



2008

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



Carta del Presidente y Director General	•3
Cifras clave	•4
Resultados 2008	•6
Nuestros valores	•8
Mejorar el poder de compra y la calidad de vida de nuestros clientes	•9
Profesionales responsables, apasionados y considerados	•13
Respetuosos con el medio ambiente	•17
Relaciones equilibradas con los proveedores	•22
Con la integración laboral de la discapacidad	•26
Con la infancia	•29



ALCAMPO

C/ Santiago de Compostela Sur, s/n. 28029 Madrid

DIRECCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y COMUNICACIÓN EXTERNA

rsc@alcampo.es

prensa@alcampo.es

Alcampo pertenece al **grupo familiar Auchan**, presente en 12 países a través de **469 hipermercados**, **708 supermercados**, casi **300 centros comerciales**, comercio electrónico y banca. El Grupo Auchan, que es propiedad de la Asociación Familiar Mulliez y los empleados (un 13%), cuenta con una plantilla de 209.000 trabajadores.

En consonancia con nuestra política ambiental sólo se ha impreso un resumen del Informe de Responsabilidad Social Corporativa de Alcampo, evitando la emisión de 350 Kg de CO₂ a la atmósfera.

www.alcampo.es





Pedro Alonso
DIRECTOR GENERAL

Patrick Coignard
PRESIDENTE

Es un placer para nosotros presentar una vez más el Informe de Responsabilidad Social Corporativa de Alcampo, que recoge los datos más relevantes de 2008 y pretende transmitir nuestro compromiso con el entorno donde desarrollamos nuestra actividad.

2008 ha sido un año especialmente difícil para todos y no podemos negar que el comercio ha sufrido también el azote de la crisis. Ante esta situación, surgen planteamientos de si podemos seguir fomentando la Responsabilidad Corporativa en tiempos de crisis. La respuesta es sí, más incluso que en un momento de bonanza económica.

Alcampo ha crecido sobre una base de valores que comparte con el Grupo Auchan, y que actúan como la conciencia de nuestra organización. No vamos a prescindir de ellos; nos han guiado a través de nuestra historia y nos mantendrán vivos en el futuro. Ante esta situación, los valores de Alcampo se hacen más necesarios que nunca: Actuar como una empresa responsable es un eje fundamental para nosotros.

prueba de respeto al presente, necesidad de adaptación al futuro



Desde el comienzo de nuestra andadura hemos trabajado día a día para abaratar la cesta de la compra y hacerla asequible a nuestros clientes. Hemos sido perseverantes con ello y llevamos años trasladando los precios más bajos a quienes nos visitan. Tenemos claro que nuestra razón de ser es mejorar la calidad de vida y el poder de compra de nuestros clientes, con trabajadores responsables, profesionales, apasionados y considerados.

Por ello, seguiremos profundizando en nuestro compromiso con el desarrollo sostenible. Queremos ser elegidos por nuestros clientes, aumentar la motivación de nuestros empleados, ser considerados por la sociedad, ser preferidos por nuestros proveedores y crear valor para los accionistas.

Entendemos que la estabilidad, el crecimiento del negocio, la creación de puestos de trabajo estables y la obtención de beneficios razonables de forma continuada, son parámetros ineludibles de nuestra aportación a la sociedad.

Lograr un desarrollo sostenible es responsabilidad de todo Alcampo, de todas y cada una de las 15.500 personas que formamos esta compañía y que trabajamos día a día con el mismo objetivo. Tenemos la obligación, como empresa responsable, de generar riqueza, ser competitivos e innovadores, y además asumir unos compromisos sinceros con nuestro entorno.

Creemos firmemente que comprometernos con fuerza con un comportamiento cada vez más responsable no sólo es una prueba de respeto al presente, sino una necesidad de adaptación a nuestro futuro.

| 100 | millones de clientes |

| cifra de venta | 3.900 millones de € |

| 50 | hipermercados |

| 26 | gasolineras |

| 50.000 | referencias marcas líderes y marcas propias |

| 430 | productos Auchan etiquetados en braille |

| 800 | productos sin gluten |

| 21 | hipermercados certificados con la norma ISO 9001 |

| 15.500 | trabajadores |

| 77% | empleo indefinido |

| 11.683 | empleados accionistas |

| 277.000 | horas de formación |

| 13,5 millones de € | participación en beneficios |

| 6 millones de € | inversión en formación |

nuestras cifras - 31.12.2008

transparencia

| 59.760 | toneladas
de residuos recuperadas |

| 71% | tasa media
de valorización de residuos |

| 600 | referencias
ecológicas |

| 475 | referencias producción
controlada Auchan |

| 8 | hipermercados certificados
con la norma 14.001: 2004 |

| compras | 3.000 de €
a proveedores españoles millones |

| 462.000 € | ventas
comercio justo |

| 2,6 % | discapacidad
en plantilla |

| 2,2 millones de € | compras
a centros especiales de empleo |

| 370.000 | socios club infantil Rik&Rok |

| 116.000 | socios club juvenil Joven Team |

| 600.000 € | destinados
a infancia |

nuestras cifras - 31.12.2008

compromiso

2008 RESULTADOS

Alcampo incrementó un 1,2% su cifra de ventas en 2008, hasta alcanzar una facturación de 3.900 millones de euros; logrado principalmente por el mantenimiento de la política comercial de precios bajos que la cadena practica desde el comienzo de su andadura.

Esta política ha sido reforzada a lo largo de 2008, anticipando antes que otros la crisis y actuando como empresa responsable al hacer aun más asequible la cesta de la compra a sus clientes, lo cual generó la bajada del cash flow bruto de explotación un 3,4%, que alcanzó 207 millones de euros.

Por otro lado el beneficio neto ascendió a 108 millones de euros, con una reducción del 8,5% respecto al pasado ejercicio.

e económicos

aperturas 2008

Hipermercados

Marzo 2008 Alcampo abrió su primer hipermercado en la provincia de Cádiz, en Sanlúcar de Barrameda.

Sala de ventas: **7.700 m²**

Puestos de trabajo: **260**

Octubre 2008 Apertura del hipermercado número **50** de la cadena, ubicado en Torrelodones (Madrid).

Sala de ventas: **8.000 m²**

Puestos de trabajo: **150**

venta on line

Alcampo Drive

Septiembre 2008 Alcampo Drive, el nuevo servicio de compra on line de Alcampo, inició su actividad en Villaviciosa de Odón (Madrid), donde los clientes pueden recoger su compra en 5 minutos.

Puestos de trabajo: **20**

nueva estación de servicio

Gasolineras

Marzo 2008

El hipermercado de Colmenar Viejo (Madrid) abrió su estación de servicio. El 100% de la plantilla está compuesta por personas con discapacidad, siendo la decimoquinta gasolinera ocupada en su totalidad por personas con discapacidad.

confianza progreso compartir nuestros valores



Antonio Chicón
DIRECTOR DE RSC Y
COMUNICACIÓN EXTERNA



“nuestro desarrollo
debe ser
económicamente
eficaz, socialmente
justo y ecológicamente
respetuoso”

El Grupo Auchan recoge en su visión la necesidad de actuar como una empresa responsable. Como herederos de los valores del Grupo al que pertenecemos, asumimos voluntariamente que nuestro desarrollo debe ser económicamente eficaz, socialmente justo y ecológicamente respetuoso.

Para nosotros la RSC no es una moda pasajera; es nuestra manera de actuar desde el comienzo de nuestra historia. **Nuestros valores** están basados en tres ejes fundamentales: **confianza, compartir y progreso.**

Confianza como relación de respeto, honestidad y transparencia con nuestro entorno. **Progreso** como mejora continua en todos los aspectos de la compañía. **Compartir**, valor fundamentado en el reparto del saber, del poder y del haber entre los trabajadores.

Somos conscientes de que en momentos como éste, nuestros valores se hacen más fuertes y funcionan como nuestro eje diferenciador entre nuestros clientes, empleados, proveedores, medio ambiente y la sociedad en general.

Estamos convencidos de que queremos poner nuestra empresa al servicio del bienestar del hombre a través de la mejora del poder de compra de nuestros clientes, de la consideración de nuestros empleados, del respeto a nuestros proveedores, de la mejora del medio ambiente y del apoyo a los colectivos más desfavorecidos de la sociedad en la que operamos.



calidad
precios bajos
surtido
te escuchamos
alimentamos tu salud
nuestros
clientes

Alcampo tiene una clara vocación al servicio del cliente y apuesta firmemente por lograr el objetivo de mejorar el poder de compra y la calidad de vida de los **100 millones de clientes** que visitan sus hipermercados cada año.

Su política comercial está apoyada en tres ejes fundamentales: **precio, surtido y calidad**; es decir: ofrecer los precios más bajos, el surtido más amplio y la máxima calidad en todos los productos y servicios que ofrece.

PRECIOS BAJOS

Alcampo practica un comercio de precios bajos desde el comienzo de su andadura. La cadena asegura la compra más barata, muestra clara de su compromiso directo con los clientes, en todas las zonas en las que opera.

La contención de gastos, aprovechamiento de sinergias y la selección precisa de sus proveedores, son algunos de los ejes que hacen posible hacer llegar a sus clientes la cesta de la compra más barata del mercado. Miles de profesionales trabajan día a día para asegurar que este objetivo se consigue.

Alcampo es la cadena de hipermercados más barata, como aseguran numerosos estudios, y ofrece alternativas de compra para lograr el máximo ahorro, como los productos de marca propia Auchan y Primer Precio .

Alcampo asegura los precios más bajos

La cadena cuenta con 8.100 referencias de marca propia Auchan y 1.200 de Primer Precio , que abaratan la compra entre un 15% y un 30%.

Otra de las opciones que ofrece la compañía para asegurar los precios más bajos es el denominado Self-Discount, un espacio diferenciado dentro de la tienda que ofrece la solución de compra más barata. Self-Discount está presente en 43 hipermercados y cuenta con un amplio surtido de más de 620 referencias.

8.100 referencias marca propia Auchan

1.200 referencias Primer Precio 

620 referencias surtido self-discount



SURTIDO

El surtido es un concepto básico para la política comercial de Alcampo, que cree firmemente en la libertad de elección de sus clientes, por eso, la cadena ofrece más de **50.000 referencias** de marcas líderes y propias en sus lineales.

Asimismo, la cadena tiene la intención de cubrir las necesidades de compra de todos y cada uno de sus clientes, por ello profundiza en su surtido dando respuesta a determinados colectivos para hacerles asequibles los productos que buscan, siempre al mejor precio.

En este sentido, Alcampo ofrece 430 referencias de marca propia Auchan etiquetadas en Braille, más de 800 aptas para celiacos, 80 de ellas de Marca Propia Auchan y Primer Precio , casi 500 productos étnicos, etc.



50.000

referencias de marcas líderes
y marcas propias

mejorar el poder de compra de nuestros clientes

800

sin gluten
referencias aptas celiacos
80 de ellas, de marca propia Auchan y Primer Precio 



430

etiquetados
en Braille
referencias marca propia

465

productos
del mundo
étnicos



CALIDAD

La calidad es irrenunciable para Alcampo, tanto en los productos y servicios que ofrece, como en la gestión empresarial. Por eso profundiza año tras año, con el fin de que su Calidad esté avalada por organismos de prestigio internacional.

En 2008 Alcampo ha certificado con la norma ISO 9001 de Gestión de Calidad los hipermercados de Vigo II, Santiago, Castellón y Alicante, así como el departamento de Auchan Producción España (APE) que gestiona la marca propia de la cadena.

ESCUCHA AL CLIENTE

Alcampo mantiene un contacto constante con sus clientes, con el fin de mejorar día a día en el objetivo de satisfacer sus necesidades.

Para ello cuenta con distintos canales:

Encuestas: Alcampo realiza encuestas de satisfacción anuales. En 2008, 30.100 clientes participaron en dicha dinámica.

Atención al cliente: El 100% de las más de 11.100 consultas, sugerencias y reclamaciones de los clientes fueron respondidas en un plazo máximo de 7 días.

Reuniones con consumidores: Puestas en marcha en febrero de 2008, tienen la finalidad de que clientes y Alcampo mantengan un encuentro para compartir experiencias de compra. Se han celebrado 82 reuniones con clientes en 46 centros Alcampo.



CALIDAD

Certificados en 2008 con la norma ISO 9001

Los hipermercados de:

Vigo II
Santiago
Castellón
Alicante
Departamento de Auchan Producción España

Certificados con la norma ISO 9001

- 21 Hipermercados
- Centro de Administración de Proveedores
- Departamento de Auchan Producción España
- Departamento de Calidad de Alcampo
- Central de Compras de Frutas y Hortalizas Zenalco

11.100 consultas
sugerencias
reclamaciones

82
reuniones
con clientes

escribenos@alcampo.es



ALIMENTAMOS TU SALUD

Alimentamos tu salud es un programa puesto en marcha por Alcampo en 2006 cuyo objetivo es mejorar los hábitos de consumo alimentario y de forma de vida de los clientes, en el marco de la estrategia para la Nutrición, Actividad Física y prevención de la Obesidad (NAOS) puesta en marcha desde el Ministerio de Sanidad y Consumo, a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), siguiendo las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

En el marco de este programa durante 2008, se ha puesto en marcha el Comité Nutricional formado por expertos nutricionistas, dietistas y médicos. Asimismo, han sido revisados todos los mensajes saludables que la cadena incluye en sus folletos promocionales desde el comienzo del programa y se han revisado todos los productos que se incluyen dentro del programa Alimentamos tu Salud.

Durante 2008, se han reetiquetado 105 productos de Marca Propia con extensa información nutricional y se han Reformulado más de 15 productos Marca Propia reduciendo tasas de sal, azúcar y materias grasas.

Asimismo, dentro del programa Alimentamos tu Salud, Alcampo fomenta el deporte en las comunidades en las que opera; de hecho, casi un 40% del total de donaciones y patrocinios realizados por la cadena se han destinado de manera directa al deporte.

2008

- Puesta en marcha del Comité Nutricional formado por expertos nutricionistas, dietistas y médicos.
- Revisados el 100% de los mensajes saludables incluidos en folletos comerciales.
- Revisados el 100% de productos incluidos dentro del programa.
- Reetiquetados 105 productos de Marca Propia con extensa información nutricional.
- Reformulados más de 15 productos de Marca Propia, reduciendo tasas de sal, azúcar y materias grasas.

Un
39%

del total de donaciones y patrocinios realizados por Alcampo se han destinado a la promoción y fomento del deporte.

mejorar la calidad de vida de nuestros clientes

OBJETIVOS

- Seguir reformulando productos Auchan, Rik&Rok y Primer Precio 👍 reduciendo las tasas de sal, azúcar y materias grasas.
- Reetiquetar productos Auchan, Rik&Rok y Primer Precio 👍 con información nutricional extensa.
- Aumentar la oferta de productos sin gluten, aptos para personas celiacas.
- Incrementar el número de hipermercados certificados con la norma ISO 9001.





ofrecer condiciones
de trabajo de calidad

creación de empleo

comunicación interna

Alcampo, escuela de éxito

garantizar una remuneración
global fiable y atractiva

nuestros profesionales

PROFESIONALES RESPONSABLES Y APASIONADOS, PROFESIONALES CONSIDERADOS

Enraizado en los valores de la empresa - **confianza, compartir y progreso** - el proyecto humano de Alcampo consiste en ofrecer a cada trabajador las condiciones y los medios que le permitan implicarse en su trabajo, lograr el éxito y realizarse profesionalmente; es decir, crear un equipo de trabajadores responsables, profesionales, apasionados y considerados.

La voluntad de Alcampo es actuar como un empleador leal y serio:

- Contribuyendo a la profesionalización de los equipos, mediante la formación y el desarrollo profesional.
- Favoreciendo la responsabilización como factor de progreso y de expresión de la iniciativa de cada trabajador.
- Ofreciendo condiciones de trabajo de calidad.
- Garantizando una remuneración global fiable y atractiva.

Estos compromisos están enunciados en la visión de la empresa y han sido transmitidos y comunicados a toda la plantilla, como primer paso para compartirlos y hacerlos cada día realidad.

profesionales responsables y apasionados

OFRECER CONDICIONES DE TRABAJO DE CALIDAD

El clima de empresa quiere ser al mismo tiempo social y profesional: es un estilo de relaciones propio de Alcampo, en el que la simplicidad, la franqueza y la ayuda mutua contribuyen a mejorar la calidad del trabajo y el bienestar personal.

Dentro de este ámbito de actuación, Alcampo realiza cada dos años un **Estudio de Compromiso** entre todos los trabajadores, para recoger su percepción sobre la organización, sobre la misión que desempeña cada uno y sobre su situación profesional. La opinión de todos los trabajadores se considera importante para lograr una empresa mejor. El proceso de recogida y tratamiento de cuestionarios es totalmente confidencial y todo el personal de Alcampo es posteriormente informado de los resultados de su centro y del conjunto de la empresa, así como de la posterior elaboración y puesta en marcha de planes de acción.

GARANTIZAR UNA REMUNERACIÓN GLOBAL FIABLE Y ATRACTIVA

Compartir es vincular a todos los trabajadores a la vida de la empresa y ser solidario tanto en los éxitos como en los fracasos. En Alcampo, una dimensión fundamental de este valor es **compartir el haber**.

Cumpliendo con la responsabilidad y el compromiso con los trabajadores de Alcampo, estos tienen la posibilidad de participar en los resultados de la empresa mediante la mencionada política del reparto del haber, a través del accionariado y de primas.

El sistema de accionariado voluntario, que funciona en España desde hace más de diez años, implica que empleados de Alcampo sean también accionistas del Grupo Auchan y accedan al reparto del crecimiento del Grupo. Al finalizar 2008, el número de accionistas ascendió a 11.683 que representa el 98% de los trabajadores que pueden participar en este sistema.



el desarrollo sostenible es responsabilidad de todas y cada una de las personas que formamos Alcampo

El patrimonio medio de estos trabajadores-accionistas de Alcampo alcanzó en 2008 los 10.600 euros, importe que aumenta año tras año debido, principalmente, al sistema de **Participación en Beneficios** que realiza la compañía, por el cual se repartieron en el último año 13,5 millones de euros en acciones y que significa el acceso al reparto de los resultados de Alcampo.

Además de la participación en beneficios repartidos en acciones, el personal de Alcampo accede al reparto de los buenos resultados de su centro de trabajo a través de la prima trimestral llamada Valprima, por la que se repartieron el año pasado 2 millones de euros entre los trabajadores.

Además, dentro de esta política de reparto del haber, existe una retribución variable para todos los colectivos de la empresa que reconoce la calidad del trabajo. En 2008, la plantilla de Alcampo recibió 9 millones de euros bajo el concepto de retribución variable.

COMUNICACIÓN INTERNA

Dentro de la política de participación de Alcampo, se desarrolla la Comunicación Interna, como elemento de construcción de una cultura de empresa común a todos y basada en los valores de la compañía, que genera identificación con el

11.683 empleados
accionistas

1.275 nuevos
accionistas
en 2008

Doble compromiso Alcampo con sus trabajadores, como empleados y como accionistas del Grupo Auchan, al que pertenece Alcampo.

accionistas

98% del total de la plantilla
con posibilidad de ser
accionista

10.600€
patrimonio medio



escuela de éxito

proyecto común. La Comunicación Interna permite compartir la información más relevante sobre la empresa, la visión, la misión de cada uno dentro de la estrategia de Alcampo así como difundir y reconocer las mejores prácticas.

Para ello, se definen una estrategia y unas responsabilidades de comunicación, que se concretan a través de diversas herramientas de comunicación descendente, ascendente y horizontal: canales de comunicación (revistas, vídeos, intranet), reuniones de equipo, campañas y barómetros de opinión interna, etc.

ALCAMPO, ESCUELA DE ÉXITO

Alcampo apuesta por ser escuela de éxito y la formación continua es una máxima ineludible. La cadena apoya y fomenta la especialización profesional de sus empleados.

En total se impartieron 277.000 horas de formación, en las que se invirtieron 6 millones de euros.



FORMACIÓN

277.000
horas de formación

6 de €
millones
inversión
en formación



CREACIÓN DE EMPLEO

creación de empleo

Para Alcampo, la creación de puestos de trabajo es una de sus principales aportaciones a la sociedad; asimismo, facilitar el acceso al empleo a colectivos en riesgo de exclusión forma parte de la filosofía de la cadena.

Alcampo cuenta con 15.500 empleados, de los que un 68,7% son mujeres y promueve a través de su Plan de Igualdad, el acceso de sus trabajadoras a puestos de responsabilidad.

El colectivo de inmigrantes es otro de los grupos entre los que Alcampo fomenta el empleo; constituyendo un 8,4% del total de la plantilla.

Asimismo, la cadena participa en diversos programas de generación de empleo para colectivos en riesgos de exclusión, siendo su principal objetivo la integración laboral de personas con discapacidad, uno de los ejes principales de su Acción Social.

En este sentido, la cadena supera desde hace años el porcentaje legal del 2%, y en 2008 alcanzó una cuota de discapacidad en plantilla del 2,6% a través de 221 empleos directos y 102 indirectos logrados a través de compras a centros especiales de empleo, que en 2008 superaron los 2,2 millones de euros.

15.500
total plantilla

77% empleo indefinido

68,7% mujeres

2,6% discapacidad en plantilla

8,4% empleados inmigrantes

OBJETIVOS 2009

- Seguir desarrollando el Plan de Igualdad.
- Incrementar la formación y sensibilización ambiental.
- Avanzar más en conciliación.
- Continuar y reforzar el Plan de Seguridad y Salud Laboral.

reducir los consumos de energía
reducir los envases y embalajes
uso responsable de bolsas de plástico
respetar el planeta
gestionar los residuos
ahorrar
hacia la construcción sostenible
vivir mejor

sostenibilidad

soluciones para vivir mejor, respetar el planeta y ahorrar

POLÍTICA DE MEDIO AMBIENTE DE ALCAMPO

Nuestra Razón de Ser es mejorar el poder de compra y la calidad de vida del mayor número de clientes, con colaboradores responsables, profesionales, apasionados y considerados.

Alcampo como actor de la vida económica y social, considera que su desarrollo debe ser económicamente eficaz, socialmente justo y ecológicamente respetuoso, por ello en el ámbito de la gestión ambiental, nos comprometemos a:

1. Cumplir los requisitos que nos afecten.
2. Realizar un consumo eficiente de recursos.
3. Gestionar nuestros residuos: Reducir, Reciclar y/o Valorizar.
4. Promover prácticas ambientales adecuadas.
5. Ofrecer productos y servicios respetuosos con el medio ambiente.

Alcampo se compromete en el desarrollo de sus actividades a tener un comportamiento cada vez más responsable, como muestra de respeto por la sociedad en la que nos integramos, por el planeta que contribuimos a salvaguardar y por las generaciones futuras.

Alcampo mantiene un firme compromiso con el medio ambiente; prueba de ello es que cuenta con una política ambiental donde manifiesta, públicamente, sus intenciones respecto a la mejora del entorno.

Dentro de su actividad, la cadena se centra en tres ejes fundamentales: **reducir los consumos de energía, gestionar residuos y ofrecer a los clientes soluciones para vivir mejor, respetar el planeta y ahorrar.**

-2%
de consumo
de energía
en **2008**
evitando la emisión de
2.547 t
de **CO₂**

REDUCIR LOS CONSUMOS DE ENERGÍA

En 2008, la cadena redujo un 2% el consumo de energía, **evitando la emisión de 2.547 t de CO₂**. Asimismo, gracias al aprovechamiento logístico de los camiones que suministran mercancía a los hipermercados, **se han recorrido 54.000 Km menos** y se han ahorrado 21.000 litros de combustible, **evitando la emisión de 1.700 t de CO₂ a la atmósfera**.

HACIA LA CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE

Tanto el nuevo hipermercado de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz), como las instalaciones de Alcampo Drive en Villaviciosa de Odón (Madrid), han incluido mejoras en su construcción con el fin de ahorrar energía. Entre ellas cabe destacar **la instalación de recuperadores de calor de condensadores de frío industrial y de una central solar térmica**, ambas medidas para suministrar agua caliente sanitaria.



El almacén de Alcampo Drive es un ejemplo de construcción sostenible. Además de las placas solares, otra manera de aprovechar la luz solar y evitar el consumo innecesario de energía eléctrica es la utilización de captadores solares. Estos captadores recogen luz solar y la conducen al interior a través de tubos forrados de aluminio brillante, donde el sol va reflejando luz pero sin transmitir ni calor, ni energía ultravioleta.

Asimismo, el almacén cuenta con un sistema de control del alumbrado a través de una fotocélula que detecta cuándo se necesita alumbrado eléctrico y en qué medida, depen-

diendo de la luz ambiente y de la presencia o no de personal, y regulando el flujo luminoso con alta precisión.

Para evitar la pérdida de energía en las cámaras de frío, se han aislado los suelos, se han incluido puertas rápidas en todas las cámaras y se han instalado cámaras correlativas, pasando de la de mayor temperatura a la siguiente y de ésta a la de congelados para aprovechar al máximo el frío.

GESTIONAR LOS RESIDUOS

La generación y gestión de los residuos constituye un problema ambiental grave en la sociedad. El abandono o gestión inadecuada de dichos residuos repercute negativamente en el entorno, contaminando medios naturales y contribuyendo al cambio climático.

Por ello, Alcampo trabaja desde hace años con diferentes gestores, para asegurar que su actividad genera el menor número de residuos posible y que los generados tienen una alta tasa de valorización.

En 2008, la cadena destinó más de 2,6 millones de euros a su Plan Integral de Gestión de Residuos y recuperaron casi 60.000 toneladas de residuos básicos como cartón (25.500 t), plástico (520 t), madera (5.220 t), chatarra (320 t) y basura (28.200 t). Gracias a la correcta gestión de estos residuos, en hipermercados y almacenes logísticos, la tasa de valorización alcanzó el 53%.

2,6
de €
millones
destinados al

PLAN INTEGRAL
DE GESTIÓN
DE RESIDUOS

beneficios MEDIO AMBIENTALES

2008	2007
CARTÓN	
25.500 t	25.125 t
PLÁSTICO	
520 t	516 t
MADERA	
5.220 t	5.444 t
CHATARRA	
320 t	352 t

Las 25.500 t de cartón y papel recuperado en Alcampo en el 2008, equivalente en volumen a llenar un pequeño estadio de fútbol con cartón, han permitido que en nuestros bosques se absorban 35.050 t de CO₂.

Cada t de papel que se descompone en un vertedero, emite 77 Kg de metano a la atmósfera, por lo que las t recuperadas han evitado la emisión de gases de efecto invernadero con el equivalente a la quema de más de 19,3 millones de litros de gasolina.

Por cada t de residuo que se recupera y no se deposita en un vertedero, la sociedad se ahorra 75 €, por lo que Alcampo ha ahorrado a la sociedad española más 2,37 millones de €.

La gestión de un vertedero apenas genera empleo o riqueza. Por el contrario, el reciclaje de residuos exige un uso intensivo en mano de obra. Los residuos recuperados en 2008 generan 56,7 puestos de trabajo, que se financian con el reciclado de los materiales.

La tasa de valorización media de los residuos especiales, como aceite industrial, lámparas, AEEs (Aparatos Eléctricos y Electrónicos) y pilas fue del 90%.

Alcampo participa, a través de convenios nacionales, en los Sistemas Integrados de Gestión como **SIGAUS** (aceites industriales), **AMBILAMP** (lámparas), **ECOPILAS** (pilas), **ECOTIC** (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos) y **ECOEMBES** (punto verde en sus envases de marca propia que favorece la recogida selectiva de los mismos y la participación en su tratamiento posterior).

Alcampo acogió, por segundo año consecutivo, la campaña “**Renove TV**”, con la finalidad de favorecer el reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos, contando para ello **con el apoyo de la Fundación ECOTIC**.

Durante la campaña Alcampo ofreció hasta 160 euros a los clientes que entregaron su antiguo televisor al comprar uno nuevo.

TV Renove

Hasta **160** de descuento por tu vieja TV al comprar la nueva.

por tu vieja TV* a una nueva. ¡¡La traes o te la recogemos!!

37" HD 1080i

PLAN RENOVE 399€

799€

REDUCCIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES DE MARCAS PROPIAS DE ALCAMPO

Alcampo apuesta por la reducción de envases y embalajes de sus Marcas Propias desde el origen de los mismos. En este sentido, la política viene marcada por el fomento de la sostenibilidad integrando el componente ambiental dentro del proceso de diseño y selección de los envases de Marca Propia, minimizando el consumo de recursos naturales y energéticos, promoviendo la reducción de residuos y facilitando su reciclabilidad.

La cadena lleva años trabajando bajo el paraguas de esta política y desde 2005 ha logrado reducir 416,5 t de embalajes en su marca Auchan y Primer Precio .

FOMENTO DEL USO RESPONSABLE DE BOLSAS DE PLÁSTICO

Alcampo fue la primera cadena en ofrecer alternativas para reducir el consumo de bolsas de plástico. En 2005 introdujo la Caja Verde en sus tiendas, hoy presente en todos los hipermercados, una caja de salida que no dispensa bolsas gratuitas y que está reservada para los clientes que traigan las suyas propias o adquieran una bolsa ecológica de las ofrecidas por Alcampo.

Alcampo pone a disposición de sus clientes tres tipos de bolsas ecológicas, todas reutilizables:



REDUCCIÓN
de envases y embalajes de
desde marcas propias de Alcampo
2005
se han reducido
417t

las bolsas verdes, fabricadas de plástico reciclado y que el cliente paga una única vez, los capazos de rafia y las bolsas biodegradables fabricadas con fécula de patata.

En 2008, el número de bolsas ecológicas adquiridas por los clientes aumentó un 17% respecto a 2007. Por otra parte, el paso de clientes por Caja Verde aumentó un 3,5%.

5 DE JUNIO

Jornada de sensibilización a clientes para fomentar el consumo responsable de bolsas de plástico.

Se regalaron **10.000 bolsas reutilizables y biodegradables** y se realizaron talleres formativos en las áreas del club infantil Rik&Rok.



Celebración del día Mundial del Medio Ambiente

SOLUCIONES PARA VIVIR MEJOR, RESPETAR EL PLANETA Y AHORRAR

Alcampo, en el marco de su política de surtido y cuidado del medio ambiente, ofrece en sus lineales más de **600 referencias de productos ecológicos**, los cuales gozan de una gran acogida entre sus clientes.

Dando un paso más, Alcampo incluyó en su porta-folio de marca propia casi 20 referencias de gamas ECOLÓGICO y BIO. En el primero de los casos son productos de limpieza y en el segundo, de alimentación. Asimismo, la cadena introdujo en su oferta, 12 muebles de jardín con la garantía FSC, realizados con maderas de bosques de tala sostenible.

Asimismo, la cadena incluye en sus folletos comerciales productos ecológicos con el fin de darlos a conocer entre sus clientes y realiza campañas específicas, como la de alimentos andaluces de Producción Ecológica, celebrada en 32 hipermercados, por tercer año consecutivo.

NUEVOS PRODUCTOS MARCA AUCHAN ecológicos y bio



productos
Auchan ecológicos

productos
nuevos
2008

productos
Auchan bio



muebles de jardín
con la garantía FSC

Gestión Ambiental

CERTIFICACIONES: Alcampo finalizó 2008 con 8 hipermercados certificados con la norma de calidad medioambiental ISO 14.001: 2004, que reconoce el Sistema de Gestión Medioambiental de sus centros con el objetivo de cuidar y mejorar el entorno. Además, 6 de ellos poseen la certificación de la Unión Europea del Reglamento EMAS.



OBJETIVOS

- Reducir el consumo de bolsas de caja.
- Reducir el consumo de electricidad.
- Optimizar la gestión de residuos.
- Eco-concepción de envases y embalajes.
- Potenciar la venta de productos sostenibles.
- Reducir las emisiones de CO₂ que genere la actividad de Alcampo.



nuestro código ético comercial
precios bajos
surtido
te escuchamos
apoyo a proveedores locales
**nuestros
proveedores**

CÓDIGO ÉTICO COMERCIAL DE AUCHAN

Alcampo establece las relaciones con sus proveedores a través del llamado Código Ético Auchan, de obligado cumplimiento para todas aquellas empresas que trabajen con y para Alcampo.

Este Código Ético recoge una serie de normas basadas en las convenciones de la Organización Mundial del Trabajo (OIT) y prohíbe expresamente el trabajo infantil o forzado, los abusos, la discriminación y la explotación.

Asimismo exige a los proveedores que sus trabajadores realicen su actividad en un ambiente laboral sano y seguro, que reciban el pago de salarios dignos y los beneficios sociales reconocidos legalmente en cada país.

A través del Código Ético Comercial Auchan, Alcampo insta a que sus proveedores implanten medidas de respeto y cuidado al medio ambiente que no dañen su entorno, como el ahorro o la utilización de energías renovables.

El 100% de los proveedores de la cadena han firmado el Código Ético Comercial de Auchan, garantía de que los productos puestos a la venta en Alcampo han sido fabricados respetando a las personas que trabajan para ellos, así como el medio ambiente en el que operan.

Para garantizar el cumplimiento del Código Ético, el Grupo Auchan realiza auditorias a los proveedores para comprobar que cumplen la normativa firmada y aceptada. El contrato con ellos puede quedar rescindido de inmediato si se detecta el no cumplimiento de la normativa.

**relaciones equilibradas
con los proveedores**

APOYO A PROVEEDORES LOCALES

Uno de los compromisos de la cadena dentro de su política comercial es fomentar el desarrollo económico y social del entorno donde opera. En este sentido, Alcampo realizó **compras a proveedores españoles** por valor de **3.000 millones de euros** en 2008.

PRODUCCIÓN CONTROLADA AUCHAN

Alcampo acoge bajo su marca propia una gama de productos denominada **Producción Controlada Auchan**, que agrupa alimentos frescos producidos en colaboración con agricultores y ganaderos españoles, comprometidos no sólo con la seguridad alimentaria y la calidad, sino también con la recuperación de sabores tradicionales y el respeto al medio ambiente.

Estos alimentos están sometidos a un estricto control durante todo el proceso de producción y comercialización y están perfectamente identificados en cada fase gracias a los correspondientes sistemas de trazabilidad.

En la actualidad, la cadena cuenta con **475 referencias de Producción Controlada Auchan**, como carne de vacuno, ternera de Galicia, cordero de Aragón, conejo, tomates de ensalada, patatas, cebollas, kiwis, naranjas, mandarinas, melocotones, pollos de corral de crianza tradicional, huevos de gallinas camperas, truchas, salmón, etc.

apoyo a proveedores locales



475
referencias
Producción
Controlada
Auchan

de €
millones
3.000
compras a
productores
españoles

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS LOCALES

Junto a las compras realizadas a proveedores locales, Alcampo colabora con ellos por otra vía dándoles a conocer y potenciando el desarrollo de sus productos a través de campañas realizadas en sus hipermercados.

Durante el año pasado Alcampo acogió en 32 hipermercados la “**Quincena Andaluza**”, celebrando bajo la misma campaña dos promociones simultáneas: la de productos de **Calidad Certificada**, en su decimotercera edición, y la de **Producción Ecológica**, en su tercera.

En dicha campaña, organizada por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, la Asociación Empresarial de la Calidad Certificada Landaluz y Alcampo, participaron casi 100 empresas andaluzas, destacándose más de 350 productos, entre ellos 120 avalados por el sello Calidad Certificada y 20 certificados como Producción Ecológica.

Asimismo, Alcampo celebró la segunda edición de la campaña de promoción de productos asturianos que, bajo el lema “**¿Has probado los Alimentos del Paraíso Natural?**” estuvo presente en 25 de sus 50 hipermercados.

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN PRODUCTOS LOCALES

MADRID

120 productos destacados
en 38 hipermercados

ASTURIAS

200 productos destacados
en 25 hipermercados



ANDALUCÍA

350 productos destacados
en 32 hipermercados

En esta campaña promocional, organizada en colaboración con el Gobierno del Principado de Asturias, de la Cámara de Comercio de Oviedo y de Caja Rural, se destacaron 200 productos de más de 30 empresas asturianas.

“Descubre los secretos de los Alimentos de Madrid”

La cadena de distribución Alcampo celebró la primera campaña de promoción de productos madrileños “Descubre los secretos de los Alimentos de Madrid”, que tuvo lugar en 38 tiendas.

Esta campaña fue organizada en colaboración con la Consejería de Economía y Consumo de la Comunidad de Madrid con el objetivo de acercar a los ciudadanos la calidad de los productos madrileños, que pudieron acercarse durante quince días a más de 120 productos de unos 25 proveedores.



ACUERDO ZENALCO CON IGP NARANJAS DE VALENCIA

El Consejo Regulador IGP Cítricos Valencianos y Zenalco, central de compras del grupo Auchan, llegaron a un acuerdo que puede alcanzar la comercialización de 7.700 toneladas de naranjas y clementinas certificadas por el Consejo Regulador IGP Cítricos Valencianos, en toda la red nacional de hipermercados Alcampo y supermercados Sabeco durante la campaña 2008/2009.

COMERCIO JUSTO

Además de la promoción del desarrollo de proveedores locales, Alcampo tiende la mano a productores de países en vías de desarrollo a través de la comercialización de productos de Comercio Justo, en colaboración con la organización Intermon Oxfam principalmente, con la que comenzó a trabajar en 2002.

Alcampo apuesta por la introducción paulatina de estos productos en sus lineales, que señala de manera especial para ser identificados fácilmente por sus clientes. La cadena cuenta en la actualidad con más de **30 referencias de Comercio Justo**, cuya venta alcanzó los **462.000 euros**.

Para potenciar su venta Alcampo realiza, junto a Intermon Oxfam, campañas de sensibilización para darlos a conocer, como la llevada a cabo en 2008 por quinto año consecutivo en todos sus hipermercados: “**Quince Días del Comercio Justo**”.



en 2008
462.000 €
venta de productos
comercio justo

de
+30
referencias
en lineales



OBJETIVOS 2009

- Potenciar la colaboración con productores locales.
- Fomentar las ventas de comercio justo.



gasolineras integradas integración laboral acuerdos y colaboraciones 2008 grupo sifu integración laboral de personas con discapacidad

INTEGRACIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Alcampo es una empresa sensible a las necesidades sociales que le rodean. Por eso, desde hace años apuesta con fuerza por la integración laboral de personas con discapacidad.

La cadena cerró 2008 con una cuota del 2,6% de discapacidad en plantilla. Esta cuota fue lograda con 221 empleos directos y 102 indirectos, a través de compras a centros especiales de empleo, que en 2008 ascendieron a 2,2 millones de euros.

Alcampo mantiene un firme compromiso con este colectivo de personas y apuesta por la igualdad de oportunidades para que, a pesar de sus restricciones físicas, psíquicas y/o sensoriales, puedan desarrollar un trabajo que les abra las puertas a su plena integración laboral y social.

GASOLINERAS INTEGRADAS AL 100% POR PERSONAS CON DISCAPACIDAD

La cadena de distribución Alcampo inauguró una estación de servicio junto a su hipermercado de Colmenar Viejo (Madrid), cuya plantilla está compuesta, en su totalidad, por personas con discapacidad.

Esto fue posible gracias al convenio de colaboración firmado entre el hipermercado Alcampo de Colmenar Viejo y el centro especial de empleo Grupo SIFU, cuya finalidad es promover la integración laboral de personas con discapacidad.

Alcampo cuenta en la actualidad en 15 de sus 26 gasolineras, con una plantilla integrada al 100% por personas con discapacidad, y su objetivo es aplicar esta medida a todas las nuevas estaciones de servicio que inaugure junto a sus centros.



ACUERDOS Y COLABORACIONES 2008

FUNDACIÓN JUAN XXIII

Alcampo colabora con diferentes organizaciones que promueven la integración laboral de personas con discapacidad, como la Fundación Juan XXIII, de la que Patrick Coignard, presidente de Alcampo, es patrono desde noviembre de 2008.

La Fundación Juan XXIII es una entidad de iniciativa privada, sin ánimo de lucro, dedicada, desde hace 40 años, a mejorar la calidad de vida de las personas adultas con discapacidad intelectual y fomentar su integración social mediante una atención global, que abarca los aspectos pedagógico, terapéutico, psicosocial y sociolaboral.

GRUPO SIFU

Además de ocuparse de la nueva gasolinera de Colmenar, el centro especial de empleo Grupo SIFU y los hipermercado Alcampo de Logroño y Telde (Gran Canaria), firmaron un acuerdo de colaboración para promover la integración laboral de personas con discapacidad.

Alcampo Logroño integró a seis personas en su gasolinera, así como en su propio hipermercado para ocuparse de comprobar el estado, funcionamiento y limpieza de los carros de compra y almacenaje; tarea que desempeña también la plantilla del Grupo Sifu en la tienda de Telde.



capacidad



centros más accesibles

OTRAS COLABORACIONES

La cadena ha firmado convenios de colaboración con otras organizaciones como: Asociación Síndrome de Down, SIMPROMI, SPANDEN, AMIAB, Fundación ONCE... y colabora activamente con ONGs que trabajan por la integración de las personas con discapacidad.

Hipermercados como el ubicado en Albacete realizan una intensa labor en este sentido. Esta tienda de Alcampo, supera desde hace años el 5% de cuota de discapacidad directa en plantilla además de los servicios contratados a centros especiales de empleo generadores de puestos de trabajo indirectos. Este compromiso activo ha sido reconocido en numerosas ocasiones; en 2008 el hipermercado Alcampo de Albacete recibió una mención de honor del Consejo Municipal de la Discapacidad de Albacete.

NUEVAS MEDIDAS PARA HACER LOS CENTROS MÁS ACCESIBLES

Los hipermercados Alcampo son accesibles y cuentan con aseos y aparcamientos reservados para personas con discapacidad y cajas de salida con prioridad para usuarios de sillas de ruedas.

Avanzando en su política de integración, la cadena equipó la mayoría de sus hipermercados con nuevas monoantenas de seguridad ubicadas en la línea de cajas que optimizan el ancho del pasillo, dándole más amplitud y facilitando el paso de personas usuarias de sillas de ruedas.





calidad
precios bajos
surtido
te escuchamos
alimentamos tu salud
con la
infancia

Junto a la integración laboral de personas con discapacidad, el cuidado de la infancia es el eje principal de la política de Acción Social desarrollada por Alcampo.

En este sentido, la cadena realiza numerosas actividades a favor de la mejora de vida de los niños con dificultades y participa en programas solidarios con este fin.

Además, Alcampo hace partícipes a sus clientes, compartiendo metas comunes y canalizando su solidaridad para lograr el objetivo de ayudar cada vez a más niños y niñas necesitados.

En 2008, gracias a los clientes de Alcampo y a las donaciones directas de la compañía, se destinaron más de 600.000 euros a la mejora de la calidad de vida de la infancia en dificultad, que supone el 40% del total destinado a causas solidarias.

NUESTROS CLUBES

RIK&ROK

www.clubrikrok.com

El Club Rik&Rok es el club infantil de Alcampo, destinado a niñas y niños de 4 a 10 años y con un espacio propio en todos sus hipermercados.

En las áreas infantiles Rik&Rok se desarrollan talleres lúdicos, solidarios y formativos, con especial atención a la alimentación sana y el cuidado del medio ambiente.

En este sentido, durante 2008 se han celebrado diversos talleres formativos de plantación de árboles y reciclaje, haciendo hincapié en la importancia que tiene la segregación de residuos para la mejora del entorno medioambiental.

€
600.000
destinados a niños
en ACCIÓN
SOCIAL



Dentro del programa Alimentamos tu Salud de Alcampo, el Club Rik&Rok ha realizado más de 300 talleres de “alimentación sana” enseñando a los socios los beneficios de llevar a cabo una alimentación saludable y la importancia de practicar deporte.

Asimismo, El Club Rik&Rok involucra a los propios niños en proyectos solidarios para mejorar la calidad de vida de otros niños con dificultades. Los socios del Club Rik&Rok han colaborado en 2008 en 150 actividades solidarias, con diversas organizaciones, como las llevada a cabo por **Intermon Oxfam** para enseñar a los socios qué es el Comercio Justo o la liderada por **Plan España**, para lograr el registro de niños que viven en países en vías de desarrollo.

El Club Rik&Rok celebró el “**Día de los colores solidarios**” junto a Staedtler, cuya recaudación procedente de la venta de los dibujos de los socios, logró hacer realidad el proyecto de la **Organización Plan Internacional** de construcción de una guardería en Polochic, Guatemala.

Otra de las organizaciones con la que Rik&Rok colabora desde hace años es **Save the Children**, participando activamente en el programa **Actividades Lúdicas en Hospitales** a través de unos “sellos solidarios” que los socios del club entregan, renunciando a los regalos que les concede Alcampo, para ayudar a otros niños más necesitados que ellos, a través de los cuales se logró recaudar 1.500 euros.

A nivel local, Rik&Rok colabora también con otras ONGs, colegios y Ayuntamientos, patrocinando actividades culturales y deportivas y realizando visitas guiadas para niños y niñas; enseñándoles cómo es un hipermercado por dentro y dándoles a conocer los diferentes oficios que en él pueden encontrar.

JOVEN TEAM

El Club Joven Team, es un club on line gratuito dirigido a jóvenes de entre 11 y 16 años, que cuenta en la actualidad con 116.000 socios.

El Club ofrece descuentos y ventajas a los socios, además de una intensa labor de formación nutri-

cional, dentro del programa Alimentamos tu Salud, tanto en su página web como en la revista que edita.

Asimismo, Joven Team organizó la campaña de recogida de juguetes de Alcampo, con el fin de hacer llegar a los más desfavorecidos un juguete en Navidad.



www.clubjoventeam.com

116.000 socios club Joven Team

370.000 socios club Rik&Rok

CAMPAÑAS SOLIDARIAS

actividades lúdicas en hospitales

En 2008, se entregaron 15.000 euros a la organización **Save the Children**, destinados al programa **Actividades Lúdicas en Hospitales** para niñas y niños ingresados en oncología, traumatología y psiquiatría.

El importe fue donado por Alcampo procedente de la venta de juguetes solidarios de la marca “Rik&Rok” (0,25 euros por unidad vendida), además de otras aportaciones directas que realiza la cadena a esta organización y la donación de los “sellos solidarios” que realizan los propios socios del Club Rik&Rok.

OTRAS CAMPAÑAS



68.000
juguetes

ningún niño sin juguete

Campaña organizada por **Joven Team** y **Alcampo** por quinto año consecutivo en todos sus hipermercados, para recoger juguetes que se entregan a organizaciones que trabajan con niños desfavorecidos.

El grupo musical **La Oreja de Van Gogh** prestó de manera desinteresada su imagen y acudió a varios hipermercados para recoger personalmente los juguetes que entregaron los clientes y socios del Club Joven Team. Gracias a ellos, se consiguieron reunir 68.000 juguetes.

242.000 € un juguete, una ilusión



38.000 € agenda solidaria

Promovida por **RNE** y la **Fundación Crecer Jugando**. La recaudación se destina a la fabricación de juguetes básicos para entregar a niños con pocos recursos de países en vías de desarrollo.

En colaboración con la **Fundación IUVE**. Los hipermercados Alcampo recaudaron 38.000 € que han sido destinados al fomento de la educación de niños con dificultades para acceder a ella.

canalizando la solidaridad de los clientes



160.000 € un kilo de ayuda

En colaboración con la **Fundación Altius**. Venta de tarjetas solidarias en las cajas de salida cuya finalidad es mejorar la calidad de vida de los más desfavorecidos. En 2008, los clientes de Alcampo adquirieron tarjetas solidarias por valor de 160.000 €.

26.700 € posa't la gorra



En colaboración con la **asociación AFANOC**, dedicada a la mejora de la calidad de vida de niños con problemas oncológicos. Realizada en los 5 hipermercados de Cataluña, se recaudaron 16.700 € a los que hay que sumar los 10.000 € que la cadena entregó en concepto de donación.

OBJETIVOS 2009

- Aumentar colaboraciones con la infancia.
- Favorecer la inserción laboral de personas con discapacidad.



Cada día algo mejor, la vida Alcampo

Alcampo
2008

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

DISEÑO ELBA GRUPO DE COMUNICACIÓN
FOTOGRAFÍA JL RECIO
EDICIÓN ALCAMPO
IMPRESIÓN ALCAMPO