con las prioridades fijadas por Naciones Unidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La empresa lleva años desarrollando un proyecto de racionalización del consumo de agua, trabajando en la identificación de las ineficiencias e incorporando mejoras técnicas orientadas a disminuir el consumo de agua.

El consumo de agua de 2020 ha sido de 797 l/m² sala de venta.

2. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Como actor económico humano y responsable, Supermercados Sabeco S.A.U pone a **las personas en el centro** y asume el proyecto humano de Auchan Retail, cuyo objetivo es asegurar el **bienestar**, el **desarrollo** así como dar de **sentido** al trabajo de todos y cada uno de los empleados de la compañía, elevándose en el caso de Supermercados Sabeco S.A.U a 4.308 personas.

En 2020, la compañía renovó la certificación **Top Employer** otorgada por **Top Employers Institute**, que reconoce a la empresa por su política de Recursos Humanos, así como por el entorno de trabajo que ofrece a sus colaboradores. Las organizaciones certificadas como **Top Employers** ponen a las personas en el centro de su actividad, fomentando el desarrollo del talento y el bienestar en el trabajo.

A continuación, se detalla la información relativa a empleo, organización del trabajo, salud y seguridad, relaciones sociales, formación, accesibilidad universal e igualdad.

2.1 Empleo

2.1.1 Número total y distribución de empleados por clasificación profesional y género

Clasificación Profesional	Total Efectivos			
	Hombre		Mujer	
Empleados	848	20%	3.227	75%
Mandos	134	3%	99	2%
Total	982	23%	3.326	77%
				4.308

Tabla 1. Total efectivos

2.1.2. Distribución empleados por edad

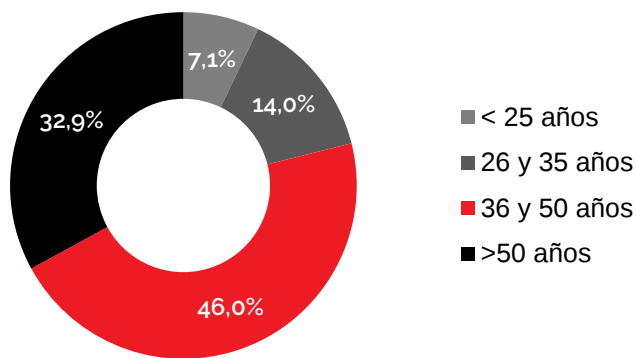


Gráfico 1: Distribución por edad.

2.1.3. Distribución empleados contratación determinada (CD), contratación indefinida (CI), tiempo completo (TC) y tiempo parcial (TP)

Clasificación por edad y sexo	Empleados		Mandos		Total
	CD	CI	CD	CI	
<25 años	146	156	0	4	306
Hombre	48	79	0	1	128
Mujer	98	77	0	3	178
26 y 35 años	157	412	0	34	603
Hombre	40	118	0	14	172
Mujer	117	294	0	20	431
36 y 50 años	182	1.711	0	88	1.981
Hombre	21	281	0	42	344
Mujer	161	1.430	0	46	1.637
> 50 años	98	1.213	9	98	1.418
Hombre	27	234	8	69	338
Mujer	71	979	1	29	1.080
Total	583	3.492	9	224	4.308

Tabla 2: Tipo de Contratación.

Clasificación por edad y sexo	Empleados		Mandos		Total
	TC	TP	TC	TP	
<25 años	62	240	4	0	306
Hombre	38	89	1	0	128
Mujer	24	151	3	0	178
26 y 35 años	252	317	34	0	603
Hombre	85	73	14	0	172
Mujer	167	244	20	0	431
36 y 50 años	1.172	721	88	0	1.981
Hombre	248	54	42	0	344
Mujer	924	667	46	0	1.637
> 50 años	800	511	97	10	1.418
Hombre	231	30	69	8	338
Mujer	569	481	28	2	1.080
Total	2.286	1.789	223	10	4.308

Tabla 3: Tiempo de trabajo

2.1.4 Despidos efectuados por sexo, edad y clasificación profesional

Despidos												
Edad, sexo, Categoría Profesional	< 25 años		26 y 35 años		36 y 50 años		>50 años		Total		% Total plantilla	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Empleados	8	7	11	17	9	47	13	43	41	114	4,83%	3,53%
Mandos	0	0	4	0	0	2	2	1	6	3	4,48%	3,03%
Total	8	7	15	17	9	49	15	44	47	117	4,79%	3,52%
											3,81%	

Tabla 4: Despidos por edad, sexo y clasificación profesional

2.1.5. Remuneración y brecha salarial

2020:

Clasificación Profesional	Remuneración (€)		
	Hombre	Mujer	Brecha
Empleados	19.992,63	17.264,45	13,6%
Mandos	39.380,15	32.401,61	17,7%

Edad	< 25 años	26 y 35 años	36 y 50 años	>50
	15.911,87	20.445,99	17.144,17	18.340,27

2019:

Clasificación Profesional	Remuneración (€)		
	Hombre	Mujer	Brecha
Empleados	18.927	16.743	12%
Mandos	37.801	29.631	22%

Edad	< 25 años	26 y 35 años	36 y 50 años	>50
	15.510	16.607	17.649	20.147,30

Tabla 5, 6, 7 y 8 Media Salario

Este año marcado por la COVID-19 ha generado un % de bajas importante en la plantilla no comparable a años anteriores, lo que ha impactado en los cálculos de las remuneraciones medias.

La remuneración reflejada en las tablas 5 y 6 ha sido calculada a partir de la remuneración total¹ de la plantilla a cierre del ejercicio sin incluir a la alta dirección, cuya remuneración se detalla en el apartado 2.1.5. Remuneración de consejeros y alta dirección.

La brecha salarial afecta principalmente a la categoría de "mandos" y se explica por una cuestión generacional. Aquellas personas con mayor antigüedad en la compañía (y por tanto con mayor edad), reciben un salario superior y son en su mayor parte hombres. Este hecho responde al importante desarrollo y crecimiento de la empresa en España en esos momentos.

En esta categoría, aquellos de más de 50 años representan el 45,9% de la misma, siendo hombres el 72%.

2.1.5. Remuneración de consejeros y alta dirección

182,6 miles de €, remuneración media de la alta dirección². No hay administradores.

2.1.6. Absentismo

La tasa de absentismo en Supermercados Sabeco S.A.U ha ascendido al 10,04% en 2020*

*Tasa calculada en base al total de horas de absentismo, 652.332,62 horas, sin tener en cuenta riesgo de embarazo, maternidad/paternidad ni lactancia.

2.1.7. Inclusión laboral de personas con discapacidad

Supermercados Sabeco S.A.U, como empresa responsable, aporta valor en la creación de una sociedad más justa donde la igualdad de oportunidades es una realidad.

En 2017 se sumó al compromiso asumido públicamente por Auchan Retail España, que firmó el Convenio Inserta, por el que extendió la apuesta por la creación de empleo para personas con discapacidad a todos los centros: hipermercados, **supermercados**, oficinas y plataformas logísticas.

¹ Calculado a partir del modelo 190

² A cierre del ejercicio el colectivo de la alta dirección estaba integrado por 3 hombres.

Supermercados Sabeco S.A.U. ha cerrado 2020 con 101 personas con discapacidad en plantilla, suponiendo un 2,57%³ de tasa de inserción laboral directa.

2.2. Organización del trabajo

El convenio de empresa de Supermercados Sabeco S.A.U. contempla una serie de medidas que mejoran la legalidad vigente, como las indicadas a continuación:

-La excedencia para el cuidado de hijos es hasta los 4 años en lugar de los 3 que marca el Estatuto de los Trabajadores.

-Se permite excedencia especial por hospitalización de un familiar o que dicho familiar requiera atención domiciliaria tras la hospitalización.

-En los casos de nacimiento de hijos prematuros o que, por cualquier causa, deban permanecer hospitalizados a continuación del parto, la madre o el padre tendrán derecho a ausentarse una hora durante el tiempo de trabajo que dure la hospitalización. Asimismo, durante dicho período, tendrán derecho a reducir su jornada de trabajo hasta un máximo de 3 horas, (o parte proporcional en caso de contrato a tiempo parcial) dentro de su jornada ordinaria, con la disminución equivalente de salario hasta el alta hospitalaria.

-Los/as trabajadores/as con hijos hospitalizados menores de 12 años podrán disponer de una licencia no retribuida por el tiempo necesario para su cuidado mientras dure la hospitalización.

-Se podrá acumular la lactancia en 15 días naturales.

- Se dispone de una licencia no retribuida de hasta 15 días siempre que la organización de la tienda lo permita.

Además, Supermercados Sabeco S.A.U dispone de un Plan de Igualdad con medidas destinadas a facilitar la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de ambos progenitores.

-Para adopciones internacionales se tendrá derecho a una excedencia de dos meses para las personas en trámites de adopción internacional con reserva del puesto de trabajo.

-Se establece prioridad en la movilidad geográfica (100 kilómetros) con el objetivo de atender situaciones parentales relacionadas con el régimen de visitas de hijos/as u otras, para padres o madres separados/as o cuya guardia y custodia recaiga exclusivamente en un progenitor.

-Existe prioridad en la movilidad geográfica (100 kilómetros) para los trabajadores y trabajadoras que tengan a su cargo, exclusivo, el cuidado de personas dependientes.

-Cuando los hijos/as sean menores de 10 años y se produzca el fallecimiento de uno de los progenitores, se tendrá derecho a un permiso no retribuido de hasta un mes.

³ Calculado con respecto a una plantilla de 3.775 empleados que responden a los cálculos de plantilla según se establece en la Ley de Discapacidad.

- En el Plan de Igualdad se recoge que cuando los hijos/as sean menores de 10 años y se produzca el fallecimiento de uno de los progenitores, se tendrá derecho a un permiso no retribuido de hasta un mes.

-Se establece la posibilidad de disfrutar de una excedencia de duración no superior a 6 meses por fallecimiento, accidente o enfermedad de larga duración del cónyuge o pareja de hecho, con derecho a reserva del mismo puesto de trabajo.

La jornada de referencia para los empleados a tiempo completo en el convenio de referencia es de 1.784 horas anuales.

2.3 Salud y seguridad

Supermercados Sabeco S.A.U tiene el compromiso de asegurar el bienestar y la seguridad de todos en el trabajo, mejorando la calidad de vida de los trabajadores, luchando contra las situaciones de precariedad, previniendo riesgos ligados a la salud y trabajando por la seguridad en el trabajo.

La compañía tiene contratado el servicio de ASEPEYO a la que cede la parte de gestión de las prestaciones de Incapacidad Temporal, así como lo relativo a los procesos de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, que permite adelantar pruebas médicas y reducir el tiempo de espera, fomentando el bienestar de los empleados.

En el ámbito de la prevención, Sabeco S.A.U cuenta con 3 Técnicos de Prevención de Riesgos Laborales cuyo objetivo es garantizar la salud de los colaboradores/as en los respectivos centros.

Todos los trabajadores que lo precisan cuentan con equipos de protección individual que les son entregados por Supermercados Sabeco S.A.U. Asimismo se imparte información sobre los riesgos del puesto de trabajo.

Accidentes de trabajo	Hombre		Mujeres		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Número	42	4,26%	124	3,72%	166	3,85%
Tasa de gravedad		0,74		1,01		0,95
Tasa de frecuencia		28,43		26,96		27,31

Tabla 9 Accidentes

Enfermedades profesionales	Hombres	Mujeres	Total
Número de personas afectadas	1	7	8
Tasa de gravedad de las enfermedades profesionales	0,02	0,12	0,10
Tasa de frecuencia de las enfermedades profesionales	0,68	0,65	1,32

Tabla 10 Accidentes

En 2020 se ha seguido contando con el servicio gratuito de seguro de salud disponible para el 100% de la plantilla y que otorga acceso a servicios de cobertura dental, segunda opinión médica y orientación en bienestar y salud puesto en marcha en 2018.

2.4. Relaciones Sociales

2.4.1 Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.

En cada centro o localidad, que puede aglutinar varios centros de trabajo, se establecen los comités y/o delegados de personal correspondiente con el objetivo de tratar, informar y consultar en temas locales, asegurando el diálogo social. En concreto a fecha 31 de diciembre de 2020 en Supermercados Sabeco S.A.U existen 22 comités locales, de los que forman parte 162 personas, perteneciendo 55 a FETICO, 50 a UGT, 32 a CCOO, 7 a OSTA, 5 a CGT, 4 ESK-CUIS, 2 ELA, 4 LAB y 2 USO.

El convenio de Supermercados Sabeco S.A.U recoge la existencia de un Comité Intercentros como órgano de representación colegiado de la totalidad de los trabajadores/as y centros afectados por este Convenio. Sus miembros son designados de entre los componentes de los distintos Comités de centro o Delegados de personal y en la composición del Comité se guardará la proporcionalidad de los sindicatos, según los resultados electorales de la empresa. Está formado por 13 miembros, en 2020 los asistentes por la parte social han sido 4 UGT, 4 FETICO, 3 CCOO, 1 OSTA y 1 CGT. A lo largo de 2020 se han celebrado 2 "Comités Intercentros". Además existe un comité intercentros de Seguridad Salud Laboral que es el máximo órgano de interlocución social en cuanto a seguridad y salud laboral se refiere. Se han realizado 13 reuniones en 2020.

Además de asegurar el diálogo a través de representantes legales la empresa trabaja para hacer realidad su apuesta por una comunicación horizontal y fluida a través de la digitalización de la comunicación con los empleados, los modelos de feedback permanente y el Barómetro de Compromiso de Colaboradores.

Con el objetivo de reconocer a cada persona y asegurar el interés por su desarrollo, ayudar a cada una de las personas a progresar y desarrollarse, tal y como se recoge en el proyecto humano de la compañía, contamos con una herramienta denominada "Conversaciones del Talento", con la que se establecen breves conversaciones trimestrales donde prima la cercanía y el interés por la persona así como su plan individualizado de mejora y desarrollo.

Respecto a la digitalización, todos los empleados cuentan con identidad digital. Asimismo, el 100% de la plantilla tiene acceso a las comunidades *Currents*, cuyo objetivo es conectar a la totalidad de los colaboradores a un útil colaborativo que favorece la expresión, el intercambio, el aprendizaje y la co-construcción.

2.4.2 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo

El 100% de empleados de la compañía están cubiertos por un convenio propio de empresa: el IX convenio colectivo de Supermercados Sabeco S.A.U.

2.4.3 Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo

El IX convenio colectivo de Supermercados Sabeco S.A.U establece en su capítulo VIII los principios de la acción preventiva en cuanto al campo de la salud y seguridad en el trabajo. Que se han desarrollado en el apartado 2.3 de este anexo relativo a Salud y Seguridad.

Se garantiza que todos los colaboradores han recibido la información y formación necesaria para desarrollar el trabajo definido en su grupo profesional, como se recoge en dicho convenio.

La dirección de la empresa promueve unas condiciones de trabajo en las que se tiene en cuenta las características del puesto de trabajo, se evalúan los riesgos asociados a los mismos con el fin de eliminarlos. Se procura además atenuar el trabajo monótono y repetitivo y así reducir los efectos del mismo en la salud.

2.5 Formación

Supermercados Sabeco S.A.U recoge en su proyecto humano el compromiso de trabajar para asegurar la realización personal y profesional de sus colaboradores. Para ello, entre otros, se ponen en marcha planes de formación orientados a mejorar y desarrollar las competencias de las personas de la compañía, que son ofrecidos por Alcampo S.A, sociedad matriz que cuenta con dos centros de formación propios en las provincias de Madrid y Zaragoza, así como con una plataforma de formación *e-learning* a la que puede acceder la totalidad de la compañía.

En dicha plataforma se ofrecen además de módulos específicos para garantizar la excelencia en la gestión de los oficios como pueden ser carnicería, pescadería, etc., los relativos al desarrollo de habilidades y competencias y aquellos orientados a la profundización y sensibilización en compromisos de desarrollo sostenible y versan entre otros, en eficiencia energética, reducción del consumo de agua o inclusión de personas de discapacidad.

En 2020 Supermercados Sabeco S.A.U impartió 49.460 horas de formación, siendo un 77,2% para el colectivo de empleados y un 22,8% para mandos.

Clasificación profesional	Total horas formación	
	Nº	%
Empleados	38.178	77,2%
Mandos	11.282	22,8%
Total	49.460	100%

Tabla 11. Reparto de formación por clasificación profesional.

2.6 Accesibilidad universal

Que todos sus clientes puedan comprar en igualdad de condiciones es una máxima para Supermercados Sabeco S.A.U, que trabaja para contar con productos y servicios accesibles para todos, algo por lo que es reconocido en la sociedad.

En 2003 se introdujeron los primeros productos de marca propia etiquetados en braille, contando en la actualidad con más 300 referencias con este sistema de lectoescritura.

Gran parte de los supermercados cuentan con el servicio SVisual de videointerpretación en Lengua de Signos, balanzas adaptadas y elevadores de cestas. Los elevadores de cestas facilitan el vaciado de las mismas en las cajas de salida, ya que permite situar la cesta a la altura de la propia caja, haciendo más cómodo su vaciado a todas aquellas personas con movilidad reducida o con dificultades para cargar peso.

Asimismo, varias tiendas cuentan con bucles de inducción magnética. La elección de supermercados para realizar dicha instalación se ha determinado teniendo en cuenta la ubicación de cada uno de ellos, asegurando que es posible ofrecer el servicio en cada localidad y/ o área residencial donde la empresa esté presente.

Los supermercados de mayor tamaño ofrecen carros de compra adaptables a sillas de ruedas.

Supermercados Sabeco S.A.U incluyó en sus centros pictogramas dirigidos a facilitar la comprensión de las medidas adoptadas con motivo de la pandemia a personas con dificultades cognitivas (TEA, Asperger...), personas con discapacidad, personas mayores, etc.

2.7 Igualdad

Supermercados Sabeco S.A.U firmó en 2011 el I Plan de Igualdad, cuyo objetivo es garantizar la igualdad real y efectiva de oportunidades entre mujeres y hombres.

Dicho Plan de Igualdad pretende asegurar un desarrollo profesional equilibrado de todas las personas, mejorar la conciliación de la vida personal y profesional, favorecer la corresponsabilidad de mujeres y hombres e incorporar la perspectiva de género en la gestión de la empresa, en todas sus políticas y a todos los niveles. Cabe indicar que la empresa ha iniciado un proceso de negociación de un nuevo Plan de Igualdad.

Supermercados Sabeco S.A.U dispone, asimismo de protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, así como un protocolo contra el acoso laboral.

3. Información sobre la sociedad

3.1 Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas

La escucha al cliente es una máxima para la compañía. Por ello pone en marcha diversos canales de comunicación que permitan gestionar las sugerencias, quejas o reclamaciones de los mismos.

En el caso de Supermercados Sabeco S.A.U Los clientes y resto de grupos de interés pueden comunicarse a través de un *Contact Center*, realizando una llamada telefónica a los números 91 368 78 57 o 902 11 65 65. La existencia de dicho servicio de atención al cliente está publicada en todos los medios de comunicación de la compañía, tanto físicos como digitales. Desde el propio *Contact Center* se ofrece la solución al cliente si es posible hacerlo en el momento, derivándose a la tienda o departamento afectado si no lo es. Según los procesos establecidos las tiendas o departamentos responsables envían la respuesta de nuevo al *call center* para poder registrar la solución final, que puede ser consultada posteriormente.

Además, para los clientes de supermercados Sabeco S.A.U que operan bajo enseña Simply existe un formulario del buzón de atención al cliente en la página web www.simply.es. Dicho formulario está vinculado de manera directa con la dirección de correo electrónico web.super@alcampo.es, dirección que puede ser utilizada de manera directa por aquellos clientes que lo deseen. Este correo es atendido por el ya mencionado *Contact Center* siguiendo el procedimiento anteriormente indicado.

Por su parte, los clientes de Supermercados Sabeco S.A.U que operan bajo marca Mi Alcampo o Alcampo Supermercado pueden ponerse en contacto con la empresa para realizar una sugerencia, reclamación o felicitación a través del formulario "Escribenos" disponible en la página web www.alcampo.es. El formulario, está vinculado al correo del *Contact Center* web.super@alcampo.es.

En 2020 se han recibido y resuelto 2.220 reclamaciones y quejas, siendo 5 reclamaciones oficiales.

Respecto a la solución de las reclamaciones y quejas, cabe indicar que, la empresa tiene el firme compromiso de responder a los clientes en un máximo de 48 horas.

3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Impuestos sobre beneficios pagados (la cifra es negativa): -2.452,04 €

Subvenciones recibidas⁴: 10.615,19 €

Donaciones realizadas⁵: 37.052,64 €

⁴ Corresponden a imputaciones de las subvenciones públicas recibidas durante el ejercicio.

⁵ Se incluye la valoración económica de las donaciones de alimentos.

Tabla de Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos incluidos en el Estado de información No Financiera del Grupo

Contenidos de la Ley 11/2018 EINF		Estándar utilizado
Modelo de Negocio		
Descripción del modelo de negocio del grupo	- Descripción del modelo de negocio. - Presencia geográfica. - Objetivos y estrategias. - Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura.	GRI 102-2, GRI 102-4, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-15
Principales riesgos	- Principales riesgos e impactos derivados de las actividades del grupo, así como la gestión de los mismos.	GRI 102-11, GRI 102-15
Información sobre cuestiones medioambientales		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
General	- Efectos de la actividad de la empresa en el medioambiente, la salud y la seguridad.	GRI 102-15, GRI 102-29, GRI 102-31
	- Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	GRI 102-11, GRI 102-29, GRI 102-30
	- Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	GRI 102-29
	- Aplicación del principio de precaución.	GRI 102-11
	- Provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 307-1
Contaminación	- Medidas para prevenir la contaminación.	GRI 103-2, GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 305-5, GRI 305-7

Economía Circular y prevención y gestión de residuos	- Medidas de prevención y gestión de residuos.	GRI 103-2, GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 301-3, GRI 303-3, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3
Uso sostenible de los recursos	- Consumo de materias primas.	GRI 301-1
	- Consumo, directo e indirecto de energía. - Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. - Uso de energías renovables.	GRI 103-2, GRI 302-1, GRI 302-2, GRI 302-4, GRI 302-5
Cambio Climático	- Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).	GRI 305-2, GRI 305-3
	- Medidas para adaptarse al Cambio Climático.	GRI 102-15, GRI 103-2, GRI 201-2, GRI 305-5
	- Metas de reducción de emisiones GEI.	GRI 103-2
Protección de la biodiversidad	- Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 103-2, GRI 304-3
	- Impactos causados por la actividad.	GRI 304-2
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI103-2, GRI 103-3
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8, GRI 103-2
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 103-2

Formación	– Políticas de formación.	GRI 103-2, GRI 404-2
Igualdad	– Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2
	– Medidas para promover el empleo.	
	– Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	
	– Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.	GRI 103-2, GRI 406-1
Información sobre el respeto de los derechos humanos		
Políticas	– Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3 GRI 412-2
Derechos Humanos	– Aplicación de procedimientos de debida diligencia.	GRI 102-17, 103-2, GRI 419-1
	– Medidas de prevención y gestión de los posibles abusos cometidos.	
	– Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.	
	– Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.	
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno		
Políticas	– Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 205-2
Corrupción y soborno	– Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 103-2

	- Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	
Información sobre la sociedad		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	- Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	GRI 203-1, GRI 203-2, GRI 204-1, GRI 413-1, GRI 413-2
	- Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	
	- Relaciones mantenidas las comunidades locales.	GRI 102-43, GRI 413-1
	- Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 102-13, GRI 203-1, GRI 201-1
Subcontratación y proveedores	- Inclusión de cuestiones ESG en la política de compras.	GRI 102-9, GRI 103-3, GRI 407-1, GRI 409-1, GRI 414-2
	- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	
	- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	
Consumidores	- Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 103-2, GRI 416-1, GRI 416-2, GRI 417-1

Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario

Contenidos de la Ley 11/2018 EINF		Estándar utilizado	Página del Informe
Información sobre cuestiones medioambientales			
Uso sostenible de los recursos	- Consumo de agua.	GRI 303-5	1.1. Uso sostenible de los recursos. Consumo de agua.
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal			
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1	2.1. Empleo
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.		2.1. Empleo
	- Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.		2.1. Empleo
	- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.		2.1. Empleo
	- Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	GRI 102-35, GRI 102-36, GRI 201-3, GRI 202-1, GRI 405-2	2.1. Empleo
	- Brecha Salarial.		2.1. Empleo
	- Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.		2.1. Empleo
	- Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.		2.1. Empleo Nota 23 de las CC.AA. de Sabeco S.A.U.
	- Medidas de desconexión laboral.	GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo

	- Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	2.1 Empleo
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8, GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
	- Número de horas de absentismo.	GRI 403-2	2.1 Empleo
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1	2.3 Salud y Seguridad
	- Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	GRI 403-9	2.3 Salud y Seguridad
	- Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	GRI 403-10	2.3 Salud y Seguridad
Relaciones Sociales	- Organización del diálogo social.	GRI 102-43, GRI 402-1, GRI 403-1, GRI 403-4	2.4 Relaciones sociales
	- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo.	GRI 102-41	2.4 Relaciones sociales
	- Balance de los convenios colectivos en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1, GRI 403-4	2.4 Relaciones sociales
Formación	- Horas totales de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	2.5 Formación
Accesibilidad	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 103-2	2.6 Accesibilidad
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2	2.7 Igualdad
	- Planes de igualdad.		2.7 Igualdad
	- Medidas para promover el empleo.		2.7 Igualdad

	- Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.		2.7 Igualdad
	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.		2.6 Accesibilidad
	- Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.	GRI 103-2, GRI 406-1	2.6 Accesibilidad / 2.7 Igualdad
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Corrupción y soborno	- Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 103-2, GRI 207-4, GRI 203-3, GRI 415-1	3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.
Información sobre la sociedad			
Consumidores	- Sistema de gestión de reclamaciones y quejas recibidas.	GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 418-1	3.1 Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas
Información fiscal	- Beneficios obtenidos por país.	GRI GRI 207-4	Nota 15 de las CC.AA. de Sabeco S.A.U.
	- Impuestos sobre beneficios pagados.		3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas
	- Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas

Anexo 5 - SABEKO BANAKETA S.A.U.

Naturaleza y alcance del Informe

El presente Estado de información no financiera Complementario (en adelante EINFC) se publica en cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Como consecuencia de la mayor exigencia en materia de desglose de información no financiera de la normativa española respecto a la francesa, Sabeko Banaketa S.A.U (Sociedad Unipersonal) presenta en este anexo la información no recogida en el documento denominado "Informe no financiero Auchan Holding 2020" y que es necesaria para el cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En concreto quedarán recogidas las siguientes informaciones requeridas:

- Información sobre cuestiones medioambientales
 - Uso sostenible de los recursos: Consumo de agua
- Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal
- Información sobre la sociedad
 - Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas
 - Información fiscal: los beneficios obtenidos, los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Toda la información integrada en este documento es relativa a la empresa Sabeko Banaketa S.A. (Sociedad Unipersonal), que cuenta al 31 de diciembre de 2020 con 2 establecimientos de su propiedad y 2 gasolineras, en ambos casos sitios en el País Vasco.

En marzo de 2020, Sabeko Banaketa S.A.U (Sociedad Unipersonal) vendió a Eroski 10 de sus establecimientos bajo la enseña Simply ubicados en la provincia de Bizkaia

Los Administradores de Sabeko Banaketa S.A.U (Sociedad Unipersonal) formulan el presente EINFC, dando respuesta de este modo a los aspectos no cubiertos en el Estado de información no financiera del Grupo, según el análisis que han realizado. En la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario" se identifica la información complementaria presentada en este informe y en la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera del Grupo" la información incluida en el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio 2020.

El EINFC se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario" incluida en el presente informe.

El presente EINFC correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020 se presenta como un anexo del Informe no financiero Auchan Holding 2020.

Análisis de materialidad

El Grupo ha implementado un programa de gestión de riesgos basado en las mejores prácticas. Utiliza un método de análisis de riesgos basado en *COSO ERM*.

El objetivo es garantizar que los riesgos más importantes se identifiquen, evalúen y aborden utilizando los métodos más eficaces, considerando que un riesgo es un evento potencial que, de materializarse, podría tener un impacto positivo o negativo en la consecución de los objetivos de Auchan Retail.

El Grupo ha identificado los siguientes riesgos agrupados en tres ámbitos y a los cuales da respuesta en el Informe no financiero Auchan Holding 2020 o en el presente Anexo de información no financiera.

Categoría de riesgo	Subcategoría de riesgo	Riesgos
Salud y seguridad y vigilancia de la sociedad civil	Colaboradores	No respeto del equilibrio de la vida profesional y personal
		Gestión de carreras en no igualdad de condiciones
		Salud y seguridad en el trabajo
	Productos	Impacto en la seguridad y la higiene en la cadena de transformación de los productos alimentarios comercializados
		Impacto sanitario asociado con el almacenamiento, la, gestión en los almacenes y la entrega de productos a los clientes
Derechos Humanos y libertades fundamentales		Diferencias de retribución
		Frenos a la diversidad cultural/ discriminación
		Tratamiento discriminatorio asociado con las opiniones políticas o sindicales
		Trabajo forzado y trabajo infantil
Medio Ambiente		Riesgo climático
		Prácticas agrícolas o métodos de producción y selección de materias primas no sostenibles
		Impacto medioambiental vinculado a la puesta en el mercado de embalajes no reciclables (plásticos en particular)
		Incorrecta gestión de los residuos
		Desperdicio alimentario y no alimentario
		Exceso de consumo energético de centros, tiendas y almacenes
		Falta de trazabilidad de las materias primas y los ingredientes que entran en la composición de los productos distribuidos.
		Emisiones de gases de efecto invernadero
		No respeto del bienestar animal
		Agotamiento de los recursos
		Control del conjunto de la cadena de valor

o. Información sobre COVID-19

El ejercicio de 2020 ha estado marcado por la pandemia de COVID-19, pandemia que sigue marcando 2021, año donde se continúan desarrollando planes de acción al respecto. No obstante, la información indicada en este documento hace referencia a las acciones llevadas a cabo en 2020.

Sabeko Banaketa S.A.U activó los planes de contingencia pertinentes para dar respuesta a las necesidades que surgieron a lo largo del año y puso en marcha los mecanismos necesarios para asegurar el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en un primer momento, y del resto tras el estado de alarma en sus tiendas velando, en todo momento, por la salud y seguridad de los colaboradores y los clientes. La compañía cuenta con el certificado de Gestión Responsable COVID 19 otorgado por Full Audit.

Respecto a los **trabajadores** cabe indicar que el impacto en la plantilla se tradujo en 97 casos de COVID durante el periodo del reporting. Cabe destacar que no se han realizado ERTes.

A continuación, quedan listadas las medidas tomadas en el ámbito interno de la compañía y dirigidas principalmente a los trabajadores:

Seguimiento: Se puso en marcha Comité de Crisis con reuniones bien diarias hasta el fin del Estado de Alarma, y de varios días a la semana al finalizar el mismo.

Reconocimiento: Asimismo los colaboradores de tiendas y logística recibieron una prima del 20% del salario del mes de marzo así como un día más de vacaciones como reconocimiento a su aportación a la sociedad en una situación excepcional como la que se vivió, trabajando con esfuerzo para asegurar a sus conciudadanos el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en cada una de las tiendas Alcampo y en www.alcampo.es

Facilitar el trabajo: Para los colaboradores de los servicios de apoyo se puso en marcha el teletrabajo hasta el fin del primer estado de alarma y se reanudó tras el verano durante el 33% del tiempo efectivo de trabajo.

Entrega y facilitación de productos higiénico-sanitarios: Se facilitaron a los colaboradores las mascarillas, viseras, gel, mamparas y todos los productos de protección necesarios.

Higienización de instalaciones, establecimiento de aforos: Se intensificó la limpieza general y desinfección de las instalaciones y en concreto de aquellas que o bien reúnan al personal o sean especialmente sensibles (aseos, salas de reposo,...), poniendo el acento en: grifos y lavabos, pomos y tiradores, máquinas expendedoras, barandillas, escaleras y aparatos cotidianos de uso común (microondas, ordenadores, tablet, teléfonos etc.). Se establecieron los aforos necesarios para garantizar la distancia de seguridad en las áreas de trabajo comunes.

Creación de protocolos de prevención: Se pusieron en marcha protocolos propios de actuación con colaboradores que presentaban síntomas así como con aquellos asintomáticos que hubieran tenido contacto con una persona con diagnóstico positivo.

Puesta en marcha de « salas Blancas » en el 100% de centros: Se instalaron salas blancas en cada uno de los centros donde poder acceder a la toma de temperatura de cada uno de los colaboradores que presentaran síntomas o bien desearan hacerse dicho control, creando un protocolo ad hoc para actuar en función del resultado.

Protecciones adicionales: Para prevenir contagios entre el personal de cajas y los clientes, se incorporaron pantallas de metacrilato en todas las cajas de salida, módulos de "Cajamiga" y mostradores de información.

Comunicación e información: Se habilitaron espacios de información permanente a través de canales *off* y *on-line* siempre basada en las recomendaciones de las autoridades sanitarias. Asimismo, se creó un módulo de formación, *on-line* y un chat interno para resolver dudas acerca de las medidas preventivas a adoptar por los colaboradores.

Servicio de apoyo emocional: Se puso en marcha un canal de apoyo emocional para todos los colaboradores de la compañía que lo precisaran y que sigue vigente.

A continuación, quedan listadas las medidas preventivas tomadas en las **tiendas Alcampo**:

Control de aforo: se controla el aforo que asegure distancia preventiva entre clientes y colaboradores, con personal de seguridad o personal propio.

Puntos de elementos higiénicos: Se crearon puntos donde se ofrecía a los clientes guantes, hidrogel y papel desechable.

Seguridad y limpieza: Se reforzó el servicio de seguridad, así como los efectivos de limpieza y desinfección, que aumentaron las labores de higienización, con especial atención a los carros de compra y cestas.

Información y sensibilización: Se reforzó la información en los canales de comunicación al cliente (megafonía, cartelería, página web, etc.) sobre la necesidad de:

- Usar obligatoriamente guantes desechables en secciones de frutas y verduras a granel, así como en aquellas donde está ya prescrito.
- Usar mascarilla para entrar en las tiendas
- Llevar a cabo las medidas higiénicas básicas: lavarse las manos, toser en el codo, no tocarse la cara, etc.
- Permanecer en las tiendas el mínimo tiempo posible y comprar las cantidades habituales.
- Respetar en todo caso la distancia necesaria, más de 2m, con otros clientes, así como con colaboradores de la compañía.
- Evitar el pago en efectivo, priorizando el uso de pago por móvil o tarjetas contactless. En este sentido, con el fin de reducir el contacto del cliente con los terminales de pago, se ha ampliado hasta 50€ el máximo establecido para introducir el pin con la tarjeta contactless
- Realizar la compra durante todo el horario disponible evitando acudir a las horas de mayor afluencia.

Suspensión de servicios: Se suspendieron temporalmente diversos servicios y venta de productos que, en alguno de los casos se han vuelto a retomar como venta de productos a granel, zumo recién exprimido, cortadoras de pan, etc.

Protocolo de pasos por caja/mostradores, zonas de no alimentación, entregas a domicilio, devoluciones etc.: Se establecieron protocolos para garantizar la distancia de seguridad entre clientes y personal de Sabeko Banaketa S.A.U, así como para las devoluciones y para las entregas de pedidos en los domicilios del cliente.

Otras medidas: Además de las medidas de higiene y seguridad, se tomaron otras para beneficiar a los más vulnerables así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos. En este sentido, se ampliaron las ya existentes cajas prioritarias para personas con discapacidad o mujeres embarazadas a personas mayores, así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos. Asimismo, se incrementó el número de dichas cajas para estos colectivos, incluyendo al menos 1 o 2 cajas de autochecking (Cajamiga) en aquellos centros donde estén presentes. Las personas mayores, personas con discapacidad, mujeres embarazadas, personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos tenían prioridad de atención en mostradores. También se priorizó el paso en tiendas en caso de colas

Sabeko Banaketa S.A.U también aportó al desarrollo de productores que vieron afectado su negocio por el cierre de otros canales de distribución así como por el apoyo a colectivos vulnerables a través de organizaciones no gubernamentales.

1. Información sobre cuestiones medioambientales

1.1. Uso sostenible de los recursos. Consumo de agua

Sabeko Banaketa S.A.U mantiene el firme objetivo de desarrollarse respetando el medio ambiente y luchando contra el cambio climático, algo que conlleva la asunción de políticas y planes de acción alineados con las prioridades fijadas por Naciones Unidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La empresa lleva años desarrollando un proyecto de racionalización del consumo de agua, trabajando en la identificación de las ineficiencias e incorporando mejoras técnicas orientadas a disminuir el consumo de agua.

El consumo de agua de 2020 ha sido de 1.141 L/m² sala de venta.

2. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Como actor económico humano y responsable, Sabeko Banaketa S.A.U pone a **las personas en el centro** y asume el proyecto humano de Auchan Retail, cuyo objetivo es asegurar el **bienestar**, el **desarrollo** así como dar de **sentido** al trabajo de todos y cada uno de los empleados de la compañía, elevándose en el caso de Sabeko Banaketa S.A.U a 190 personas.

En 2020, la compañía renovó la certificación **Top Employer** otorgada por **Top Employers Institute**, que reconoce a la empresa por su política de Recursos Humanos, así como por el entorno de trabajo que ofrece a sus colaboradores. Las organizaciones certificadas como **Top Employers** ponen a las personas en el centro de su actividad, fomentando el desarrollo del talento y el bienestar en el trabajo.

A continuación, se detalla la información relativa a empleo, organización del trabajo, salud y seguridad, relaciones sociales, formación, accesibilidad universal e igualdad.

2.1 Empleo

2.1.1 Número total y distribución de empleados por clasificación profesional y sexo

Clasificación Profesional	Total Efectivos				
	Hombre		Mujer		Total
Empleados	28	15%	153	81%	181
Mandos	7	4%	2	1%	9
Total	35	18%	155	82%	190

Tabla 1. Total efectivos

2.1.2. Distribución empleados por edad

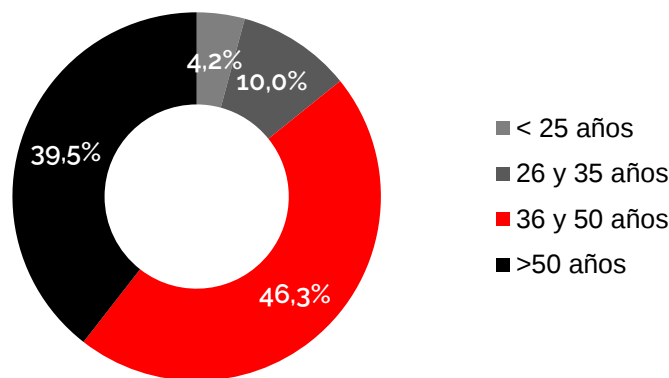


Gráfico 1: Distribución por edad

2.1.3 Distribución empleados contratación determinada (CD), contratación indefinida (CI), tiempo completo (TC) y tiempo parcial (TP).

Clasificación por edad y sexo	Empleados		Mandos		Total
	CD	CI	CD	CI	
<25 años	6	1	0	1	8
Hombre	4	0	0	0	4
Mujer	2	1	0	1	4
26 y 35 años	11	7	0	1	19
Hombre	3	1	0	1	5
Mujer	8	6	0	0	14
36 y 50 años	12	73	0	3	88
Hombre	3	10	0	3	16
Mujer	9	63	0	0	72
> 50 años	14	57	0	4	75
Hombre	2	5	0	3	10
Mujer	12	52	0	1	65
Total	43	138	0	9	190

Tabla 2: Tipo de Contratación.

Clasificación por edad y sexo	Empleados		Mandos		Total
	TC	TP	TC	TP	
<25 años	0	7	1	0	8
Hombre	0	4	0	0	4
Mujer	0	3	1	0	4
26 y 35 años	5	13	1	0	19
Hombre	1	3	1	0	5
Mujer	4	10	0	0	14
36 y 50 años	29	56	3	0	88
Hombre	5	8	3	0	16
Mujer	24	48	0	0	72
> 50 años	29	42	4	0	75
Hombre	4	3	3	0	10
Mujer	25	39	1	0	65
Total	63	118	9	0	190

Tabla 3: Tiempo de trabajo

2.1.4 Despidos efectuados por sexo, edad y clasificación profesional

Despidos												
Edad, sexo, Categoría Profesional	< 25 años		26 y 35 años		36 y 50 años		>50 años		Total		% Total plantilla	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Empleados	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0,00%	1,31%
Mandos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%
Total	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0,00%	1,28%
											1,05%	

Tabla 4. Despidos por edad, sexo y clasificación profesional

2.1.5. Remuneración media y brecha salarial

2020:

Clasificación Profesional	Remuneración (€)		
	Hombre	Mujer	Brecha
Empleados	21.279,81	19.923,63	6,4%
Mandos	40.382,25	33.834,32	16,2%

Edad	< 25 años	26 y 35 años	36 y 50 años	>50
	16.928,55	21.572,23	18.008,25	21.141,38

Tablas 5, y 6. Media Salario

No queda incluida la información referente a la evolución de la remuneración media al no ser comparables los datos debido a que en marzo de 2020, Sabeko Banaketa S.A.U (Sociedad

Unipersonal) vendió a Eroski 10 de sus establecimientos bajo la enseña Simply ubicados en la provincia de Bizkaia.

La remuneración reflejada en las tablas 5 y 6 ha sido calculada a partir de la remuneración total¹ de la plantilla a cierre del ejercicio.

La brecha salarial que afecta principalmente a la categoría de "mandos" se explica por una cuestión generacional: aquellas personas con mayor antigüedad en la compañía (y por tanto con mayor edad), reciben un salario superior y son en su mayor parte hombres. Este hecho responde al importante desarrollo y crecimiento de la empresa en España en esos momentos.

En esta categoría, aquellos de más de 50 años representan el 50% de la misma, siendo hombres el 60%.

La Sociedad no tiene personal de alta dirección.

2.1.6. Absentismo

La tasa de absentismo en Sabeko Banaketa S.A.U ha ascendido al 15,02% en 2020*

*Tasa calculada en base al total de horas de absentismo, 90.962 horas, sin tener en cuenta riesgo de embarazo, maternidad/paternidad ni lactancia.

2.1.7. Inclusión laboral de personas con discapacidad

Sabeko Banaketa S.A.U, como empresa responsable, aporta valor en la creación de una sociedad más justa donde la igualdad de oportunidades es una realidad.

En 2017 se sumó al compromiso asumido públicamente por Auchan Retail España, que firmó el Convenio Inserta, por el que extendió la apuesta por la creación de empleo para personas con discapacidad a todos los centros: hipermercados, **supermercados**, oficinas y plataformas logísticas.

Sabeko Banaketa S.A.U ha cerrado 2020 con 6 personas con discapacidad en plantilla, suponiendo un 4,05%² de tasa de inclusión laboral directa

2.2. Organización del trabajo

Sabeko Banaketa S.A.U se acoge al Convenio Colectivo de Comercio y Alimentación de Bizkaia que en su artículo 23 establece mejoras respecto al Estatuto de los Trabajadores, algunas de ellas indicadas a continuación.

-La jornada de trabajo en el convenio de referencia para empleados a tiempo completo se establece en 1731 horas anuales.

¹ Calculado a partir del modelo 190

² Calculado con respecto a una plantilla de 148 empleados, que responden a los cálculos de plantilla según se establece en la Ley de Discapacidad.

-Los trabajadores indefinidos no trabajan las tardes de los sábados de julio y agosto. Si trabajan las tardes de los sábados de mayo, junio y septiembre, se remunera con un recargo del 75%.

-Las vacaciones se disfrutan durante 31 días naturales seguidos siendo el periodo de disfrute entre mayo y septiembre inclusive.

-Por muerte del cónyuge se conceden 6 días en lugar de 3 que establece el Estatuto de los Trabajadores.

-En caso de enfermedad o accidentes graves del cónyuge se establecen 3 días, y si requiere hospitalización 5 días, aumentando 1 y 3 días respectivamente.

-Por nacimiento de hijos se aumenta un día respecto al Estatuto de los Trabajadores, pasando de 2 a 3.

-Por enfermedad o accidente grave de hijos por consanguinidad o adopción corresponden 3 días naturales, ampliables a 4 si requiere hospitalización, aumentando en 1 día y 2 en el caso de hospitalización respecto al Estatuto de los Trabajadores.

2.3 Salud y seguridad

Sabeko Banaketa S.A.U tiene el compromiso de asegurar el bienestar y la seguridad de todos en el trabajo, mejorando la calidad de vida de los trabajadores, luchando contra las situaciones de precariedad, previniendo riesgos ligados a la salud y trabajando por la seguridad en el trabajo.

Bajo el principio de la Seguridad Integrada se establece el objetivo de alcanzar máximos indicadores de seguridad, tomando las medidas necesarias para prevenir los accidentes, incidentes y enfermedades laborales, eliminando o controlando los riesgos producidos en las instalaciones de la compañía.

Los trabajadores y sus representantes son consultados e informados de todos los temas relacionados con la seguridad y salud, fomentando así la implicación y participación de todos en el sistema de gestión de la prevención.

Asimismo, se controla la eficacia del desarrollo del sistema de gestión de la prevención a través de la realización de auditorías internas y externas.

En 2019, el número de accidentes laborales en Sabeko Banaketa S.A.U. ascendió a 16 y las enfermedades profesionales a 4 según el siguiente desglose:

Accidentes de trabajo	Hombre		Mujeres		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Número	1	2.86%	15	9.68%	16	8.42%
Tasa de gravedad		1,72		1,15		1,26
Tasa de frecuencia		9,20		35,14		29,87

Tabla 7 Accidentes

Enfermedades profesionales	Hombres	Mujeres	Total
Número de personas afectadas	1	3	4
Tasa de gravedad de las enfermedades profesionales	1,64	0,25	0,53
Tasa de frecuencia de las enfermedades profesionales	9,20	7,03	7,47

Tabla 8 Accidentes

En 2020 se ha seguido contando con el servicio gratuito de seguro de salud disponible para el 100% de la plantilla y que otorga acceso a servicios de cobertura dental, segunda opinión médica y orientación en bienestar y salud puesto en marcha en 2018.

2.4. Relaciones Sociales

2.4.1 Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.

En Sabeko Banaketa S.A.U existen 4 Comités de Empresa con la siguiente representación: 1 UGT, 4 CCOO, 4 LAB y 5 ELA

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

Una de las medidas puestas en marcha para asegurar el modelo de feedback permanente son las llamadas "Conversaciones del Talento". Con esta herramienta se establecen breves conversaciones trimestrales donde prima la cercanía y el interés por la persona, así como su plan individualizado de mejora y desarrollo.

Estas conversaciones permiten reconocer a cada persona y asegurar el interés por su desarrollo, ayudar a cada una de las personas a progresar y desarrollarse, tal y como se recoge en el proyecto humano de la compañía.

Respecto a la digitalización, todos los empleados cuentan con identidad digital. Asimismo, el 100% de la plantilla tiene acceso a las comunidades Currents, cuyo objetivo es conectar a la totalidad de los colaboradores a un útil colaborativo que favorece la expresión, el intercambio, el aprendizaje y la co-construcción.

2.4.2 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo

El 100% de empleados de la compañía están cubiertos por el Convenio Colectivo de Comercio y Alimentación de Bizkaia

2.4.3 Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo

El Convenio Colectivo de Comercio y Alimentación de Bizkaia en su artículo 37 recoge que en función de las situaciones de riesgo existentes, se planificará la actividad preventiva que

proceda, con objeto de eliminar, controlar o reducir dichos riesgos, que los/as Delegados/as de Prevención serán designados/as por y entre los representantes del personal y que los mismos recibirán formación en materia preventiva necesaria para el ejercicio de sus funciones

Sabeko Banaketa S.A.U al realizar la evaluación de riesgos laborales de los puestos de trabajo tiene en cuenta los riesgos específicos que puedan influir negativamente en la salud de las trabajadoras embarazadas.

Como empresa que aplica el Convenio Colectivo de Comercio y Alimentación de Bizkaia, Sabeko Banaketa S.A.U realiza vigilancia periódica (al menos una vez al año) de la salud de los trabajadores, en relación con los riesgos específicos de su puesto de trabajo. Para ello existe un Servicio de Prevención Mancomunado para Supermercados Sabeco S.A.U y Sabeko Banaketa S.A.U.

Por otra parte, la especialidad de Vigilancia de Salud está contratada con ASPY y la Mutua a la que está asociada la empresa es ASEPEYO.

2.5 Formación

Sabeko Banaketa S.A.U recoge en su proyecto humano el compromiso de trabajar para asegurar la realización personal y profesional de sus colaboradores. Para ello, entre otros, se ponen en marcha planes de formación orientados a mejorar y desarrollar las competencias de las personas de la compañía, que son ofrecidos por Alcampo S.A, sociedad matriz que cuenta con dos centros de formación propios en las provincias de Madrid y Zaragoza, así como con una plataforma de formación *e-learning* a la que puede acceder la totalidad de la compañía.

En dicha plataforma se ofrecen además de módulos específicos para garantizar la excelencia en la gestión de los oficios como pueden ser carnicería, pescadería, etc., los relativos al desarrollo de habilidades y competencias y aquellos orientados a la profundización y sensibilización en compromisos de desarrollo sostenible y versan entre otros, en eficiencia energética, reducción del consumo de agua o inclusión de personas de discapacidad.

En 2020 Sabeko Banaketa S.A.U impartió 2.077 horas de formación, siendo un 83,5% para el colectivo de empleados y un 16,5% para mandos.

Clasificación profesional	Total horas formación	
	Nº	%
Empleados	1,735	83,5
Mandos	342	16,5%
Total	2,077	100%

Tabla 9. Reparto de formación por clasificación profesional

2.6 Accesibilidad universal

Que todos sus clientes puedan comprar en igualdad de condiciones es una máxima para Sabeko Banaketa S.A.U, que trabaja para contar con productos y servicios accesibles para todos, algo por lo que es reconocido en la sociedad.

En sus dos centros se venden productos Auchan etiquetados en braille, sistema de lectoescritura incorporado en 300 referencias.

Asimismo se cuenta con el servicio SVisual de videointerpretación en Lengua de Signos, balanzas adaptadas, bucles de inducción magnética y elevador de cestas. Los elevadores de cestas facilitan el vaciado de las mismas en las cajas de salida, ya que permite situar la cesta a la altura de la propia caja, haciendo más cómodo su vaciado a todas aquellas personas con movilidad reducida o con dificultades para cargar peso.

2.7 Igualdad

Sabeko Banaketa S.A.U no cuenta con planes específicos de Igualdad.

La empresa se acoge, a los protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo así como al protocolo contra el acoso laboral de Supermercados Sabeco S.A.U.

3. Información sobre la sociedad

3.1 Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas

La escucha al cliente es una máxima para la compañía. Por ello pone en marcha diversos canales de comunicación que permitan gestionar las sugerencias, quejas o reclamaciones de los mismos.

Los clientes de Sabeko Banaketa S.A.U pueden ponerse en contacto con la empresa para realizar una sugerencia, reclamación o felicitación a través del formulario "Escríbenos" disponible en la página web www.alcampo.es. El formulario, está vinculado al correo del Contact Center web.super@alcampo.es.

En 2020 se han recibido y resuelto 156 reclamaciones y quejas.

Respecto a la solución de las reclamaciones y quejas, cabe indicar que, la empresa tiene el firme compromiso de responder a los clientes en un máximo de 48 horas.

3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.

Impuestos sobre beneficios pagados: 23.107,37 €.

Subvenciones recibidas³: 28.114,08 €.

Donaciones realizadas⁴: 692,50 €.

³ Corresponden a imputaciones de las subvenciones públicas recibidas durante el ejercicio.

⁴ Se incluye la valoración económica de las donaciones de alimentos.

Tabla de Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos incluidos en el Estado de información No Financiera del Grupo

Contenidos de la Ley 11/2018 EINF		Estándar utilizado
Modelo de Negocio		
Descripción del modelo de negocio del grupo	- Descripción del modelo de negocio. - Presencia geográfica. - Objetivos y estrategias. - Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura.	GRI 102-2, GRI 102-4, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-15
Principales riesgos	- Principales riesgos e impactos derivados de las actividades del grupo, así como la gestión de los mismos.	GRI 102-11, GRI 102-15
Información sobre cuestiones medioambientales		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
General	- Efectos de la actividad de la empresa en el medioambiente, la salud y la seguridad.	GRI 102-15, GRI 102-29, GRI 102-31
	- Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	GRI 102-11, GRI 102-29, GRI 102-30
	- Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	GRI 102-29
	- Aplicación del principio de precaución.	GRI 102-11
	- Provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 307-1
Contaminación	- Medidas para prevenir la contaminación.	GRI 103-2, GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 305-5, GRI 305-7

Economía Circular y prevención y gestión de residuos	- Medidas de prevención y gestión de residuos.	GRI 103-2, GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 301-3, GRI 303-3, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3
Uso sostenible de los recursos	- Consumo de materias primas.	GRI 301-1
	- Consumo, directo e indirecto de energía. - Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. - Uso de energías renovables.	GRI 103-2, GRI 302-1, GRI 302-2, GRI 302-4, GRI 302-5
Cambio Climático	- Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).	GRI 305-2, GRI 305-3
	- Medidas para adaptarse al Cambio Climático.	GRI 102-15, GRI 103-2, GRI 201-2, GRI 305-5
	- Metas de reducción de emisiones GEI.	GRI 103-2
Protección de la biodiversidad	- Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 103-2, GRI 304-3
	- Impactos causados por la actividad.	GRI 304-2
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI103-2, GRI 103-3
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8, GRI 103-2
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 103-2

Formación	- Políticas de formación.	GRI 103-2, GRI 404-2
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2
	- Medidas para promover el empleo.	
	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	
	- Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.	GRI 103-2, GRI 406-1
Información sobre el respeto de los derechos humanos		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3 GRI 412-2
Derechos Humanos	- Aplicación de procedimientos de debida diligencia.	GRI 102-17, 103-2, GRI 419-1
	- Medidas de prevención y gestión de los posibles abusos cometidos.	
	- Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.	
	- Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.	
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 205-2
Corrupción y soborno	- Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 103-2

	- Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	
Información sobre la sociedad		
Políticas	- Enfoque de gestión.	GRI 103-2, GRI 103-3
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	- Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	GRI 203-1, GRI 203-2, GRI 204-1, GRI 413-1, GRI 413-2
	- Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	
	- Relaciones mantenidas las comunidades locales.	GRI 102-43, GRI 413-1
	- Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 102-13, GRI 203-1, GRI 201-1
Subcontratación y proveedores	- Inclusión de cuestiones ESG en la política de compras.	GRI 102-9, GRI 103-3, GRI 407-1, GRI 409-1, GRI 414-2
	- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	
	- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	
Consumidores	- Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 103-2, GRI 416-1, GRI 416-2, GRI 417-1

Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario

Contenidos de la Ley 11/2018 EINF		Estándar utilizado	Página del Informe
Información sobre cuestiones medioambientales			
Uso sostenible de los recursos	- Consumo de agua.	GRI 303-5	1.1. Uso sostenible de los recursos. Consumo de agua.
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal			
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1	2.1. Empleo
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.		2.1. Empleo
	- Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.		2.1. Empleo
	- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.		2.1. Empleo
	- Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	GRI 102-35, GRI 102-36, GRI 201-3, GRI 202-1, GRI 405-2	2.1. Empleo
	- Brecha Salarial.		2.1. Empleo
	- Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.		2.1. Empleo
	- Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.		2.1. Empleo Nota 22 de las CC.AA. de Sabeko Banaketa S.A.U.
	- Medidas de desconexión laboral.	GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo

	- Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	2.1 Empleo
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8, GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
	- Número de horas de absentismo.	GRI 403-2	2.1 Empleo
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2	2.2 Organización del tiempo de trabajo
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1	2.3 Salud y Seguridad
	- Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	GRI 403-9	2.3 Salud y Seguridad
	- Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	GRI 403-10	2.3 Salud y Seguridad
Relaciones Sociales	- Organización del diálogo social.	GRI 102-43, GRI 402-1, GRI 403-1, GRI 403-4	2.4 Relaciones sociales
	- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo.	GRI 102-41	2.4 Relaciones sociales
	- Balance de los convenios colectivos en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1, GRI 403-4	2.4 Relaciones sociales
Formación	- Horas totales de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	2.5 Formación
Accesibilidad	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 103-2	2.6 Accesibilidad
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2	2.7 Igualdad
	- Planes de igualdad.		2.7 Igualdad
	- Medidas para promover el empleo.		2.7 Igualdad

	- Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.		2.7 Igualdad
	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.		2.6 Accesibilidad
	- Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.	GRI 103-2, GRI 406-1	2.6 Accesibilidad / 2.7 Igualdad
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Corrupción y soborno	- Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 103-2, GRI 207-4, GRI 203-3, GRI 415-1	3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas.
Información sobre la sociedad			
Consumidores	- Sistema de gestión de reclamaciones y quejas recibidas.	GRI 102-17, GRI 103-2, GRI 418-1	3.1 Consumidores. Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas
Información fiscal	- Beneficios obtenidos por país.	GRI 207-4	Nota 13 de las CC.AA. de Sabeko Banaketa S.A.U.
	- Impuestos sobre beneficios pagados.		3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas
	- Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	3.2 Información fiscal: los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas

Alcampo, S.A.
(Sociedad Unipersonal)

Informe de verificación independiente del
Estado de Información No Financiera
Complementario correspondiente al ejercicio
finalizado al 31 de diciembre de 2020 de
Alcampo, S.A. (Sociedad Unipersonal).

12 de mayo de 2021

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

A los accionistas de Alcampo, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de información no financiera Complementario (en adelante EINFC) que se corresponde al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2020, que se presenta en el Anexo 2 al Informe No Financiero Auchan Holding 2020 y que forma parte del Informe de Gestión de Alcampo, S.A. (en adelante, Alcampo).

Tal y como se indica en el Informe de Gestión, Alcampo se ha acogido a la dispensa recogida en el art. 262.5 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital por integrar parte de su información no financiera en la Declaración consolidada de resultados no financieros (en adelante, EINF consolidado del Grupo) de Auchan Holding S.A. (en adelante, el Grupo Auchan), al cual pertenece. Con el fin de cumplir con las obligaciones mercantiles en materia de publicación de información no financiera en vigor, Alcampo ha formulado el EINFC adjunto, con información parcial, en el que se incluye, de acuerdo con el análisis realizado por Alcampo descrito en el apartado “Naturaleza y alcance del Informe”, la información complementaria exigida por el artículo 49.6 del Código de Comercio en comparación con la requerida en los artículos 19. Bis 1 y 29. Bis1 de la Directiva 2014/95/UE. Nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de los contenidos del EINFC adjunto, sin que hayamos realizado procedimiento de verificación alguno sobre la información integrada en el EINF consolidado del Grupo Auchan. En este sentido, nuestro trabajo de revisión se ha limitado, exclusivamente, a la verificación de la información identificada en la tabla de “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario” del EINFC.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINFC incluido en el Informe de Gestión de Alcampo S.A., así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Alcampo, S.A. El EINFC se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario”.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINFC esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los Administradores de Alcampo, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINFC.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de aseguramiento independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado, que se refiere exclusivamente al ejercicio 2020.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento y tienen una menor extensión que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de la Sociedad que han participado en la elaboración del EINFC, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINFC y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Alcampo, para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.

- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINFNC en función del análisis de materialidad realizado por Alcampo y descrito en el epígrafe “Naturaleza y alcance del Informe” del EINFNC de Alcampo, considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor que no están incluidos en el EINF del Grupo Auchan.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINFNC del ejercicio 2020.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINFNC del ejercicio 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINFNC del ejercicio 2020 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Alcampo.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la dirección de Alcampo.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que los contenidos del EINFNC de Alcampo correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020 no han sido preparados, en todos los aspectos significativos, siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario”. El contenido del citado Estado complementario ha sido determinado por Alcampo de acuerdo con el análisis realizado por comparación entre la información no financiera exigida por el artículo 49.6 del Código de Comercio y la prevista en los artículos 19. Bis 1 y 29. Bis 1 de la Directiva 2014/95/UE. Alcampo ha determinado que ésta última se incluye en el EINF consolidado del ejercicio 2020 del Grupo Auchan al que la misma pertenece, por lo que el EINFNC adjunto no incluye la totalidad del contenido recogido por la normativa mercantil vigente.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

DELOITTE, S.L.

M^a Concepción Iglesias Jiménez
12 de mayo de 2021



Sociedad Hispánica de Desarrollo, S.A.U.

Informe de verificación independiente del
Estado de Información No Financiera
Complementario correspondiente al ejercicio
finalizado al 31 de diciembre de 2020 Sociedad
Hispánica de Desarrollo, S.A.U.

12 de mayo de 2021

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

A lo socios de Sociedad Hispánica de Desarrollo, S.A.U.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de información no financiera Complementario (en adelante EINFC) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2020, que se presenta en el Anexo 3 al Informe No Financiero Auchan Holding 2020 y que forma parte del Informe de Gestión de Sociedad Hispánica de Desarrollo, S.A.U. (en adelante, la Sociedad).

Tal y como se indica en el Informe de Gestión, la Sociedad se ha acogido a la dispensa recogida en el art. 262.5 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital por integrar parte de su información no financiera en la Declaración consolidada de resultados no financieros (en adelante, EINF consolidado del Grupo) de Auchan Holding S.A. (en adelante, el Grupo Auchan), al cual pertenece. Con el fin de cumplir con las obligaciones mercantiles en materia de publicación de información no financiera en vigor, la Sociedad ha formulado el EINFC adjunto, con información parcial, en el que se incluye, de acuerdo con el análisis realizado por la Sociedad descrito en el apartado “Naturaleza y alcance del Informe”, la información complementaria exigida por el artículo 49.6 del Código de Comercio en comparación con la requerida en los artículos 19. Bis 1 y 29. Bis1 de la Directiva 2014/95/UE. Nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de los contenidos del EINFC adjunto, sin que hayamos realizado procedimiento de verificación alguno sobre la información integrada en el EINF consolidado del Grupo Auchan. En este sentido, nuestro trabajo de revisión se ha limitado, exclusivamente, a la verificación de la información identificada en la tabla de “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario” del EINFC.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINFC incluido en el Informe de Gestión de Sociedad Hispánica de Desarrollo, S.A.U., así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Sociedad Hispánica de Desarrollo, S.A.U. El EINFC se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario”.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINFC esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los Administradores de Sociedad Hispánica de Desarrollo, S.A.U. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINFC.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de aseguramiento independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado, que se refiere exclusivamente al ejercicio 2020.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento y tienen una menor extensión que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de la Sociedad que han participado en la elaboración del EINFC, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINFC y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de la Sociedad, para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.

- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINFNC en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad y descrito en el epígrafe “Naturaleza y alcance del Informe” del EINFNC de la Sociedad, considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor que no están incluidos en el EINF del Grupo Auchan.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINFNC del ejercicio 2020.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINFNC del ejercicio 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINFNC del ejercicio 2020 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de la Sociedad.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la dirección de la Sociedad.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que los contenidos del EINFNC de la Sociedad correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020 no han sido preparados, en todos los aspectos significativos, siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario”.

El contenido del citado Estado complementario ha sido determinado por la Sociedad de acuerdo con el análisis realizado por comparación entre la información no financiera exigida por el artículo 49.6 del Código de Comercio y la prevista en los artículos 19. Bis 1 y 29. Bis 1 de la Directiva 2014/95/UE. La Sociedad ha determinado que ésta última se incluye en el EINF consolidado del ejercicio 2020 del Grupo Auchan al que la misma pertenece, por lo que el EINFNC adjunto no incluye la totalidad del contenido recogido por la normativa mercantil vigente.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

DELOITTE, S.L.

M^a Concepción Iglesias Jiménez
12 de mayo de 2021

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

DELOITTE, S.L.

2021 Núm. 01/21/06766
30,00 EUR

SELLO CORPORATIVO:

Sello distintivo de otras actuaciones

**Supermercados Sabeco, S.A.U.
(Sociedad Unipersonal)**

Informe de verificación independiente del
Estado de Información No Financiera
Complementario correspondiente al ejercicio
finalizado al 31 de diciembre de 2020 de
Supermercados Sabeco, S.A.U. (Sociedad
Unipersonal)

12 de mayo de 2021.

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

Al accionista único de Supermercados Sabeco, S.A.U.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de información no financiera Complementario (en adelante EINFC) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2020, que se presenta en el Anexo 4 al Informe No Financiero Auchan Holding 2020 y que forma parte del Informe de Gestión de Supermercados Sabeco, S.A.U. (en adelante, Sabeco).

Tal y como se indica en el Informe de Gestión, Sabeco se ha acogido a la dispensa recogida en el art. 262.5 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital por integrar parte de su información no financiera en la Declaración consolidada de resultados no financieros (en adelante, EINF consolidado del Grupo) de Auchan Holding S.A.U. (en adelante, el Grupo Auchan), al cual pertenece. Con el fin de cumplir con las obligaciones mercantiles en materia de publicación de información no financiera en vigor, Sabeco ha formulado el EINFC adjunto, con información parcial, en el que se incluye, de acuerdo con el análisis realizado por Sabeco descrito en el apartado “Naturaleza y alcance del Informe”, la información complementaria exigida por el artículo 49.6 del Código de Comercio en comparación con la requerida en los artículos 19. Bis 1 y 29. Bis1 de la Directiva 2014/95/UE. Nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de los contenidos del EINFC adjunto, sin que hayamos realizado procedimiento de verificación alguno sobre la información integrada en el EINF consolidado del Grupo Auchan. En este sentido, nuestro trabajo de revisión se ha limitado, exclusivamente, a la verificación de la información identificada en la tabla de “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario” del EINFC.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINFC incluido en el Informe de Gestión de Sabeco S.A.U., así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Supermercados Sabeco, S.A.U. El EINFC se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario”.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINFC esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los Administradores de Supermercados Sabeco, S.A.U. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINFC.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de aseguramiento independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado, que se refiere exclusivamente al ejercicio 2020.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento y tienen una menor extensión que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de la Sociedad que han participado en la elaboración del EINFC, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINFC y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Sabeco, para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.

- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF de Sabeco en función del análisis de materialidad realizado por Sabeco y descrito en el epígrafe “Naturaleza y alcance del Informe” del EINF de Sabeco, considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor que no están incluidos en el EINF del Grupo Auchan.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Sabeco.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la dirección de Sabeco.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que los contenidos del EINF de Sabeco correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020 no han sido preparados, en todos los aspectos significativos, siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario”.

El contenido del citado Estado complementario ha sido determinado por Sabeco de acuerdo con el análisis realizado por comparación entre la información no financiera exigida por el artículo 49.6 del Código de Comercio y la prevista en los artículos 19. Bis 1 y 29. Bis 1 de la Directiva 2014/95/UE. Sabeco ha determinado que ésta última se incluye en el EINF consolidado del ejercicio 2020 del Grupo Auchan al que la misma pertenece, por lo que el EINF adjunto no incluye la totalidad del contenido recogido por la normativa mercantil vigente.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

DELOITTE, S.L.

M^a Concepción Iglesias Jiménez
12 de mayo de 2021

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

DELOITTE, S.L.

2021 Núm. 01/21/06765
30,00 EUR

SELLO CORPORATIVO:

Sello distintivo de otras actuaciones

Sabeko Banaketa, S.A.U. (Sociedad Unipersonal)

Informe de verificación independiente del
Estado de Información No Financiera
Complementario correspondiente al ejercicio
finalizado al 31 de diciembre de 2020 de
Sabeko Banaketa, S.A.U. (Sociedad
Unipersonal)

12 de mayo de 2021

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

Al accionista único de Sabeko Banaketa, S.A.U.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de información no financiera Complementario (en adelante EINFC) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2020, que se presenta en el Anexo 5 al Informe No Financiero Auchan Holding 2020 y que forma parte del Informe de Gestión de Sabeko Banaketa, S.A.U. (en adelante, Banaketa).

Tal y como se indica en el Informe de Gestión, Banaketa se ha acogido a la dispensa recogida en el art. 262.5 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital por integrar parte de su información no financiera en la Declaración consolidada de resultados no financieros (en adelante, EINF consolidado del Grupo) de Auchan Holding S.A. (en adelante, el Grupo Auchan), al cual pertenece. Con el fin de cumplir con las obligaciones mercantiles en materia de publicación de información no financiera en vigor, Banaketa ha formulado el EINFC adjunto, con información parcial, en el que se incluye, de acuerdo con el análisis realizado por Banaketa descrito en el apartado “Naturaleza y alcance del Informe”, la información complementaria exigida por el artículo 49.6 del Código de Comercio en comparación con la requerida en los artículos 19. Bis 1 y 29. Bis1 de la Directiva 2014/95/UE. Nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de los contenidos del EINFC adjunto, sin que hayamos realizado procedimiento de verificación alguno sobre la información integrada en el EINF consolidado del Grupo Auchan. En este sentido, nuestro trabajo de revisión se ha limitado, exclusivamente, a la verificación de la información identificada en la tabla de “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario” del EINFC.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINFC incluido en el Informe de Gestión de Banaketa S.A.U., así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Sabeko Banaketa, S.A.U. El EINFC se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario”.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINFC esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los Administradores de Sabeko Banaketa, S.A.U. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINFC.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de aseguramiento independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado, que se refiere exclusivamente al ejercicio 2020.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento y tienen una menor extensión que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de la Sociedad que han participado en la elaboración del EINFC, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINFC y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Banaketa, para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.

- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF de Banaketa en función del análisis de materialidad realizado por Banaketa y descrito en el epígrafe “Naturaleza y alcance del Informe” del EINF de Banaketa, considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor que no están incluidos en el EINF del Grupo Auchan.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Banaketa.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la dirección de Banaketa.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que los contenidos del EINF de Banaketa correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020 no han sido preparados, en todos los aspectos significativos, siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Contenidos del Estado de Información No Financiera Complementario”.

El contenido del citado Estado complementario ha sido determinado por Banaketa de acuerdo con el análisis realizado por comparación entre la información no financiera exigida por el artículo 49.6 del Código de Comercio y la prevista en los artículos 19. Bis 1 y 29. Bis 1 de la Directiva 2014/95/UE. Banaketa ha determinado que ésta última se incluye en el EINF consolidado del ejercicio 2020 del Grupo Auchan al que la misma pertenece, por lo que el EINF adjunto no incluye la totalidad del contenido recogido por la normativa mercantil vigente.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

DELOITTE, S.L.

M^a Concepción Iglesias Jiménez
12 de mayo de 2021

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

DELOITTE, S.L.

2021 Núm. 01/21/06764

30,00 EUR

SELLO CORPORATIVO:

Sello distintivo de otras actuaciones