

INFORME DE ACTIVIDAD
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA **2019**





“

El ejercicio de un comercio ético, el cuidado de los más vulnerables, la igualdad de oportunidades, el apoyo al desarrollo de productores locales, el bienestar de las personas de nuestra empresa, la promoción de un consumo responsable, la lucha contra el desperdicio de alimentos y la mejora del Planeta son los ejes que nos guían. **Somos actores de lo bueno, lo sano y lo local. Queremos cambiar la vida”.**



bienvenidos

Si encuentras más barato
algún producto, te abonamos el **doble**
de la diferencia.

Ver condiciones de este Servicio en Información.

Ahorra y vive mejor **Alcampo**

información

horario de
apertura:
de 09,00 a 22,00



15€ de regalo

15€ de regalo

Índice

CARTA 4

CIFRAS CLAVE 6

RESULTADOS 2019 9

Datos económicos 9

Seis tiendas propias 10

Once franquicias 10

Cambio de enseña 11

NUESTROS CLIENTES 13

Una oferta local y variada 14

Una selección responsable 20

Productos exclusivos 24

Creadores de vínculos
y experiencias 30

NUESTROS COLABORADORES 37

Top employer 38

Una empresa participativa 39

Desarrollar el talento 41

Atraer nuevos perfiles 48

Perfiles digitalizados 50

NUESTROS SOCIOS COMERCIALES 53

Productos españoles en todos
los lineales 54

Desarrollo de terceros países 57

Relaciones éticas 58

Compras responsables 59

NUESTRA SOCIEDAD 61

Luchando contra el desperdicio
de alimentos 62

Una sociedad más sana 66

¡Hemos apoyado 15 proyectos! 70

Erradicar la pobreza 80

Contra la violencia de género 84

Igualdad de oportunidades 85

Desarrollo de un negocio ético 88

NUESTRO MEDIOAMBIENTE 91

Menos plásticos 92

Economía circular 97

Movilidad sostenible 100

Uso racional de la energía 102

Racionalización del consumo
de agua 104

Conservación de
la biodiversidad 105

Participación en la COP25 107

Huella de Carbono 108

ODS DE NACIONES UNIDAS 113



Carta

Américo Ribeiro,

Director País de Auchan Retail en España



Este Informe que les invito a leer, recoge los principales hitos de Auchan Retail España a lo largo de 2019, un año en el que continuamos desarrollando con fuerza nuestro comercio responsable y ético. En Auchan Retail entendemos la responsabilidad social como materia esencial de cada decisión que tomamos y de cada proyecto que emprendemos. Es nuestra forma de ser y de contribuir activamente a la sociedad.

Somos actores de lo bueno, lo sano y lo local, ponemos a las personas en el centro, cuidamos el Planeta y creamos experiencias y alianzas clave para el bienestar y el desarrollo compartido, siempre con la vista puesta en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, fijados en la Agenda 2030 de NNUU. Estos ejes, como podrán comprobar en las páginas que suceden, han sido el hilo conductor de nuestras actuaciones en el pasado ejercicio.

En enero de 2020 asumí el importante reto de dirigir Auchan Retail España; un gran país, un gran equipo, una gran empresa con voz propia y profundamente arraigada al entorno local de cada uno de los centros.

No imaginábamos, que el final de 2019 sería el comienzo de una situación excepcional provocada por el COVID-19, una pandemia con un alto coste humano, económico y social.

En este marco nuestra actividad ha cobrado más sentido que nunca, porque las 20.000 personas de la compañía, tenemos la responsabilidad de asegurar a la sociedad el acceso a la compra de productos de primera necesidad, velando en todo momento, por la salud y seguridad de nuestros colaboradores y nuestros clientes y favoreciendo la mejora de la calidad de vida de aquellas personas más vulnerables.



Esta crisis nos plantea un gran desafío: co-construir la nueva realidad. En Auchan Retail respondemos siendo referentes de lo bueno, lo sano y lo local, a través de alianzas con productores y proveedores locales y nacionales, y promoviendo una alimentación sostenible, sana, de calidad y a un precio asequible.

Así, fomentamos el desarrollo económico y social de los entornos locales y contribuimos a la recuperación económica y social.

Respondemos además potenciando nuestra vocación de servicio al cliente, tanto en nuestros espacios físicos como *online* y poniendo el foco en la digitalización como catalizador de nuestro comercio; que se desarrolla respetando el medioambiente, reduciendo las emisiones de CO₂, el desperdicio alimentario y potenciando el uso responsable de los recursos naturales y la economía circular.

Con la premisa constante e irrenunciable de poner a las personas en el centro, nuestra respuesta a la creación de un nuevo escenario está estrechamente ligada al desarrollo social, a la creación de empleo de calidad, al fomento de la igualdad de oportunidades, a la formación y capacitación de los profesionales, a la diversidad y al cuidado de la infancia y la juventud en dificultad.

Miramos al futuro con optimismo y determinación y asumimos el reto de reconstrucción, de redefinición y de encontrar soluciones y nuevas oportunidades co-creadas con nuestros grupos de interés. Somos parte de la transformación, o más bien de la revolución, centrándonos en el logro de la prosperidad y el crecimiento inclusivo, la alimentación, el cuidado de la salud, y la responsabilidad compartida y orientada a mejorar la vida de todos los habitantes del Planeta.

Juntos, cambiamos la vida.

Cifras clave

4.652 MILLONES DE EUROS

CIFRA DE VENTA

CLIENTES

+ de 4.000 productos de alimentación de marca propia.

+ 160 productos Alcampo Producción Controlada.

18.300 controles a productos e instalaciones SEGURIDAD ALIMENTARIA.

1.930 referencias sin gluten y **440 referencias** sin lactosa.

200 platos diferentes cocinados en obradores de los centros BISTRÓ.

COLABORADORES

+ 20.000 colaboradores.

80% de los colaboradores son accionistas de la empresa.

9 millones de euros repartidos por participación en beneficios.

2.970 personas participaron como voluntarios durante **6.470 horas**.

4,9 millones de euros en formación.

400 cursos de libre acceso.

15.000 participantes en programas de desarrollo.

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

68% de nuevas incorporaciones a puestos de responsabilidad son mujeres.

RESULTADOS

4.652 millones de euros CIFRA DE VENTA.

39,4 millones de euros INVERSIÓN.

17 nuevos supermercados (11 de ellos franquiciados).

339 tiendas: 62 hipermercados y 277 supermercados (156 de ellos franquiciados).

63 gasolineras.

SOCIOS COMERCIALES

5.420 proveedores españoles.

2.750 millones de euros en compras a proveedores españoles.

1.260 proveedores locales.

6.000 referencias producto fresco.

19.000 referencias adquiridas a productores locales.

200 productos certificados D.O.P./I.G.P.

4.400 referencias productos propios regionales.

2.240 referencias, productos ecológicos siendo 150 de marca propia.

Colaboración con **32 lonjas españolas.**

36 referencias de Comercio Justo y más de **8.400 unidades vendidas.**

306 auditorías sociales.

Formación sobre compras responsables al **100% de los responsables de compras.**

MEDIOAMBIENTE

1,497 Kg de CO₂ menos de emisiones

gracias a programas para evitar el desperdicio alimentario.

100% de los envases plásticos

reciclables y/o compostables y/o reutilizables en 2025.

Bolsa de malla reutilizable para las compras de frutas y verduras a granel en el 100% de las tiendas.

83% tasa de valorización de residuos

8.000 personas formadas en eficiencia energética.

25 centros Residuo Cero.

89 ecoparques para clientes.

70 tiendas con reparto de mercancía en **vehículos no contaminantes**.

Energía de fuentes 100% renovables desde julio de 2018.

Ahorro de **8 GWh**, equivalentes al consumo de energía de **8.000 hogares** en 2019.

93% del surtido de bombillas es LED.

-15,4% consumo de gasoil y gas en hipermercados (respecto a 2010) y **-40,4%** en supermercados (respecto a 2013).



SOCIEDAD

317 toneladas de alimentos donados a la Federación Española de Banco de Alimentos.

100.000 euros donados a CRIS contra el cáncer con la campaña "Somos Osos Solidarios".

Fundación Alcampo por la Juventud:

161.000 euros, 15 Proyectos, y 4.400 niños y jóvenes beneficiados.

1,6 millones de desayunos y meriendas para niñas y niños en la Campaña "Desayunos y Meriendas con Corazón" y **4.000 voluntarios**.

56.500 juguetes para la Campaña "Ningún niño sin Juguete" con **400 voluntarios**.

161.000 euros con la venta de boletos para el Sorteo del Oro de Cruz Roja.

44.200 euros en tarjetas "1 Kilo de ayuda" de Fundación Altius.

Empleo para **929 personas con discapacidad**, a través de medidas directas e indirectas.

270 personas mayores de 45 años y mujeres víctimas de violencia de género realizaron prácticas formativas.





Resultados 2019

Auchan Retail España, pertenece a Auchan Retail, empresa internacional con más de 55 años de experiencia en comercio y presente en **15 países**, a través de hipermercados, supermercados y tiendas de proximidad, así como comercio online.

En España, la compañía opera bajo las enseñas Alcampo, Alcampo Supermercado, Mi Alcampo, www.alcampo.es y Simply, marca que está siendo sustituida por las anteriormente enumeradas.

A 31 de diciembre de 2019, la compañía contaba en España con **62 hipermercados** y **277 supermercados** (121 propios y 156 franquicias), servicio de comercio online y **63 gasolineras**, todo ello atendido por **más de 20.000 personas**.

En 2019 se abrieron **17 tiendas** bajo la enseña Alcampo: 6 propias y 11 franquicias.

Datos económicos

La cifra de venta alcanzó los **4.652 millones de euros** y la de **inversión los 39,4 millones de euros**.

El **74% de la inversión** se destinó a la transformación y renovación de tiendas, para ser adaptadas a modelos comerciales más modernos y acordes a las necesidades de los clientes.

El resto se destinó a aperturas, cambios de enseña (de Simply a Alcampo), transformación digital e incorporación de medidas de sostenibilidad, a lo que se destinó una cifra cercana al millón de euros.



Por otra parte, la empresa abonó **17 millones de euros en concepto de impuestos** en España.



Seis tiendas propias

Auchan Retail España invirtió **3,2 millones de euros** en aperturas.

En 2019, la compañía inauguró **6 nuevas tiendas**: 5 supermercados y un hipermercado, éste último no está contemplado en la inversión anteriormente citada, al haberse abierto a principios de 2019 tras retrasar su apertura por motivos ajenos a la empresa.



Este nuevo hipermercado, situado en el centro comercial *Finestrelles Shopping Centre*, ocupa una superficie de 4.100 m², abrió sus puertas con 182 colaboradores de los cuáles 160 supusieron nuevas incorporaciones.

Cuatro de los cinco supermercados abiertos lo hicieron bajo la enseña Mi Alcampo y uno bajo Alcampo Supermercado y sus superficies van desde los 400 a los 800 m².

Tres de ellos se abrieron en Zaragoza, uno en Pamplona y uno en Madrid. En total, gracias a estas aperturas, se crearon 130 puestos de trabajo.

Once franquicias

En 2019 once franquicias vieron la luz bajo la enseña Alcampo Supermercado o Mi Alcampo en las provincias de Barcelona (5), Guadalajara (1), Huesca (1) y Madrid (4).

El modelo de franquicia Alcampo ofrece a los emprendedores la posibilidad de explotar el mismo modelo de gestión de las tiendas de la compañía, además de contar con el asesoramiento de sus profesionales, expertos en comercio.

A 31 de diciembre de 2019, las **156 tiendas franquiciadas** generaban empleo para **1.300 personas**.



3,2 MILLONES DE EUROS

DE INVERSIÓN

EN APERTURAS





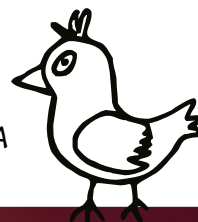
Cambio de enseña

El cambio de rótulos de Simply a Alcampo fue iniciado en 2017 y está prácticamente finalizado, invirtiendo en el pasado ejercicio **4,2 millones de euros**.

En 2019 se cambió la enseña de 18 tiendas propias y 27 franquicias, pasando de Simply a Alcampo, Alcampo Supermercado o Mi Alcampo.

En total, con cambios de rótulo y aperturas, 2019 finalizó con **187 tiendas bajo la enseña Alcampo**, siendo 112 propias (93% sobre el total) y 75 franquiciadas (48% sobre el total).

45 TIENDAS
CAMBIARON DE ENSEÑA







¡CON PASO
FIRME!



NUESTROS CLIENTES

Centrado en las personas que habitan cada zona en la que está presente, Auchan Retail España lleva casi 40 años desarrollando un comercio en constante evolución, que acompaña a los consumidores con el fin de **mejorar su calidad de vida**.

El contexto actual viene marcado no sólo por la revolución digital, sino por un cambio en las expectativas de los consumidores, que muestran preocupación por su salud y bienestar, que quieren productos seguros, de calidad y respetuosos con el entorno social y ambiental.

Los consumidores quieren favorecer el desarrollo sostenible compartido y vivir experiencias únicas y personalizadas.

Por ello, Auchan Retail España trabaja para ser actor referente de **lo bueno, lo sano y lo local** a través de la selección y la concepción de una oferta exclusiva, justa y responsable. En el plano experiencial, crea espacios físicos únicos y desarrolla nuevos servicios phygital que simplifiquen la vida de las personas que eligen Alcampo.

Una oferta local y variada

Auchan Retail España asegura la oferta de un amplio surtido de productos, con una **fuerte especialización en alimentación** e incidiendo siempre en la apuesta por los **productos locales**.

Los hipermercados acogen una selección media que llega hasta las **40.000 referencias**, cifra que pasa a ser de 500 para los supermercados más pequeños.



LO BUENO,
LO SANO Y LO LOCAL

Productos locales con arraigo y tradición

Históricamente, la compañía ha sido precursora de la incorporación y puesta en valor de productos **locales y regionales** en sus hipermercados y supermercados Alcampo. Estos productos, propios de determinadas zonas, están muy ligados a la cultura gastronómica y a la tradición local.

Compartiendo la pasión por la gastronomía española, la compañía ofrece casi **19.000 referencias adquiridas a productores locales** en un entorno más limitado y cercano a las tiendas.

La gama local acoge mayoritariamente, productos de alimentación procedentes de pequeños productores del sector primario cuya producción es de volumen limitado, pero adecuada para abastecer a los consumidores del entorno.

Esta apuesta por los productos locales propicia la conservación del legado natural y gastronómico y promueve el desarrollo del medio rural y la **lucha contra la despoblación**.

Alcampo también ofrece productos propios de las diferentes regiones donde está presente, superando las **4.400 referencias** que se venden en la mayoría de hipermercados y supermercados.

La suma de cifras de productos locales y regionales alcanza los **23.000 productos**, que cumplen con un doble objetivo de la empresa: ser baluartes del desarrollo local y **crear vínculos** con los clientes de cada zona en la que opera.

Además de productos de alimentación, en las tiendas Alcampo se pueden encontrar otros

surtidos tradicionales, como trajes regionales, muy vinculados también a la cultura y el folklore local, de los que la compañía ofreció en el pasado ejercicio más de 200 referencias adquiridas a 7 proveedores locales por valor superior a 300.000 euros.

PRIMERA GAMA LOCAL ALCAMPO PRODUCCIÓN CONTROLADA

En noviembre de 2019 vio la luz **el primer surtido local** bajo la marca Alcampo Producción Controlada: un surtido tropical de origen 100% canario y de venta exclusiva en los lineales de los 3 hipermercados Alcampo de las islas.

Hasta ese momento, esta marca exclusiva concebía el diseño de productos con posibilidad de ser vendidos a nivel nacional, dando con esta decisión un paso importante en la firme apuesta por lo local.

Este surtido tropical acoge frutas locales y de temporada como aguacate, mango, parchita, tamarillo, papaya y plátano rojo, gama que se irá ampliando con el desarrollo del proyecto a lo largo de 2020.



ÑAM, ÑAM...

Impulso y crecimiento compartido

Los productos locales y regionales son puestos a la venta en sus zonas de origen, pero también se trabaja para incluirlos en el portfolio y darlos a conocer a nivel nacional. Como ejemplo, en 2019 se ha incorporado en todos los hipermercados un surtido de **algas frescas** procedentes de la Comunidad Autónoma de Galicia, de las productoras artesanales de las Rías Baixas "Algas La Patrona": kombu, wakame, espagueti de mar, lechuga de mar y alga percebe. Estas algas son procesadas manualmente, desde su recolección hasta su etiquetado, para asegurar el cuidado del entorno y la conservación de sus propiedades (fibras, minerales y vitaminas), y para que el producto se conserve en perfectas condiciones.

KOMBU, WAKAME, ALGA PERCEBE



ESPAQUETI Y LECHUGA DE MAR

D.O.P e I.G.P: calidad diferenciada

Alcampo ofrece en sus más de 300 tiendas un surtido que puede superar los **más de 200 productos certificados** con los sellos de Calidad Diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP). Estos alimentos, reconocidos por la Unión Europea, se producen, transforman y elaboran (y en algunos casos son originarios) en zonas geográficas delimitadas, que les confieren cualidades determinadas y propias de dichas zonas.

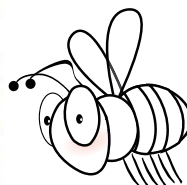
AUCHAN SELECTION, PRODUCTOS DE LA TIERRA

En 2018, la marca propia Auchan inició un proceso no sólo de cambio de *packaging* sino de concepción de los productos para que ofrecieran valor añadido. Una de las gamas creadas en este nuevo marco conceptual es **Auchan Selection**, perteneciente a los productos sellados con el característico pájaro rojo de Auchan.

Esta gama acoge más de una treintena de productos propios de diversas zonas de España, contando la mayoría con el sello D.O.P o I.G.P o procediendo, aun sin el sello, de orígenes reconocidos.

Es el caso, por ejemplo, de los compangos asturianos (en este caso con el sello de garantía de Paraíso Natural) o la cecina de León.

En el caso de **D.O.P.**, se puede encontrar, entre otros, queso de San Simón Da Costa, azafrán de La Mancha o miel de romero de la Alcarria, que es la D.O.P de miel más antigua de España. En concreto, esta miel procede del término municipal de Buendía (Cuenca), donde los expertos apicultores colocan sus colmenas en los romerales en plena floración, para poder obtener una miel con un alto contenido en polen de romero que hace que en boca tenga una marcada persistencia e intensidad.



Entre el surtido de productos **I.G.P** los clientes pueden adquirir lentejas de la Armuña, alubia faba Asturiana, garbanzo de Fuentesauco o productos elaborados como berenjena de Almagro, que es una variedad de berenjena autóctona y exclusiva de la comarca del Campo de Calatrava (Ciudad Real) y su conserva se elabora de forma tradicional.



+200 Productos

CERTIFICADOS DOP Ó IGP



Promoción y difusión para el conocimiento de los clientes

Los productos locales y regionales, gozan de una señalética específica en las tiendas para facilitar a los clientes su identificación. Asimismo, la compañía pone en marcha acciones para fomentar su conocimiento y consumo en alianza con los propios productores, a través de las asociaciones que los representan.

En 2019 se celebraron **4 campañas** para promocionar productos regionales o locales. En el caso de los regionales, se desarrollaron promociones de productos de la Comunidad de Madrid en dos ocasiones y en una los de Andalucía.

En total se realizó una muestra de **500 productos** de un centenar de empresas agroalimentarias a las que se compran en cada promoción, de media, productos por valor de un millón de euros.

En el caso de la campaña de productos de Madrid, el alcance de la misma ha sido para los hipermercados de esta Comunidad y en el de Andalucía ha traspasado los límites de la misma, desarrollándose en **35 centros** de toda España.

Estas campañas, además del espacio destacado específico en tienda, vienen acompañadas de folletos exclusivos y apoyo institucional.



Respecto a la puesta en valor de productos locales, cabe mencionar la campaña llevada a cabo por el hipermercado de Linares (Jaén) en mayo de 2019, "**Degusta Jaén**", en la que se destacó en sus lineales, en colaboración con productores y administraciones locales, un centenar de productos de origen jienense como embutidos, carnes, conservas, aceite y vino, entre otros.

Además de dichas promociones, se pone en marcha una campaña comercial dedicada en exclusiva a **vinos**, en la que se realizan **14 versiones del folleto** para poner en valor en la contraportada de los mismos los vinos de la zona, al ser España un país de gran producción y tradición vinícola.



Una selección responsable

Auchan Retail España selecciona productos seguros, que respetan el bienestar animal, la biodiversidad, que ofrecen un etiquetado nutricional adecuado, que promueven el desarrollo social, que proceden de bosques sostenibles y preservan los océanos, que respetan la diversidad en materia de tendencias alimentarias, de gustos o de necesidades especiales... en definitiva, que favorecen un **desarrollo económicamente eficaz, socialmente justo y ambientalmente respetuoso**.

18.300 CONTROLES

60 REFERENCIAS CON
ETIQUETADO NUTRISCORE

SEGURIDAD ALIMENTARIA

CALIDAD Y SEGURIDAD

La **seguridad alimentaria** y la calidad son dos básicos para Auchan Retail España, que realiza anualmente más de **18.300 controles a productos e instalaciones**.

ETIQUETADO NUTRICIONAL

NUTRI-SCORE



NUTRISCORE

Con el fin de acompañar al cliente en el camino de la alimentación equilibrada y ayudarle en sus decisiones de compra, Auchan Retail ha iniciado la incorporación del **etiquetado NutriScore** en sus productos Auchan, hecho que ya es una realidad en 60 referencias.





100% PRODUCTOS DE MARCA PROPIA

CON CERTIFICADO FSC O PEFC

Cuidar el ecosistema terrestre

Fiel al ODS 15, Auchan Retail España cuenta con una **Política de Bosques** que, entre otras, acoge las directrices para los productos procedentes de la madera y derivados.

En este sentido, el 100% de los productos de marca propia cuentan con certificado FSC o PEFC. En el resto de marcas se está trabajando con los proveedores para que cuenten con productos certificados, plan de acción que se continuará desarrollando hasta alcanzar el **100% de referencias certificadas**, contando hoy en día con un 77%.



Sin residuos de pesticidas

Tras años de **trabajo colaborativo con agricultores**, Alcampo vio en sus lineales los primeros productos sin residuos de pesticidas en el año 2018. Durante el ejercicio anterior, se continuó desarrollando este proyecto que favorece contar con **frutas y hortalizas** que en su cultivo han recibido aplicaciones mínimas de productos químicos, primando siempre el control biológico y que tampoco han recibido químicos en el periodo postcultivo.

En 2019 se consiguió contar con **37 productos** bajo estos parámetros, siendo 9 de ellos de Alcampo Producción Controlada.



Respetar el bienestar animal

Auchan Retail España dio los primeros pasos en su **Política de Bienestar Animal**, asumiendo el compromiso de comercializar a partir de 2021 huevos de su marca propia que no procedan de gallinas en jaulas, condición a aplicar para el 100% de proveedores a partir de 2025.

El segundo compromiso llevado a cabo a lo largo de 2019, ha sido profundizar en esta Política para hacerla pública en los albores de 2020.

Entre otras medidas a implantar, se favorecerá la incorporación de **productos con certificación de bienestar animal**. Los primeros en incorporarse a los lineales de Alcampo han sido, precisamente, dos productos de sus marcas: una **ternera ecológica Alcampo Producción Controlada** con certificado Welfair y un **jamón cocido Auchan Gourmet** con el sello de Bienestar Animal de Interporc, cuya obtención requiere el cumplimiento del "Reglamento Técnico de Bienestar Animal y Bioseguridad Interporc Animal Welfare Spain".



Productos ecológicos

Auchan Retail España lleva más de veinte años apostando por los productos ecológicos, de los que ofrece ya **2.240 referencias, siendo 150 de marca propia y 40 de Alcampo Producción Controlada**.

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



Precisamente en el marco de esta marca, cabe destacar el desarrollo de una nueva línea de productos de alto impacto social y ambiental: la empresa incorporó en 2019 un **surtido de verduras frescas de temporada, ecológicas y conservas vegetales ecológicas** de la mano de Atades, un centro especial de empleo de Aragón en el que trabajan 63 trabajadores, la mayoría de los cuales son personas con discapacidad intelectual.

En 2019, además, se ha introducido un surtido de **productos ecológicos a granel** en 3 hipermercados que acoge diversas referencias de café, infusiones, legumbres, frutos secos y semillas.



Productos que conservan la vida en los océanos

Los productos pesqueros que son comercializados en los centros Alcampo cumplen estrictamente la **Política de Pesca Sostenible** de la compañía, hecha pública en 2010. (Punto desarrollado en capítulo de Medioambiente).

Entre otros, la empresa comercializa 40 productos certificados con el **sello azul MSC** que garantiza su sostenibilidad.

Para aumentar el conocimiento de estos productos, en 2019 se llevó a cabo la campaña **#MaresParaSiempre** que contó con showcookings en los centros, talleres en los Clubes infantiles Rik&Rok, señalización específica en los productos y un apartado especial en el folleto publicitario vigente.

Soluciones para todas las necesidades

Respondiendo a las expectativas de los clientes con intolerancias alimenticias, Auchan Retail España ha ampliado el surtido de productos **sin gluten y sin lactosa**. En el primero de los casos, la oferta alcanza las **1.930 referencias**, de las que 270 son de marca propia, siendo 42 de la gama específica "sin gluten". En el caso de los productos sin lactosa, se cuenta con 440 referencias, de los que 13 son de marca propia.



REUTILIZAR: MÓVILES CON UNA SEGUNDA VIDA

Bajo la máxima de la reutilización para evitar residuos, la empresa ha incorporado en su surtido **móviles i-Phone reacondicionados**, que suministra un proveedor especializado en la comercialización de este tipo de productos.

El objetivo final es **evitar los residuos electrónicos** y reducir el impacto en la naturaleza (contaminación del agua subterránea, acuíferos, mar y aire por la descomposición de los componentes). Según datos del proveedor, por cada 7-8 smartphones reacondicionados, se evita aproximadamente 1Kg de desperdicio electrónico.



Productos exclusivos

A Auchan Retail España tiene el objetivo de desarrollar una **oferta exclusiva** para sus clientes. Además de los ejemplos de líneas de productos tratadas anteriormente, en este punto cabría destacar los productos frescos y los de marca propia.

Frescos: pasión por la alimentación



Las tiendas de Alcampo siempre han privilegiado los **productos frescos**, de los que cuenta con unas **6.000 referencias** en frutas y verduras, pescadería, carnicería, charcutería, quesos y panadería y pastelería.

Además de trabajar en la cuidadosa selección de productos frescos de alta calidad, la compañía pone en marcha un exhaustivo **plan de formación en oficios**, para asegurar la especialización de los profesionales de oficio que desarrollan su actividad en estos mercados.

En 2019, han recibido formación en frescos **1.100 personas, durante 23.400 horas** asegurando la excelencia en el tratamiento del producto, la satisfacción de los clientes y la mejora de la empleabilidad de los profesionales.

En estos cursos eminentemente prácticos, cuentan con un contenido exclusivo que acoge



¡SOMOS
MUY FRESCOS!



temática general como el manejo de los útiles de trabajo o las características de los productos y conservación, y otra exclusiva como el corte y la manipulación del producto, el conocimiento de las piezas de carne (en el caso de cárnicos) o la elaboración de pan, una actividad que se realiza a diario en los obradores de los hipermercados Alcampo.

Marca Propia

En 1988 Alcampo puso en el mercado los primeros productos de marca exclusiva que serían el precedente de los de marca propia Auchan. El cacao Samantha, el tomate frito Konig, los zumos Purmatur o las conservas de pescado de Captain Sea, ocupan un espacio en la mente de muchos españoles.

Esta gama de productos fue renombrada a partir del año 2000 bajo el logo de la compañía, asumiendo la marca Auchan, marca que hoy perdura.

Estos productos, que nacieron con el propósito de ofrecer un surtido de calidad a precio asequible, evolucionaron hacia una oferta de productos con **valor añadido**, donde se destacan **el sabor, las recetas exclusivas, la mejora nutricional y la sostenibilidad**.





GOURMET

La nueva gama **Auchan Gourmet** sustituyó a la antigua marca Mmmm! incluyendo además nuevas referencias con valor añadido. A finales de 2019, ya se contaba con **150 referencias** de productos de alta gama elaborados con ingredientes especialmente seleccionados, nobles y reconocidos por sus características o sus orígenes.

Esta gama de marca propia, identificada con *packaging* negro y un pájaro dorado, acoge conservas de pescado de las Rías Gallegas, anchoas del Cantábrico, langostinos salvajes, foie, turroneo o espárragos de Navarra, entre otros.

Productos Auchan

Bajo la marca Auchan se agrupan los productos eminentemente alimentarios, y hoy se ofrecen **más de 4.000 referencias**. En 2018 se inició un cambio de concepto y *packaging* que ha alcanzado prácticamente las 2.000 referencias.

Bajo el **pájaro verde** se pueden encontrar productos básicos, bajo el **pájaro dorado** se encuentran los productos gourmet y bajo el **pájaro rojo**, se encuentran productos que pretenden facilitar el día a día pero que son siempre concebidos con un plus de valor añadido, incorporando recetas diferenciadoras o desarrollando gamas como "**Auchan Baby**", "**Auchan Selection**" o "**Auchan BIO**".



Alcampo Producción Controlada: focalizados en lo fresco

Auchan Retail España cuenta con una gama de productos bajo su marca **Alcampo Producción Controlada**, que son un claro ejemplo de que la compañía apuesta por lo bueno, lo sano y lo local.

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



En total se pueden encontrar en los lineales más de **160 productos Alcampo Producción Controlada**, de más de 70 productores.

En 2019 Alcampo Producción Controlada vivió el cambio de logo y nombre y además, la incorporación del primer producto no fresco en esta gama exclusiva (unas conservas de verduras ecológicas) y la primera gama local (tropicals canarios).

Alcampo Producción Controlada ha demostrado durante el pasado ejercicio, su clara apuesta por la evolución constante así como por la sostenibilidad. En este aspecto se ha hecho un gran esfuerzo para **reducir envases** y/o sustituirlos por otros más sostenibles. Asimismo, se han dado pasos en pro de la reducción del uso de pesticidas y de antibióticos y de la mejora del bienestar animal, poniendo en el mercado el primer producto certificado en este aspecto.

Otras marcas exclusivas de productos no alimentarios

MODA SOSTENIBLE

Auchan Retail España incorporó en septiembre de 2019 a su marca exclusiva de textil **In Extenso**, un amplio surtido de **prendas sostenibles** fabricadas teniendo en cuenta tres objetivos: usar el agua de manera eficiente, generar cero residuos y fomentar el uso de materiales reciclados.

En este sentido, la compañía ofrece dos centenares de productos realizados con algodón orgánico, Lyocell y materiales reciclados, así como una gama de jeans *eco-friendly* y más de 200 referencias certificadas con el sello OEKO-TEX®.

El **algodón orgánico** es cultivado con compost natural que sustituye a los abonos químicos y los pesticidas. Además, el consumo de agua necesario para su cultivo se reduce a la mitad comparado con el algodón convencional. En los centros Alcampo se pueden encontrar camisetas de algodón, bodys de bebé, pijamas e interiores de adulto fabricados con esta materia prima.

El **Lyocell** es una fibra artificial fabricada a partir de pulpa de madera procedente de bosques sostenibles, es la materia prima de 5 referencias de moda de mujer como camisas, vestidos y faldas.

Otros productos incluidos bajo esta colección de moda sostenible In Extenso,

INEXTENSO

by Auchan

Marca exclusiva de moda y textil de Auchan Retail, que propone un estilo de moda fácil de llevar y accesible para todos, contando en la actualidad con más de **4.550 referencias**.

son 4 prendas para hombre y mujer realizadas con fibras recicladas, que llegan a alcanzar el **100% en una parka de mujer**.

La gama de **jeans eco-friendly** ha sido concebida para toda la familia (mujer, hombre, niño/a y bebé) y agrupa 6 referencias distintas fabricadas al menos con un **20% de algodón reciclado y de polyester reciclado, procedente de botellas de plástico**. En estos jeans, en cuyo proceso de fabricación se utiliza un **40% menos de agua**, los forros de los bolsillos son de algodón orgánico, la etiqueta interior es de restos de denim reciclado y sus accesorios (botones, cremalleras, etc.), son también procedentes de **materiales reciclados**. Además, se ha utilizado para su coloración un láser que sustituye a la utilización de químicos y reduce el consumo de agua.

Por otro lado, dos centenares de referencias de ropa interior de adulto, niño y bebé, cuentan con el sello **OEKO-TEX® Standard 100** que garantiza que la prenda no contiene ningún producto químico nocivo para la salud o el medioambiente.





cosmia by Auchan

Marca dedicada al cuidado y belleza creada en España en 2012, que hoy por hoy cuenta con penetración mundial en todos los países donde opera Auchan Retail. Con **730 referencias**, Cosmia ha dado un paso más en su recorrido evolutivo, creando la línea Cosmia Bio.

àctuel. by Auchan

Marca de productos de decoración de interior y cocina, así como ropa de cama y de hogar que acoge **3.100 referencias**.

COSMIA BIO **eco**

Cosmia Bio acoge 15 productos para adultos y bebés, como jabones, geles, desodorante, crema de manos, linimento, agua limpiadora o crema hidratante entre otras. Estos productos están elaborados en un **97% con ingredientes de origen natural** (aceituna, caléndula, almendra dulce o manteca de karité) donde el 10% proviene de la agricultura ecológica.

Fieles a la ecoconcepción desde un punto de vista global, los envases de Cosmia Bio están fabricados como mínimo, con un **25% de plástico reciclado**. En el caso del uso de cartón, éste cuenta con un mínimo del 80% de papel reciclado y está certificado con el sello FSC.

ECOCONCEPCIÓN

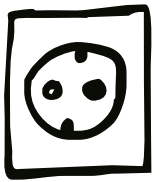
En 2019, la compañía eliminó los envases plásticos de las sábanas y prendas de textil de hogar, y desarrolló vajillas y cubiertos realizados con **materiales naturales y compostables** para sustituir a las de plástico. Esta medida se ha incluido a principios de 2020, contando entre otros, con platos de cartón que conservan su estanqueidad gracias a un barniz compostable sin necesidad de película plástica.





Qilive
by Auchan

Marca que acoge **1.680 referencias** de productos multimedia, de imagen y sonido, foto y video, telefonía y electrodomésticos.



Marca de juguetes creada para fomentar la felicidad de los más pequeños y favorecer su desarrollo a través del juego y que en la actualidad ofrece **550 referencias**.

En el ejercicio anterior, además de seguir trabajando en universos de juego independientemente del sexo de los niños o niñas, One Two Fun realizó un nuevo diseño del embalaje de 25 juguetes, evitando el uso de **2,4 toneladas de plástico**.



Creadores de vínculos y experiencias

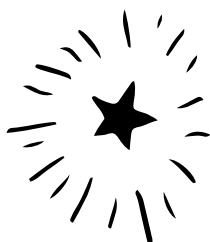
Además de ofrecer una gama de productos cuidadosamente seleccionada, Auchan Retail España desea con fuerza ser una **plataforma de experiencias únicas para los clientes**, no sólo gracias a la animación y dinamismo de los espacios físicos, sino al desarrollo de servicios digitales que mejoren su vida.

Tiendas llenas de vida

Desde que en 1981 se abrieron las puertas del primer hipermercado Alcampo, siempre se han concebido las tiendas como espacios de encuentro donde vivir una experiencia de compra no sólo adecuada, sino satisfactoria y orientada al disfrute.

Los hipermercados y supermercados se convierten en zonas de vida donde el acto de compra va mucho más allá del concepto de adquisición de bienes, resultando ser zonas donde realizar una actividad enriquecedora y experiencial donde la percepción a través de los sentidos cobra máxima importancia.

LLENOS DE VIDA





BISTRÓS

Los Bistrós incorporados a las tiendas son, sin duda, un ejemplo de ágora donde reunirse y disfrutar con los sentidos. Este servicio de restauración, disponible en tres hipermercados Alcampo (Moratalaz en Madrid y Sant Quirze y Esplugues en Barcelona), cuenta con una oferta que llega a alcanzar los **200 platos diferentes** cocinados, en su gran mayoría, en los **propios obradores de los centros** por cocineros y cocineras profesionales.

En 2019, este servicio se ha ampliado a un supermercado de Madrid, adaptándolo a una superficie menor. El primer **"Mi Bistró"** se abrió en un supermercado madrileño y ofrece al cliente la posibilidad de adquirir en una barra, café, bocadillos, bebidas y snacks. Esta solución complementa el llamado **"Mi Espacio"** ya existente en una decena de supermercados, donde el cliente puede descansar y consumir productos comprados en el supermercado.

Proximidad phygital

Con la finalidad de simplificar la vida de los habitantes, Auchan Retail España incorpora nuevos **servicios phygital** que completan y mejoran la experiencia vivida en el comercio físico, hacen ganar tiempo o, simplemente facilitan un entorno cómodo a los clientes que habitan en un entorno digital normalizado.

Taquillas refrigeradas para recoger la compra disponibles las 24 horas, servicio de **reconocimiento de matrícula** en las gasolineras Alcampo o **entregas rápidas** tras una compra online son algunos de los servicios disponibles.

Uno de los ejemplos que encarna a la perfección el concepto de phygital es la **APP Alcampo**, una aplicación que acompaña al cliente durante todo el proceso de compra y le permite alternar lo físico y lo digital sin fricción.

Además de consultar ofertas antes de acudir a la tienda, esta aplicación facilita la localización de los productos en tienda, ofreciendo la opción de pedir turno en los mostradores tradicionales y escanear a través de ScanYou la propia compra.



http://Like





Esta APP, disponible en hipermercados y supermercados Alcampo, cuenta con más de **150.000 usuarios**.

Además de continuar desarrollando esta aplicación, la compañía ha creado otras soluciones digitales encaminadas a mejorar la experiencia de compra, apoyándose en la realidad aumentada, la inteligencia artificial y el desarrollo de PWA (*Progressive Web APP*).



CREA TU PROPIO LOOK DE BELLEZA
EN REALIDAD AUMENTADA CON LA APLICACIÓN

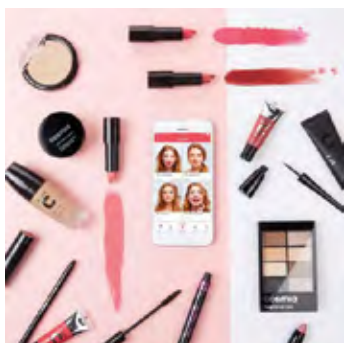
cosmia Make-Up

COSMIA MAKE UP: REALIDAD AUMENTADA

En mayo del pasado ejercicio, Auchan Retail España puso en marcha la **APP Cosmia Make UP**, que permitía a los usuarios crear su propio look de belleza y ver en tiempo real cómo le quedaba gracias a la **realidad aumentada**, probar looks predefinidos y buscar y escanear productos de Cosmia para acceder a consejos y tutoriales.

Con la APP COSMIA Make-Up:

- **Crea tu propio look** eligiendo uno o varios productos COSMIA y viendo el resultado a través de la realidad aumentada.
- **Inspírate, probando un look** entre los propuestos, selecciona el maquillaje utilizado en cada uno de ellos, añádelos a tu lista de favoritos y compártelos con tu entorno.
- **Escanea un producto de COSMIA** y con la APP sabrás como te queda. Inspírate con los videotutoriales, consejos y trucos de maquillaje.





IKER: INTELIGENCIA ARTIFICIAL AL SERVICIO DE LA ESCUCHA AL CLIENTE

Iker es el asistente virtual desarrollado junto a BotsLovers.com, una startup española de inteligencia artificial experta en soluciones para comercio conversacional mediante bots de texto y voz.

En 2019, este bot que había nacido en 2018 para recomendar juguetes en periodo navideño, dio dos saltos: el primero fue convertirse en un **asistente virtual** capaz de recomendar vinos a los usuarios tras procesar sus gustos, presupuesto y preferencias. El segundo salto fue no sólo repetir su presencia en Navidad sino quedarse en Alcampo como asistente virtual para solventar problemas y dudas a los usuarios.

PIDE UN DESEO

También en época navideña, Auchan Retail España desarrolló una PWA para acompañar a sus clientes en la experiencia de revivir y hacer vivir a los demás la ilusión de la Navidad: "**pideundeseo.app**", una solución sencilla capaz de combinar la versatilidad de las PWA con tecnología, y facilitar así una experiencia personalizada para los usuarios.

Gracias al desarrollo de esta PWA, los usuarios vivieron **momentos mágicos** al emular la llegada de Papá Noel o los Reyes Magos a través de grabaciones y/o cartas personalizadas, cuyos destinatarios eran los niños y niñas que esperaban con ilusión la llegada de estos mágicos personajes.



#ELDESEODEBENITO







¡SIEMPRE EN
EL CENTRO!

NUESTROS COLABORADORES

Las más de 20.000 personas que forman parte de la compañía, están siempre en el centro de todas y cada una de las actuaciones y son clave del éxito. Generar entornos y experiencias de trabajo centrados en **el bienestar, la innovación, la diversidad y el desarrollo** figuran como una máxima para Auchan Retail España.



En un contexto donde conviven diferentes generaciones, marcado por el cambio constante y la revolución digital, la compañía tiene el reto de poner en marcha los mecanismos necesarios para asegurar una evolución acompañada a la evolución social.

Esta transformación cultural tiene la vista puesta en **empoderar a cada colaborador** para que contribuya de forma activa al éxito de su proyecto personal y al de Auchan Retail España.



¡Y SOMOS TOP EMPLOYER!

Top Employer

La empresa recibió en 2019 la acreditación Top Employer otorgada por *Top Employers Institute*, hecho repetido en 2020 por segundo año consecutivo.

Esta certificación reconoce y avala la **calidad de la política de Recursos Humanos de la compañía**, así como su entorno de trabajo y promoción del bienestar. La certificación Top Employer responde a la consecución y cumplimiento excelente de aspectos como estrategia y adquisición de talento, planificación de la fuerza de trabajo, aprendizaje y desarrollo, cultura, compensación y beneficios, entre otros.



Una empresa participativa

Auchan Retail España recoge en su política de Recursos Humanos la máxima de ser una compañía donde la **participación activa** de los colaboradores sea una realidad en el día a día.

Responsabilizarse, compartir conocimientos, vivir el día a día de la empresa, desarrollar nuevas ideas y buscar la consecución de los objetivos comunes y compartidos, son pilares sobre los que se sustentan las políticas de participación de la compañía.

El enfoque de la participación no es sólo económico, sino que además incluye el concepto omnipresente de **mejorar la calidad de vida de las personas y cuidar el Planeta**, respondiendo a la triple vertiente de la sostenibilidad.

Beneficios compartidos

Casi el **80% de los colaboradores son accionistas de la empresa**, posibilidad existente en España desde 1996, año en que se instauró este plan de accionariado que se constituye como una plataforma de desarrollo efectivo y de trabajo, encaminado a la consecución de objetivos beneficiosos para todos.

80% de los COLABORADORES

SON ACCIONISTAS

Las **15.745 personas** participantes en el programa, accedieron como accionistas de la compañía al reparto de beneficios que, en 2019, superó los **9 millones de euros**, casi un millón más que en el ejercicio anterior.

El accionariado responde a uno de los valores fundacionales: **repartir el haber**, que se consolida con otros proyectos de **reparto de buenos resultados**; ya sean los conseguidos en equipo o los individuales, tras una valoración de los logros de cada uno.

15.745 ACCIONISTAS

9 MILLONES DE EUROS EN
REPARTO DE BENEFICIOS EN 2019



Voluntariado corporativo

Partiendo de la firme convicción de que la **Responsabilidad Social Corporativa debe estar encarnada por los colaboradores de la compañía**, en 2018 se dieron

los primeros pasos para implantar en Auchan Retail España un programa de voluntariado, llamado **"Jornadas de Apertura"**, mediante el que se hace vivir a todas las personas de la empresa de primera mano y en un entorno experiencial compartido, los proyectos encaminados a la mejora social y ambiental que se impulsan desde la empresa.

El 100% de los colaboradores tiene, por lo tanto, la oportunidad de participar en labores de voluntariado corporativo en horas de trabajo.

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



En 2019, **2.970 personas participaron como voluntarios durante 6.470 horas** en campañas como Desayunos y Meriendas Con Corazón, la Gran Recogida del Banco de Alimentos, la restauración forestal junto a WWF, además de en múltiples proyectos locales desarrollados en las áreas de los centros de trabajo, incluyendo aquellos apoyados por la Fundación Alcampo por la Juventud.

Jornadas de Apertura



Desarrollar el talento

El talento diverso es en su conjunto, una fuente de riqueza que redundará en el éxito individual y de equipo.

Por eso, se ponen en marcha herramientas para que cada persona desarrolle y potencie su talento, y que le sirvan para crecer, evolucionar y acercarse a lo que cada uno quiere ser.

Aprendizaje continuo

La formación se constituye como **palanca fundamental** en la compañía para lograr el desarrollo personal y profesional de los colaboradores.

Auchan Retail España invirtió **4,9 millones de euros en formación** en el ejercicio anterior, a la que accedió el **93% de la compañía durante 158.000 horas**.

La formación es un acompañamiento en la evolución que confiere la mejora de la profesionalización y de la empleabilidad de todos.

ARE Learning Cloud

La digitalización ha permitido avanzar en la ampliación exponencial de la formación.

En la plataforma ARE (Acrónimo de Auchan Retail España) Learning Cloud, abierta para el

100% de la plantilla sin restricción, se ofrecen **400 cursos de libre acceso** para que cada persona, de manera autónoma, realice aquellos que considere que pueden ser beneficiosos para su desarrollo y que responden a sus intereses. Con más de **5.000 usuarios** no únicos al mes, esta plataforma se ha convertido en una escuela abierta, dinámica y útil para profundizar en el camino de la mejora continua.

ARE Learning Cloud, además de módulos propios de oficio, cuenta con aquellos ligados al compromiso social, ético y medioambiental de la compañía, así como los específicos para desarrollar competencias personales y digitales. En este último caso, han sido **15.000 los participantes** en alguno de los 25 módulos disponibles.



Formación para desarrollar el talento

Una de las claves de la formación en la compañía es la destinada a los profesionales de oficio, que confiere un **aprendizaje práctico** que desemboca en la generación de una cantera de expertos en producto. Más de 1.100 personas han accedido a los 68 cursos disponibles en las **escuelas de oficio**, impartidos siempre por profesionales con una amplia experiencia.



Además, cabe destacar la Escuela de Desarrollo del Talento, que en 2019 cumplió 1.000 días de vida, y por la que han pasado ya más de 1.000 personas.

Escuela de Desarrollo del Talento

Esta escuela se posiciona como un elemento estratégico para el desarrollo y la diversidad del talento de los profesionales de Auchan Retail España.

Pretende acompañar, casi de manera personalizada, a diferentes perfiles de la compañía, ofreciéndoles **las claves y el entrenamiento adecuado** y adaptado a sus necesidades.



+ DE 1.100 PERSONAS

ESCUELAS DE OFICIO



68 CURSOS

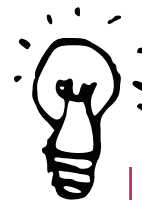


PASARELA



33 han sido los colaboradores participantes en este programa que pretende formar a aquellas personas que deseen progresar, acompañándolas para que se sientan preparados para **asumir nuevos retos** que les motiven.

AVANZA



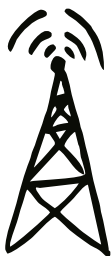
Destinado a desarrollar las **competencias y cualidades críticas** que deben facilitar el acceso a puestos de dirección, 18 participantes iniciaron este recorrido, que terminará a lo largo de 2020.

ESFERA



Con el objetivo de favorecer el desarrollo de 3 competencias claves: **liderazgo, excelencia o transformación**, se ponen en marcha 3 recorridos distintos, en función de los participantes que, en 2019 ascendieron a 60.





LÍDER AUCHAN

Con el fin de dotar a los líderes de la compañía de las cualidades necesarias para liderar en la actualidad, en un mundo cambiante y digitalizado, se pone en marcha este curso que da las **herramientas claves para la transformación** y que en el ejercicio pasado contó con 32 participantes.



GRAN ANGULAR

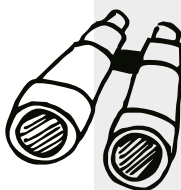
17 directoras y directores experimentados realizaron este recorrido formativo, con el fin de adquirir la capacidad de **ser protagonistas e impulsores del cambio** en un mundo incierto, promoviendo la anticipación e innovación con una visión transformadora.



Experiencias vivas y dinámicas

Innovando en la forma de transmitir conocimiento y con el objetivo de ofrecer una experiencia de impacto, se pusieron en marcha dos talleres destinados a mejorar competencias.

ASCENSO AL MOUNT MCKINLEY



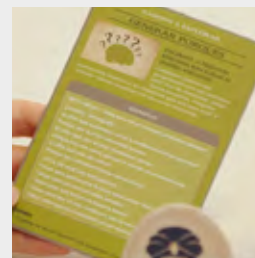
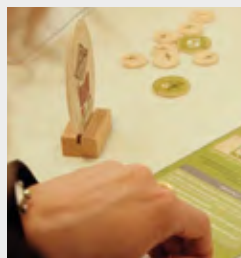
Durante esta jornada de simulación muy real, 25 colaboradores vivieron y sintieron la experiencia de visualizar, planificar, organizar y ejecutar todos los pasos para hacer cumbre en la montaña más alta de América del Norte.

POTENCIAMOS Y DESARROLLAMOS

EL TALENTO

BINNAKLE: LA EXPEDICIÓN

En torno a un tablero, los colaboradores participaron en un "serious game" que les permitió entrenar las herramientas y habilidades para la transformación, la creatividad y la innovación, ayudándoles a encontrar nuevas soluciones ante distintos escenarios.



Coaching para afrontar retos

En 2019 se incorporó a la compañía la figura de una **experta coach** para acompañar a personas o equipos que deseen establecer un plan de mejora. Este proceso de desarrollo acompañado, permite a los usuarios (una veintena durante el ejercicio anterior), reflexionar sobre las situaciones y buscar las propias respuestas.



Nuevos horizontes, nuevas posibilidades

Acceder a otros puestos, **asumir nuevos retos y progresar** son derechos que Auchan Retail España quiere asegurar, por lo que, además de los planes de formación y desarrollo, pone en marcha procesos de promoción interna y de cambios de misión.

Promoción Interna

2019 asistió al 3º proceso de promoción interna: **“El talento que buscamos está dentro”**, puesto en marcha para cubrir puestos de responsable de mercado y directores/as de supermercado, en el que se inscribieron más de 300 colaboradores.

Tras el estudio oportuno de los perfiles, participaron en este proceso un centenar de personas, siendo 23 las que lo superaron. Para las 67



restantes, la compañía ha planificado, a lo largo de 2020, programas individuales o grupales que favorezcan potenciar sus capacidades.

Además de las participantes en este proceso, **110 personas** han asumido nuevas responsabilidades.



Programa Erasmus

Con visión internacional, "Erasmus" es un programa de intercambio de profesionales que movilizó en 2018, a decenas de candidatos **en más de 12 países** donde Auchan Retail está presente y que se ha materializado a lo largo de 2019.

Este programa ha dado la oportunidad a una decena de personas, independientemente de su puesto o responsabilidad, la oportunidad de manifestar su talento internacionalmente y vivir una aventura profesional y personal única.

Muévete con ARE

Para favorecer la movilidad y las oportunidades de carrera, se puso en marcha en 2018 el programa **"Muévete con ARE"**, todas las ofertas de empleo se publican en interno en las plataformas de Currents y cualquier colaborador puede aplicar a las mismas.



CONVERSACIONES DEL TALENTO

En 2018 se puso en marcha un **modelo de feedback permanente** y gestión del talento "Conversaciones del Talento". Estas conversaciones realizadas cada tres meses, permiten un seguimiento constante e individualizado de cada persona, que conlleva la puesta en marcha de planes para **favorecer el progreso y el desarrollo** de los profesionales.

Destinado en un primer momento a managers, su buena acogida ha hecho que este proyecto se haya extendido a la totalidad de la plantilla. En 2019 **más de 15.500 personas** han mantenido estas Conversaciones del Talento con su responsable directo.

Atraer nuevos perfiles

Es una oportunidad formar parte de una empresa en constante evolución, donde prima el bienestar y el desarrollo personal y profesional de todos y cada uno.

A lo largo del ejercicio pasado la empresa participó en **22 foros de empleo** y realizó **46 procesos de selección** para responsables de mercado, de supermercado y servicios de apoyo, incorporando 80 personas a puestos de responsabilidad, de las que un **68% son mujeres**, garantizando el compromiso de priorizar el acceso de mujeres a estos puestos.

En los procesos de selección masivos, la compañía ha incorporado **dinámicas de gamificación**, trabajando la teoría del juego, seleccionando pruebas que garanticen la selección del talento que busca y que favorezcan, además, que los candidatos se lleven aprendizajes experienciales.

Para conocer la aceptación de los participantes, la empresa mide la experiencia, habiendo obtenido un NPS (*Net Promoter Score*) del 89%, que recomienda Auchan Retail España como empresa empleadora. El 87% valoró como muy buena la experiencia durante el proceso de selección.

Contratamos talento

En junio de 2019 se abrió un nuevo proceso de selección: "Contratamos Talento", con el fin de incorporar a 25 personas para desarrollar **puestos de responsabilidad** en los equipos de dirección de los hipermercados Alcampo.

Los candidatos seleccionados están realizando una **formación teórico-práctica** donde podrán conocer en profundidad 3 grandes áreas del negocio: la comercial, la de gestión de equipos y la de gestión económica.

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

NPS 89%

80 RESPONSABLES

INCORPORADOS

68% SON MUJERES





Apuesta por la FP Dual

Auchan Retail España firmó junto a su adhesión, la Alianza para la FP Dual con el objetivo de potenciar la Formación Profesional Dual en la empresa e impulsar nuevos proyectos de esta modalidad formativa.

Desde entonces, la empresa ha acogido a **22 alumnos en FP Dual** en sus diferentes modalidades de contratación (laboral y educativa) y de diversos módulos de formación: gestión de ventas y espacios comerciales, cocina y comercialización de productos alimentarios.

La Alianza es una red estatal con **más de 1.000 empresas, centros educativos e instituciones**, comprometidas con el desarrollo de la Formación Profesional Dual en España. Nació en 2015 de la mano de la Fundación Bertelsmann, junto a la Fundación Princesa de Girona, la CEOE y la Cámara de Comercio de España con el propósito mejorar la empleabilidad de los jóvenes a través de una FP Dual de calidad.

Para una empresa como Auchan Retail España donde la pasión por la alimentación es una realidad incuestionable, es de suma importancia contar con profesionales formados en estos programas.



Perfiles digitalizados

La digitalización es una **palanca de competitividad** que facilita el trabajo colaborativo, efectivo y que cambia el paradigma relacional, diluyendo fronteras y favoreciendo el acceso a la información y a compartir experiencias.

Desde 2017 la empresa está desarrollando un **plan de digitalización** de sus colaboradores, ofreciendo identidad digital al 100% de la plantilla, y que a finales de 2019 ya estaba utilizando un **92% de la misma**.



La comunicación interna de la compañía gira en torno a **Comunidades de Interés** (Currents) y es multidireccional, sin jerarquías y accesible a todas las personas desde cualquier dispositivo conectado a internet.





100% DE LA PLANTILLA

CON IDENTIDAD DIGITAL EN 2019

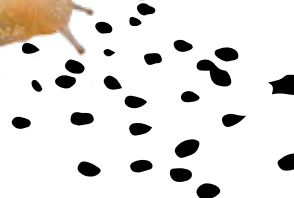


Siguiendo las etapas lógicas de un proceso de digitalización de la comunicación interna, una vez lograda la adhesión y la participación de un alto número de colaboradores en un nuevo entorno, en 2019 se ha trabajado en la **estructuración de los contenidos definiendo comunidades troncales**, de interés general para el 100% de los colaboradores,

Para clarificar los contenidos y ganar en eficacia, se han definido comunidades troncales pero con cometidos diferentes, como las comunicaciones corporativas, las noticias de los proyectos de la empresa, resultados, nombramientos, información para los accionistas, acciones enmarcadas en las Políticas de Responsabilidad Social Corporativa, etc.



¡FORMAN
PARTE DE
NUESTRO ADN!



NUESTROS SOCIOS COMERCIALES

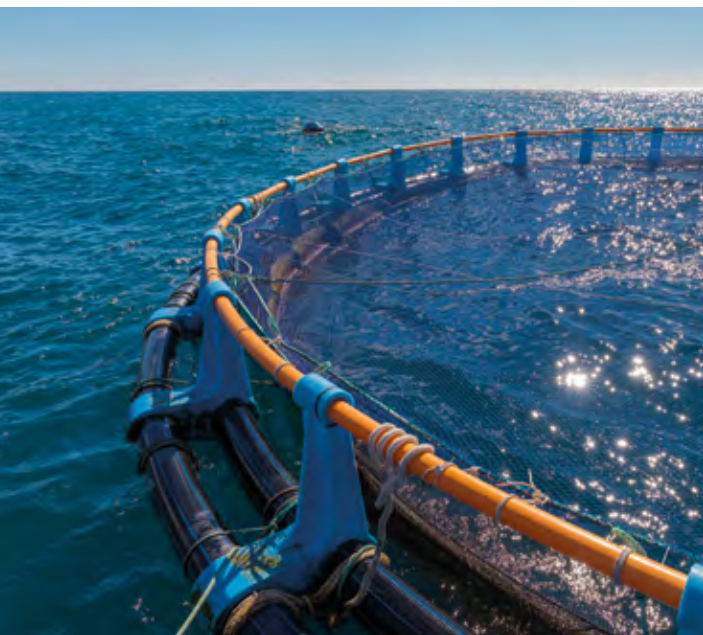
Auchan Retail España tiene la firme convicción de practicar **relaciones justas, éticas y equilibradas** con sus proveedores, con los que desarrollar proyectos a largo plazo que garanticen el crecimiento **inclusivo, sostenible y compartido**.



Asimismo la empresa hace especial hincapié para impulsar el desarrollo de productores españoles, muchos de ellos locales, a los que acompaña en su crecimiento, más allá de los acuerdos transaccionales.

Productos españoles en todos los lineales

¡ESTAMOS
CERCA!



El 93% de los productos que se pueden encontrar en hipermercados, supermercados y plataformas de comercio online de Alcampo, se adquieren a proveedores españoles.



El año pasado la empresa adquirió productos a **5.420 proveedores de España por valor de 2.750 millones de euros**.

Además, a **1.260 proveedores locales** se les hicieron compras que ascendieron a **230 millones de euros**. Estos proveedores surten de mercancía a tiendas situadas en su perímetro de acción.



RELACIONES JUSTAS,
ÉTICAS Y EQUILIBRADAS

5.420 PROVEEDORES
ESPAÑOLES

Alianzas con el sector primario

Las alianzas con el sector primario son una de las bases del desarrollo de la compañía. Como ejemplo, en el sector pesquero, Auchan Retail España colabora con **32 lonjas españolas**.



Avanzando en su política de recuperación de la biodiversidad y del fomento de alianzas con el sector primario, en julio de 2019 se celebró, junto a IMIDRA (Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario) la **"I Jornada de Promoción y Comercialización de las variedades tradicionales hortofrutícolas"**, un encuentro con agentes del sector primario local para compartir visiones, experiencias y apostar por el trabajo conjunto.

La compañía lleva años trabajando junto a IMIDRA para recuperar semillas tradicionales de la zona, fomentando así la conservación de la biodiversidad.

En 2012 participó en un proyecto de recuperación y venta de especies autóctonas de tomate, que ha sido retomado, habiendo procedido ya a la selección de las **tres variedades de tomates**



que, por sus características, gozarán de mejor desarrollo en los lineales y que serán plantadas en 3 hectáreas de tierra por cuatro agricultores.

Asimismo, en el año 2015, y bajo este mismo marco, Auchan Retail España inició un proyecto de recuperación de **tres variedades de melón autóctono** de la Comunidad de Madrid (Piel de Sapo, Mochuelo y Azul) y un agricultor local. Entre los meses de julio a septiembre de 2019 se han adquirido **4.325 Kg** de dichos melones, que gozan de señalización específica en las tiendas.



PROMOVIENDO EL BIENESTAR SOCIAL

Para Auchan Retail España prima la introducción de productos responsables en sus lineales, así como las relaciones con los productores con fuertes convicciones en planos de sostenibilidad medioambiental y social.

Como ejemplo, la compañía ha incorporado a principios de 2020 un nuevo producto a su surtido **Alcampo Producción Controlada: un fresón temprano** cultivado en Huelva que se comercializa en los primeros meses del año.

Este fresón, de la variedad Candela (que se caracteriza por conferir un sabor y aroma destacado, además de una textura fundente), se presenta en **bandejas de 400 gramos de cartón reciclado y certificado FSC**.

Para el desarrollo de este nuevo producto, Auchan Retail España colabora con el proveedor PLUS BERRIES-AGRO MARTIN, un aliado para hacer realidad la apuesta de la compañía por el desarrollo sostenible.

En el plano medioambiental, el proveedor prioriza la **lucha de plagas mediante control biológico** frente al uso de químicos y, además, cuenta con un proyecto de compensación de las emisiones de carbono generadas durante el cultivo del producto, hasta su llegada a la tienda.

En este sentido colabora con un proyecto en la isla de Aruba cuya finalidad es instalar una central de energía eólica y otro en Madagascar, en Ambania, para dotar de la maquinaria necesaria que permita la depuración y limpieza del agua en zonas con dificultad de acceso al agua potable.

En el plano social el proveedor ha creado para sus trabajadores unas infraestructuras cómodas y adaptadas a sus necesidades para favorecer la felicidad y el bienestar en el trabajo, como viviendas equipadas, haima intercultural, aulas de formación, de juegos o sala para el rezo, entre otros.



SOSTENIBLE SABOR

TEXTURA

AROMA

CARTÓN RECICLADO



Desarrollo de terceros países

Desde 2002, se pueden encontrar productos de Comercio Justo en los centros de Alcampo, comercio pionero en favorecer esta oferta. En la actualidad, la compañía cuenta con un surtido de 36 productos, entre ellos café, cacao o té, con la marca Tierra Madre, de Oxfam Intermon.



Con el objetivo de dar mayor visibilidad a los productos de la marca Tierra Madre, se celebró en 75 tiendas la campaña **#LaHistoriaQueQuerrásComprar**, destacando estos productos en los lineales y organizando actividades informativas y degustaciones. El resultado de la campaña fue la venta de más de 8.400 unidades.



Tierra Madre



#LaHistoriaQueQuerrásComprar

PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN TIERRA MADRE



DESARROLLO
COMUNITARIO



DIRECTO DEL
PRODUCTOR





Relaciones éticas

La **ética es la base de las relaciones** con todos los proveedores, cuya totalidad deben firmar y asumir el Código de Ética Comercial de Auchan.

Este Código está basado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, los principios de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y los principios directores de la OCDE.

En 2019, además de los controles realizados a nivel internacional, desde España se han realizado **306 auditorías sociales**, siendo 188 a productores españoles, en su gran mayoría del sector agroalimentario.



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SOLIDAS





Compras responsables

Desde el año 2013 se imparte formación sobre **compras responsables** al 100% de profesionales vinculados a la dirección de producto que intervienen en las decisiones de compra.

Durante 2019, **50 personas han recibido formación** sobre "Compras Responsables". En total, la compañía cuenta con 161 personas que han recibido dicha formación, que tiene como objetivo dar a conocer y concienciar sobre la **responsabilidad de las empresas en el desarrollo sostenible**, tanto en el ámbito social como de calidad y medioambiental, así como de lucha contra la corrupción.

Cabe indicar que además de impartir la formación anteriormente citada, se han dado los primeros pasos para fomentar la sensibilización interna con formaciones específicas. Como ejemplo, 25 personas, profesionales de compras de Bazar, han recibido una formación sobre el sello PEFC, de bosques sostenibles, impartido por los propios profesionales de la organización PEFC.



DESARROLLO
SOSTENIBLE

=

COMPRAS
RESPONSABLES







¡TRABAJAMOS
PARA MEJORAR
NUESTRO ENTORNO!

NUESTRA SOCIEDAD

Fiel a la **Visión de cambiar la vida de los habitantes**, Auchan Retail España desarrolla una política de mejora del entorno, haciendo hincapié en el bienestar social, la lucha contra la pobreza, la reducción del desperdicio alimentario, la promoción de la salud y la buena alimentación, la igualdad y el ejercicio ético del negocio.

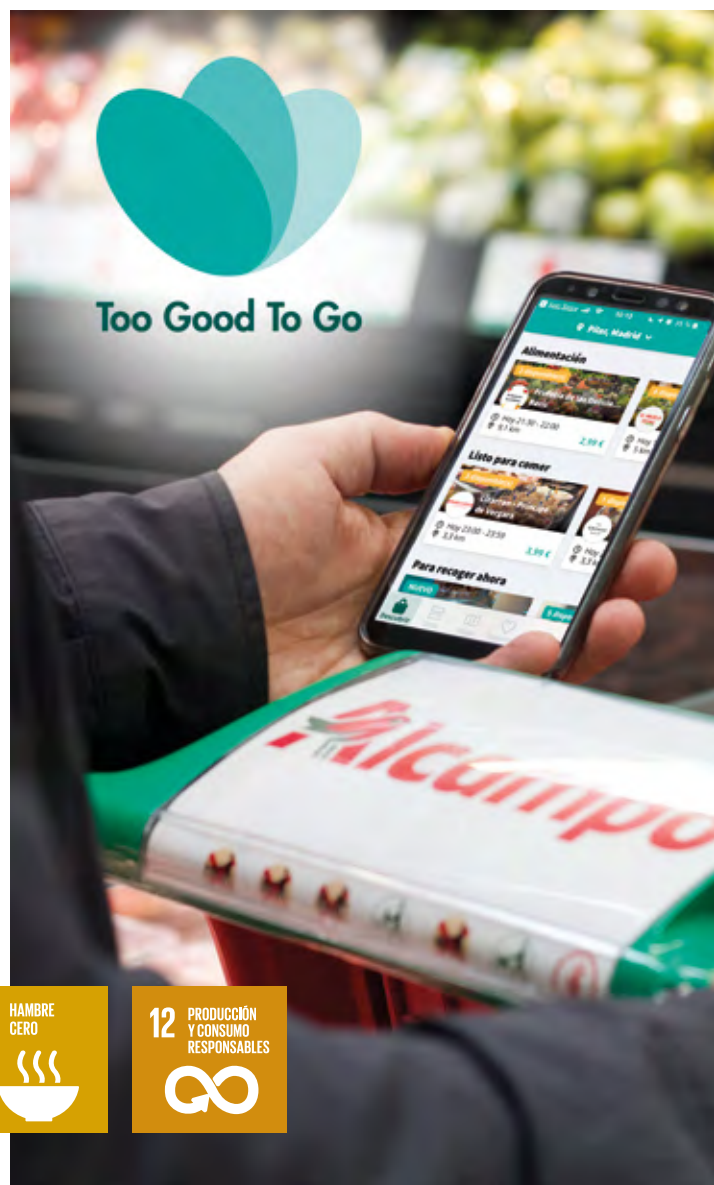
Para ello, apoya el deporte, fomenta la inclusión laboral de personas en riesgo de exclusión, lucha contra la violencia de género y el desperdicio alimentario, participa y desarrolla campañas solidarias y colabora con la infancia y juventud del entorno, a través de la **Fundación Alcampo por la Juventud**.

Luchando contra el desperdicio de alimentos

La FAO señala en su estudio *"Food waste footprint impacts on natural resources"* que un tercio de los alimentos producidos para el consumo humano se pierde o se desperdicia a nivel mundial, lo que equivale a aproximadamente 1.300 millones de toneladas al año. Este mismo estudio aporta que 820 millones de personas pasan hambre y no tienen garantizado el acceso a la comida. En un plano ambiental, la Huella de Carbono generada por el desperdicio de alimentos alcanza los 3.300 millones de t CO₂e al año.

Por ello, reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos es fundamental para crear un mundo Hambre Cero y alcanzar los ODS 2 (Hambre Cero) y ODS 12 (Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles), siendo una de las prioridades para Auchan Retail España, que ha establecido el objetivo de **reducir en un 25% su cifra de desperdicio alimentario en 2025**.

Para ello, cuenta con un plan de acción para reducir el desperdicio alimentario en cada uno de los mercados de alimentación, formar y sensibilizar a colaboradores y clientes, donar productos e incorporar de manera ágil, soluciones innovadoras y eficaces que permitan avanzar en este sentido.



2 HAMBRE CERO

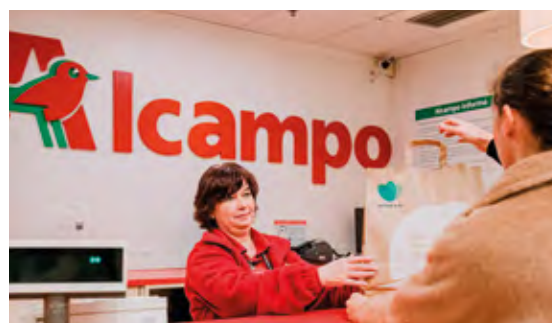


12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



Reducir el volumen de alimentos desperdiciados

Evitar el desperdicio de alimentos en las tiendas está estrechamente ligado con la eficiencia del negocio y la responsabilidad de la empresa,



además de con la gestión y transformación de residuos, temática recogida en el capítulo destinado a medioambiente. No obstante, priorizando evitar el desperdicio, Auchan Retail España se ha unido a **Too Good To Go**.

¡Somos Waste Warriors!

A mediados de noviembre de 2019, dos supermercados y dos hipermercados de Madrid se unieron a Too Good To Go implementando esta APP orientada al **fomento del aprovechamiento de alimentos**, servicio que será ampliado en 2020.

Por 3,99 euros, los usuarios pueden acceder a packs sorpresa de alimentos de calidad cuya vida útil está a punto de finalizar. Para ello, sólo tienen que reservar aquellos disponibles en una de las tiendas Alcampo, realizar el pago a través de la APP y recoger los productos en el establecimiento seleccionado a la hora establecida.

La finalidad es dar una segunda oportunidad al excedente de alimentos, evitando el desperdicio alimentario y reduciendo además el volumen de residuos de productos frescos.

Los datos extraídos al finalizar el año, indican que se salvaron **600 packs sorpresa**, que equivalen, en términos medioambientales a haber evitado **1,497 Kg de CO₂**.

Sensibilizar y formar

La compañía se unió a la Segunda Semana del Desperdicio de Alimentos organizada por AECOC, con el objetivo de **sensibilizar y concienciar a la sociedad en la necesidad de reducir el desperdicio alimentario**. Esta campaña, inaugurada con un showcooking con recetas sobre aprovechamiento de alimentos, tuvo lugar entre el 23 y 29 de septiembre de 2019.

Asimismo, a nivel local, la compañía se adhirió, junto a otras **12 entidades**, al Código Aragonés de Buenas Prácticas frente al Desperdicio, promovido por la Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios del Gobierno de Aragón, junto con Fundación Ecología y Desarrollo.

En este marco de crear conciencia y ser altavoz a la problemática del desperdicio alimentario, Auchan Retail España profundizará a lo largo de 2020 en el desarrollo de módulos formativos y plataformas de información para la sociedad.

2ª Semana contra el desperdicio





Disfrútala

Iniciativa coordinada por: **AECOC**
 **Alcampo**
Comprometidos con los objetivos de desarrollo sostenible: 



Colaborar con Banco de Alimentos

En 2017 la empresa firmó un convenio nacional con la FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos), para asegurar la coordinación de una colaboración que ya se venía realizando de manera individual en muchos de los centros Alcampo. En el pasado ejercicio, los hipermercados y supermercados donaron **317 toneladas de alimentos***.

**Para poder dar información alineada, la donación de supermercados, realizada en euros se ha hecho equiparable a Kilogramos estimando 1 euro = 1 Kg.*



Innovar para evitar la pérdida de alimentos

Además de las acciones llevadas a cabo para evitar el desperdicio, la compañía ha desarrollado, en alianza con uno de sus proveedores de verduras frescas, un producto bajo su marca Alcampo Producción Controlada, que **evita la pérdida de alimentos**: cremas y sopas de verduras deshidratadas.

Esta acción da una respuesta a solucionar que muchos productos frescos se eliminan de la cadena de suministro por su forma, tamaño o aspecto, convirtiéndolos, en este caso en packs de sopa juliana, crema de calabacín, crema de calabaza, crema de calabaza con cecina, crema de zanahoria ecológica y condimentos de verdura (patata, zanahoria y puerro).

Una sociedad más sana

Comprometidos con el ODS 3, que hace referencia a la Salud y Bienestar, la compañía trabaja en múltiples aspectos, como el apoyo a la investigación y el deporte y el desarrollo de programas locales orientados a la buena alimentación a través de la **Fundación Alcampo por la Juventud**.



Somos Osos Solidarios para apoyar la investigación del cáncer infantil

Cartoon Network, Famosa y Alcampo han sumado fuerzas para poner en marcha "Somos Osos Solidarios", un surtido de peluches de Panda, Polar y Pardo, los protagonistas de la

serie **Somos Osos**, cuyo beneficio íntegro procedente de su venta se destina a **CRIS contra el cáncer**, una organización sin ánimo de lucro que fomenta y financia proyectos de investigación para el tratamiento y cura del cáncer infantil.

Estos peluches, disponibles en nueve modelos diferentes y creados por la juguetera Famosa, se pueden adquirir en hipermercados, supermercados y tienda online de Alcampo al precio de 5 euros cada uno.

A finales de 2019 ya se habían vendido 100.000 peluches, que han implicado la donación de **100.000 euros** destinados a colaborar en la financiación de los proyectos de la Unidad CRIS de Investigación y Terapias Avanzadas en Cáncer Infantil en el Hospital Universitario La Paz. Se trata de una Unidad pionera en España que CRIS Contra el Cáncer inauguró el pasado octubre y por la que ya han pasado 36 niños.

Esta Unidad se encuentra funcionando a pleno rendimiento aunando la práctica clínica con la investigación más puntera y el desarrollo de terapias experimentales en ensayos clínicos innovadores, para facilitar otra opción a los niños que sufren esta enfermedad ofreciéndoles otros tratamientos para una posible cura.





CARRERA DE LA INFANCIA

La empresa ha vuelto a participar, junto al Club de atletismo Alcampo Scorpio 71, en la **XIV Edición de la Carrera de la Infancia** (Zaragoza) que reunió a 2.000 niñas y niños, demostrando su compromiso con la mejora de la calidad de vida de la infancia y promoviendo hábitos saludables, a través de la práctica deportiva. Una treintena de voluntarios de Auchan Retail España colaboró en su organización.



Un ejemplo de fomento del deporte: Alcampo Scorpio 71

Desde el año 2008, primero bajo la marca Simply y en la actualidad Alcampo, Auchan Retail España patrocina El Club de atletismo Alcampo Scorpio 71, un Club con presencia en todas las categorías y en todas las especialidades, **con más de 500 atletas** que también trabaja en diferentes escuelas para promover hábitos saludables a través de la práctica deportiva.



COMPROMETIDOS CON EL FOMENTO DEL DEPORTE



Fundación Alcampo por la Juventud

En 2019, el Alto Comisionado para la lucha contra la pobreza infantil, publicó un mapa de la pobreza infantil en España y un estudio sobre la obesidad infantil y desigualdad de renta, en el que pone de manifiesto la relación entre pobreza y hábitos de alimentación y vida saludables. Según este estudio, la tasa de obesidad infantil para la población de 4 a 14 años se sitúa en el 10,2%, pero en familias con menos ingresos aumenta al 15,9%. Asimismo, concluye que los menores en hogares con menos ingresos se mueven menos que los de familias más acomodadas: el 23,3% no hace ejercicio y lleva un modo de vida sedentario.

Para actuar ante este contexto desfavorable para el desarrollo saludable de la sociedad, Auchan Retail España cuenta con la Fundación Alcampo por la Juventud, que tiene el objetivo de apoyar a entidades sin ánimo de lucro que velan por el bienestar de niños y jóvenes a través de proyectos solidarios **vinculados con la buena alimentación y la salud**.

Los proyectos apoyados, deben desarrollarse en el entorno de los centros Alcampo y en ellos deben estar involucrados los colaboradores de los mismos. Las organizaciones o los propios centros de trabajo, presentan las necesidades de apoyo a la Fundación Alcampo por la Juventud, que preselecciona los proyectos que deberán ser validados en el **Comité de Proyectos**, un órgano móvil donde participan

colaboradores de la empresa independientemente de su clasificación profesional, así como representantes de ONG's y que en el ejercicio anterior se reunió en 5 ocasiones.

El resultado de las validaciones oportunas desembocó en el apoyo a **15 proyectos**, a los que se han aportado **161.000 euros** contribuyendo a **mejorar la calidad de vida de casi 4.400 niños y jóvenes en dificultad**. En el desarrollo de estos proyectos han participado **210 voluntarios** de Auchan Retail España, reforzando así el compromiso y fomentando la co-construcción de alianzas duraderas a nivel local.

También en 2019, se ha celebrado **el Primer Encuentro de la Fundación Alcampo por la Juventud "20 proyectos para cambiar la vida"**, enmarcado en el pistoletazo de salida de la convocatoria 2020, con el objetivo de apoyar 20 proyectos sociales del entorno de los centros.

Este encuentro contó con la participación de diversas organizaciones que compartieron, junto a colaboradores de Auchan Retail España, buenas prácticas y reflexiones sobre la buena alimentación entre los niños y jóvenes que viven en situación de dificultad.

15 PROYECTOS

161.000 EUROS



210 VOLUNTARIOS

4.400 NIÑOS Y JÓVENES

1^{er} Encuentro Fundación Alcampo por la Juventud CONVOCATORIA 2020:



"ALIMENTACIÓN SALUDABLE"

Down Vigo & Alcampo Vigo 1 y 2

Apoyo financiero: 9.000 euros.

Objetivo: formar a 25 jóvenes con Síndrome de Down en hábitos saludables.

Destinado a impulsar un programa formativo enfocado a la buena alimentación y a la práctica de ejercicio físico para mejorar la calidad de vida de jóvenes con Síndrome de Down. Además de fomentar su autonomía y bienestar, el proyecto buscaba mejorar su empleabilidad como auxiliares de cocina. Los colaboradores de Alcampo Vigo 1 y 2, participaron a través de actividades como la organización de desayunos saludables, talleres y visitas en tienda para aprender sobre buenos hábitos alimenticios, la pirámide nutricional y los alimentos de temporada.



¡Hemos apoyado 15 proyectos!



"YO COCINO EMPLEO"

Fundación Altius & Alcampo Moratalaz

Apoyo financiero: 12.000 euros.

Objetivo: mejorar la empleabilidad de 60 madres y padres de familia de menores de 25 años en riesgo de exclusión.

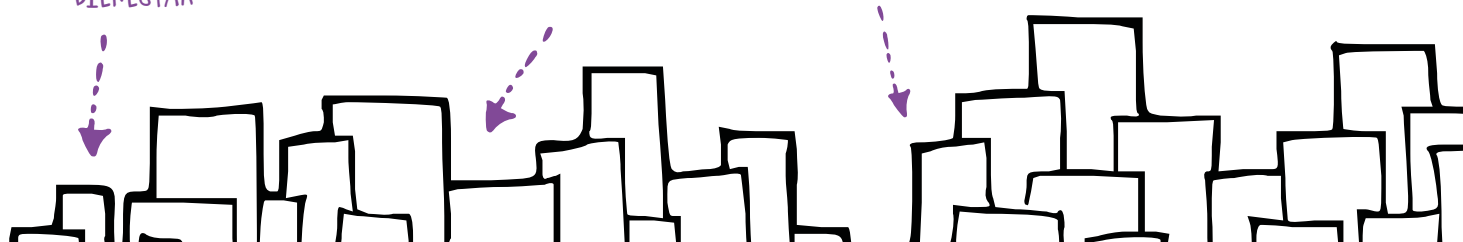
Este proyecto tenía como objetivo formar a 60 jóvenes menores de 25 años y con hijos a su cargo y cubrir sus necesidades alimenticias básicas, gracias a la donación de platos preparados en la cocina de la Fundación Altius. Alcampo Moratalaz (Madrid) acogió a 20 de los jóvenes en prácticas gracias a la implicación de 25 colaboradores de la tienda.

**FUNDACIÓN
ALTIVS MANO AMIGA**

BIENESTAR

BUENA ALIMENTACIÓN

FOMENTO DE LA AUTOESTIMA





"JÓVENES CON DISCAPACIDAD CONTRA EL ACOSO ESCOLAR"

Fundación ASPANIAS Burgos & Alcampo Burgos

Apoyo financiero: 10.000 euros.

Objetivo: jóvenes con discapacidad intelectual sensibilizan a 1.000 alumnos de colegios de Burgos y su región.

El proyecto consistió en una campaña de sensibilización contra el acoso escolar en la cual los jóvenes con discapacidad eran los agentes del cambio. Ellos dan las charlas de sensibilización en los colegios de Burgos y su región y formaron a los colaboradores de Alcampo Burgos, para convertirlos en embajadores del proyecto ayudando a darlo a conocer en los colegios y AMPAs.

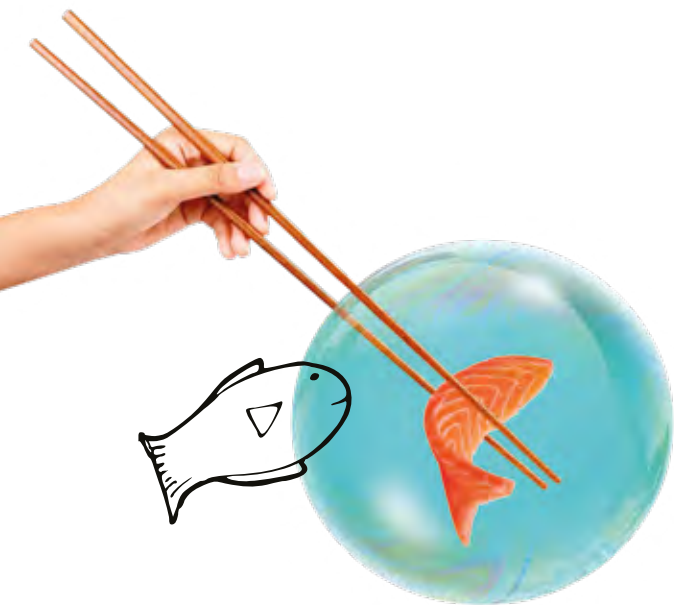


DESAYUNOS SALUDABLES

TALLERES

CONTRA EL ACOSO ESCOLAR





"PROMOVER EL CONSUMO DE PESCADO Y SENSIBILIZACIÓN A LA PESCA SOSTENIBLE"

Fundación ALIMENTACIÓN-cienCIA & Alcampo Sant Quirze

Apoyo financiero: 10.000 euros.

Objetivo: fomentar el consumo de pescado para una dieta equilibrada entre 415 alumnos así como sensibilizarles sobre la pesca sostenible.



Este proyecto piloto pretende mejorar la aceptación del pescado entre 415 alumnos de infantil y primaria con el fin de que adopten una dieta alimenticia más equilibrada. Se desarrolla durante el curso escolar '19/'20 en un colegio, a través de sesiones de formación dirigidas al personal de cocina y comedor, talleres en alimentaria-nutricional dirigidos a alumnos, profesores y sus familias. Por otra parte, trabajarán también la cuestión de la sostenibilidad de los mares con el apoyo de MSC (*Marine Stewardship Council*), con la que celebramos cada año nuestra "Semana de la pesca sostenible". Alcampo Sant Quirze por su parte, acogerá visitas de alumnos a su pescadería, incluyendo la realización de actividades en el Club infantil Rik&Rok y un taller de cocina de pesca sostenible en el Bistró.

Alicia
alicia



"ESCUELA ITINERANTE DE RESTAURACIÓN Y HOSTELERÍA"

Fundación Tomillo & Alcampo Madrid Río

Apoyo financiero: 12.000 euros.

Objetivo: mejorar la empleabilidad y empoderamiento de 100 menores tutelados de la Escuela de Hostelería de la Fº Tomillo.

En el marco de un programa de formación pre-laboral en hostelería y alimentación saludable destinados a menores tutelados, se ha apoyado la mejora de las instalaciones de la Escuela Tomillo, en particular para obtener una licencia de actividad que autorice el consumo de los platos elaborados en su cocina. A través del Aprendizaje por Proyectos, los menores aprenden a trabajar en equipo y desarrollan su autonomía vía el diseño y realización de micro-proyectos que les permitan compartir sus conocimientos adquiridos en materia de cocina y alimentación saludable, tanto a nivel de barrio (Afterworks, Catering) como de sociedad en general (APP Cómete al Mundo). Alcampo Madrid Río se comprometió a acoger varias visitas para dar a conocer a los jóvenes los diferentes mercados de producto fresco y posteriormente cocinar algunos de ellos en la cocina de la Escuela.



"BITÁCORA DE SALUD Y DEPORTE"

Coordinadora infantil y juvenil de Vallecas & Alcampo Vallecas

Apoyo financiero: 9.400 euros.

Objetivo: fomentar hábitos saludables entre 320 menores residentes en Vallecas y beneficiarios de una de las 20 ONGs locales que conforman la Coordinadora.

El importe entregado tenía como objetivo apoyar el desarrollo de un programa anual de actividades deportivas y ocio saludable y permitir la contratación de una nutricionista para formar a niños, educadores y familias sobre los conceptos de alimentación saludable y autocuidado físico. En definitiva, se trataba de consolidar hábitos deportivos saludables y enseñar alternativas alimentarias saludables de manera práctica y accesible a todos. Alcampo Vallecas se volcó a través de su Club infantil Rik&Rok, organizando visitas y talleres en tienda con varios grupos de niños, con el fin de acercarlos a los productos que conforman la Pirámide Nutricional.



"DEL HUERTO A LA MESA"

Fundación ASTOR & Alcampo Torrejón



Apoyo financiero: 11.528 euros.

Objetivo: apoyar la producción de hortalizas ecológicas y elaboración de recetas saludables por los alumnos con discapacidad intelectual y el fomento de hábitos saludables.

Este proyecto impulsa el huerto urbano gestionado por los jóvenes alumnos con discapacidad del Centro Educativo de Astor. Además de tareas de cultivo y mantenimiento del huerto, después de la cosecha, elaboraron recetas de cocina saludable en la sala-cocina que el Colegio pudo implantar gracias al apoyo económico de la Fundación Alcampo por la Juventud. Posteriormente, se ofreció a modo de degustación y sensibilización a la buena alimentación en los distintos centros de Astor: los alumnos realizaron, apoyados por los profesionales del centro, actividades en torno a la buena salud, especialmente en la alimentación, pero también en actividad física, etc. Por su parte, Alcampo Torrejón colaboró puntualmente con las tareas de huerto apoyando a los alumnos y profesores del Centro.



"LA JUVENTUD OS SALUDA"

CRE Alagón & Alcampo Utebo

Apoyo financiero: 12.000 euros.

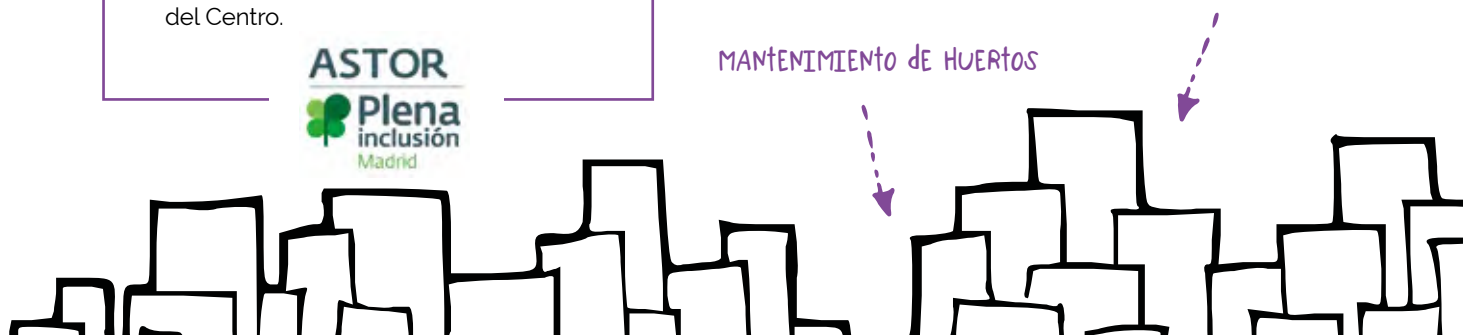
Objetivo: sensibilizar y formar a 45 jóvenes de entre 12 y 18 años, residentes de la Comarca Ribera Alta del Ebro en alimentación y hábitos saludables.

Este programa socio-educativo se destinó a 45 jóvenes de entre 12 y 18 años, residentes de la Comarca Ribera Alta del Ebro con el fin de informarles y ayudarles a mejorar sus hábitos de alimentación y de vida. El apoyo económico de la Fundación Alcampo por la Juventud, ha permitido la puesta en marcha de talleres (deporte, cocina, prevención de adicciones, etc.). Por su parte, los colaboradores de Alcampo Utebo participaron en la animación de algunas de las sesiones formativas en las instalaciones de CRE y acogieron visitas de los usuarios.



PREVENCIÓN DE ADICCIONES

MANTENIMIENTO DE HUERTOS



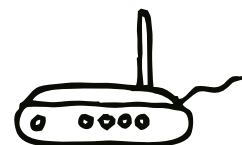
"HUB SOCIAL LA MINA"

Casal dels Infants & Alcampo Diagonal

Apoyo financiero: 12.000 euros.

Objetivo: apoyar la creación del Hub Social de La Mina que acompaña a 394 niños y jóvenes en dificultad del barrio.

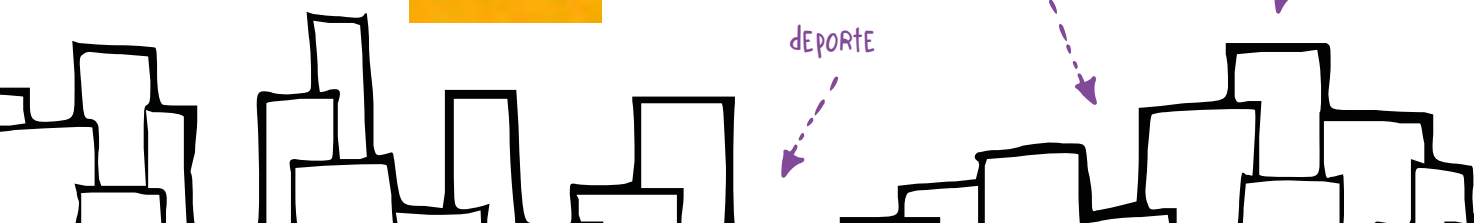
Alcampo ha participado en la creación de un espacio que centraliza la acción social en el barrio, un lugar referente para los niños, jóvenes y sus familias, en conexión con el tejido social local (vecinas y vecinos, escuelas, administración, empresas, etc.) y sus servicios. Alcampo Diagonal (Barcelona) colaboró activamente en el proyecto a través de varias actividades como animación de talleres fomentando la alimentación saludable y acogiendo visitas educativas para adolescentes en clave pre-laboral así como prácticas para mejorar su empleabilidad.



EMPLEABILIDAD

TALLER DE COCINA

DEPORTE





"ENTREN: INTERVENCIÓN PSICOFAMILIAR EN OBESIDAD INFANTIL"

ANOBAS (Universidad Autónoma de Madrid) & Alcampo La Vega y Getafe

Apoyo financiero: 12.000 euros.

Objetivo: acompañar a 310 niños y niñas de entre 8 y 12 años con problema de obesidad para ayudarles a adquirir hábitos saludables que mejoren su salud.

Este Programa de Investigación aplicada, aborda la obesidad infantil desde un enfoque multidisciplinar y está destinado a niños de entre 8 y 12 años que sufren obesidad. A través de la metáfora de un viaje en tren hacia la salud, los psicólogos y otros profesionales trabajan con ellos y sus familias sobre: la conciencia de la enfermedad, motivación al cambio, nutrición, actividad física, comunicación familiar, regulación emocional, habilidades sociales y autoestima. El apoyo de la Fundación Alcampo por la Juventud, permitió co-financiar la nueva edición de este programa que contó con la colaboración de Alcampo Alcobendas y Getafe (Madrid), municipios donde se desarrolla ENTREN en Centros de Salud públicos. Las tiendas pondrán a disposición de la nutricionista e investigadores del programa sus instalaciones y sus profesionales de productos para dar a conocer a los niños y sus familias los principales mercados (fruta y verdura, pescadería, granel de legumbres, cereales...) y realizaron con ellos una actividad sencilla para elaborar una receta saludable.

"PREVENGO"

Programa de prevención de Diabetes y otras complicaciones asociadas a la obesidad Hospital San Joan de Deu & Alcampo Esplugues

Apoyo financiero: 12.000 euros.

Objetivo: acompañar a 60 niños y niñas entre 6 y 12 años con problema de obesidad para ayudarles a adquirir hábitos saludables que mejoren su salud.

PrevenGO tiene como finalidad disminuir la obesidad y sus complicaciones, en niños de entre 6 y 12 años que no han podido solucionar su problema de peso con las medidas establecidas por su pediatra o equipo de atención primaria. Y, por lo tanto, aborda el problema en toda su dimensión. En primer lugar, porque no sólo se trata a la infancia, sino también a la familia, porque los hábitos de vida adquiridos son los que tienen sus padres y madres.



"MEJORA DE LAS AULAS DE COMUNICACIÓN Y MOVIMIENTO"

Asociación CREVO & Alcampo Orotava

Apoyo financiero: 10.800 euros.

Objetivo: mejora de las instalaciones para garantizar atención adecuada y mejora de la salud de 17 niños y jóvenes con discapacidad severa.

El proyecto surgió como respuesta a las necesidades que presentan las personas con plurideficiencias quienes, por sus características concretas, precisan un plan de atención individual que contemple, además de una adaptación curricular personalizada, un entorno terapéutico acondicionado que preserve su bienestar y minimice la aparición de complicaciones producidas por agentes externos a su propia condición física, por lo que la adaptación, adecuación y renovación del material en uso para el desarrollo de la actividad terapéutica, es una necesidad que fue en parte cubierta por el apoyo financiero.



"PROGRAMA DE HÁBITOS SALUDABLES PARA NIÑOS EN DESVENTAJA EDUCATIVA"

Asociación de Ayuda Social Universitaria de La Rioja & Alcampo Logroño

Apoyo financiero: 7.563 euros.

Objetivo: formar a alumnos en situación de desventaja educativa para que adquieren hábitos de vida saludables.

El proyecto contó con el apoyo de estudiantes voluntarios/as que ya forman parte del Taller de Cocina para Jóvenes Universitarios o de la Formación de Cómo Elaborar un Menú Equilibrado mediante la Universidad Saludable, que impartieron formación junto a colaboradores de Alcampo, a niñas y niños para que conocieran los alimentos. Asimismo, se realizaron actividades deportivas, meriendas saludables y se apoyó el campus de verano.



"APRENDIENDO AVOCADOS"

Asociación Aragonesa Pro Salud Mental & Alcampo Utrillas

Apoyo financiero: 12.000 euros.

Objetivo: desarrollar un programa de prevención en trastornos alimenticios dirigidos a 1.500 niños y jóvenes del barrio de San José.

El apoyo de la Fundación Alcampo por la Juventud esta dirigido a permitir la ampliación del Programa de formación en prevención de los Trastornos de la Conducta Alimenticia, que se realizó en los centros educativos y cívicos del barrio de San José, con el fin de prevenir a los menores sobre los comportamientos y situaciones que pueden desencadenar en Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA), los cuales desembocan muchas veces en problemas de peso y/o acoso escolar. En línea con su colaboración desde hace varios años, Alcampo Utrillas puso a disposición sus instalaciones y colaboró en la realización de un Escape Room a través del cual los niños trabajaron valores como el trabajo en equipo, los hábitos saludables, etc.



MERIENDAS SANAS

CAMPUS DE VERANO

PESO SALUDABLE



"¡ESTOY EN PLENA FORMA!"

Down Castellón & Alcampo Castellón

Apoyo financiero: 9.415 euros.

Objetivo: dotar a 32 niños y jóvenes beneficiarios de entre 4 y 21 años de conocimientos y competencias en alimentación y hábitos saludables.

¡Estoy en plena forma! es un programa anual de intervención en materia de hábitos de vida saludable y hábitos de higiene personal, articulado en torno a talleres semanales teóricos y actividades prácticas. El objetivo principal de la asociación es enseñar a sus niños y jóvenes usuarios afectados por alguna discapacidad intelectual, cuál es la relación entre una mala alimentación y la aparición de problemas de salud, así como, dotarles de los recursos fundamentales para que puedan ser sus propios agentes de salud fomentando así también su autonomía. Alcampo Castellón colabora desde hace años en materia de formación laboral pero además co-organizó actividades prácticas en la tienda para que los jóvenes pudieran realizar compras simuladas y talleres sencillos de cocina sana.



NO AL ACOSO

HIGIENE PERSONAL

AUTONOMÍA



Erradicar la pobreza

Acordes al ODS 1 (Fin de la Pobreza) y al ODS 2 (Hambre Cero), Auchan Retail España participa o pone en marcha acciones que favorezcan la lucha contra la pobreza, haciendo un especial hincapié en la lucha contra la pobreza infantil, cuya tasa en España es una de las más altas de la Unión Europea.



Desayunos y Meriendas Con Corazón

Por séptimo año consecutivo, se ha desarrollado la campaña solidaria Desayunos y Meriendas Con Corazón, una iniciativa de Cruz Roja, las empresas de Auchan en España (Auchan Retail, Ceetrus y Oney) y la Asociación de Cocineros y Reposteros (ACYRE).



Su objetivo es trabajar en alianza, como reza el ODS 17, para **mejorar la calidad de vida de los niños y niñas que viven en situaciones de dificultad**, contribuyendo así a la consecución del ODS 2, que hace referencia a poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición.



Durante los días 5 y 6 de abril más de **4.000 voluntarios** de Cruz Roja y Auchan Retail España recogieron alimentos propios de desayunos y meriendas en 300 tiendas Alcampo y Simply.

Los resultados aumentaron un 11%, y Cruz Roja pudo contar con **1,6 millones de desayunos y meriendas** que destina a niñas y niños pertenecientes a familias en riesgo de exclusión social.

Estos más de **1,6 millones de desayunos y meriendas** son la resultante de **482.875 Kg de alimentos**, procedentes de varias vías: por un lado, los 354.415 Kg de productos donados por los clientes, más de 1.700 Kg donados por proveedores y los entregados por Alcampo y Simply, por valor de **111.000 euros**.

A dicha cifra, hay que sumar los kilogramos de producto obtenidos por los 6.000 euros donados por Ceetrus y Oney así como los 4.300 euros recaudados tras la celebración del primer cocktail solidario **#ConCorazón** organizado por ACYRE (Asociación de Cocineros y Reposteros).



11% MÁS DE DESAYUNOS

Y MERIENDAS

#CONCORAZÓN



Ningún niño
sin juguete

Ningún niño sin juguete

Auchan Retail España entregó más de **56.500 juguetes** a organizaciones del entorno de sus centros, tras la celebración de la XVI edición de su campaña "Ningún Niño sin Juguete", en 79 centros Alcampo a la que un año más, se unió Cartoon Network a través de los personajes de sus series Somos Osos, Ben 10 y Gumball.

En dicha campaña participaron más de **400 voluntarios** de la empresa para clasificar los juguetes donados por los clientes y asegurar que se entregaban en perfecto estado.



JUGUETES PARA TODOS

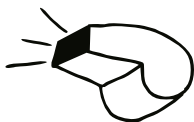
En la Comunidad de Madrid, diez voluntarios volvieron a participar en la selección, preparación y personalización de **200 juguetes** que, junto a Samur-Protección Civil, entregaron en poblados madrileños y centros de acogida.





016

Contra la violencia de género



5 IGUALDAD DE GÉNERO



Auchan Retail España colabora con el Ministerio de Igualdad en la lucha contra la violencia de género gracias a la adhesión al programa "Hay Salida" tras la firma, en 2013, del convenio de colaboración.

En este marco, se sumó a la campaña de sensibilización celebrada en el día contra la violencia de género (25 de noviembre) y participó como patrocinador en la carrera "Hay Salida", donde participaron 70 colaboradores, tanto en la propia carrera como en la organización de la misma.



Igualdad de oportunidades

Auchan Retail España cree firmemente en la creación de una sociedad donde la igualdad de oportunidades sea una realidad, por eso trabaja en **favorecer espacios de compra sin barreras y en promover la inclusión laboral** de personas en riesgo de exclusión.



Un comercio sin barreras

Asegurar la compra en igualdad de condiciones es un objetivo que persigue la empresa desde hace más de una década.

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, los hipermercados y supermercados cuentan con un abanico de servicios que

propician la **accesibilidad universal** como carros de compra para sillas de ruedas, mostradores adaptados, bucles de inducción magnética, servicio SVisual de videointerpretación en Lengua de Signos, balanzas adaptadas, elevadores de cestas, cajas de salida adaptables en altura y paneles de pictogramas para niñas y niños con trastorno del espectro autista.

Nuevas cajas accesibles

Además de seguir implementando las medidas indicadas en el párrafo anterior, la compañía dio un paso más en su política de accesibilidad universal al incorporar en seis de sus hipermercados Alcampo, unas **cajas de pago accesibles para personas con movilidad reducida**.

Estas cajas ergonómicas, cuentan con un mecanismo eléctrico que permite regular la altura de la encimera en la parte de la cinta y de la tolva de salida mediante la pulsación de un botón y están disponibles en los centros Alcampo de Esplugues de Llobregat, Alicante, La Orotava y La Laguna (Tenerife), Vigo (Pontevedra) y La Coruña.

En 2020 el Instituto Cerdá, en la tercera edición de su Observatorio de Innovación en Gran Consumo de España, ha reconocido estas cajas como una de las soluciones más innovadoras que responden, básicamente a dos retos: la customización para la adaptación al consumidor y el compromiso de servicio a la sociedad y al territorio.



Inclusión de colectivos en riesgo de exclusión

El acceso a un empleo favorece el **desarrollo personal y la independencia**. Bajo esta premisa, Auchan Retail España pone en marcha planes de inclusión de colectivos en riesgo de exclusión que, por sus circunstancias, tienen dificultades para encontrar trabajo.



Personas con discapacidad

En 2020 se cumplen 20 años desde la primera firma del Convenio Inserta de Fundación ONCE, para promover la **inserción laboral de personas con discapacidad**, compromiso que se desarrolla en todos los centros de trabajo de Auchan

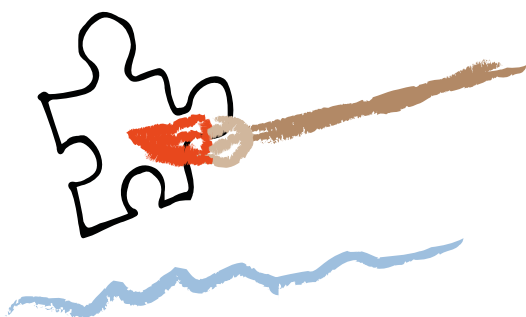
Retail España: supermercados, hipermercados, plataformas logísticas, gasolineras y oficinas.

La compañía, a través de medidas directas e indirectas, cerró 2019 con **empleo para 929 personas**, siendo 607 a través de contratación directa y 322 por compras a centros especiales de empleo.

PONTE EN SUS ZAPATOS

Es un módulo de sensibilización destinado a todos los colaboradores, cuya finalidad es conocer de cerca la discapacidad. Más de **1.800 personas** han cursado dicho módulo.





Otros colectivos en riesgo de exclusión

Auchan Retail España activamente con Cruz Roja en su **Plan de Empleo** en diversas provincias, participa en programas de formación y de inclusión laboral en sus hipermercados y supermercados Alcampo.

En verano de 2019 ambas entidades firmaron un convenio para impulsar el acceso al empleo de **colectivos vulnerables**, haciendo realidad la apuesta de ambas entidades por el fomento de la igualdad de oportunidades.

La firma de este convenio pretendía, por lo tanto, establecer un mecanismo de coordinación y la definición de un marco de colaboración conjunta a nivel nacional, que facilite la mejora de la empleabilidad de las personas que tienen menos oportunidades de acceso al empleo, especialmente **personas mayores de 45 años y mujeres víctimas de violencia de género**.

Este convenio recoge diversos objetivos, como asegurar la colaboración en todos los centros de Auchan Retail España y la elaboración de propuestas formativas conjuntas que redunden en la profesionalización de los candidatos.

Gracias al trabajo conjunto, en 2019 Auchan Retail España y Cruz Roja lograron que **270 personas realizaran prácticas formativas**, incorporando a 161.



Desarrollo de un negocio ético

Fieles a los valores de la compañía, Auchan Retail España concibe su desarrollo en un marco ético con un principio de **tolerancia cero frente a cualquier hecho de corrupción**.

Además de formar parte del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la compañía cuenta con una serie de herramientas que favorecen la vigilancia de que sus principios éticos sean una realidad: el **"Código de Ética Comercial"** de obligado cumplimiento para todos los socios comerciales, la **"Carta Ética"** que rige normas de relación con los grupos de interés, el **"Protocolo de Buenas Prácticas para la Prevención de Conductas Ilícitas"**, la **"Guía de ética para el día a día"** distribuida a todos los colaboradores y el **"Canal de denuncias éticas"** desarrollado y gestionado por la compañía WhistleB.

Además, compuesto por mandos directivos, expertos en RSC internos y externos y accionistas familiares, existe la figura del **Comité de Ética**, que se reúne dos veces al año para emitir recomendaciones, proponer ejes de trabajo o recomendar procesos éticos, entre otros.

La compañía ha realizado además un módulo formativo sobre ética, cursado por **16.500 colaboradores**, y uno sobre la Ley Sapin II, al ser la empresa de origen francés, cursado por el 100% de la plantilla.





TOLERANCIA CERO

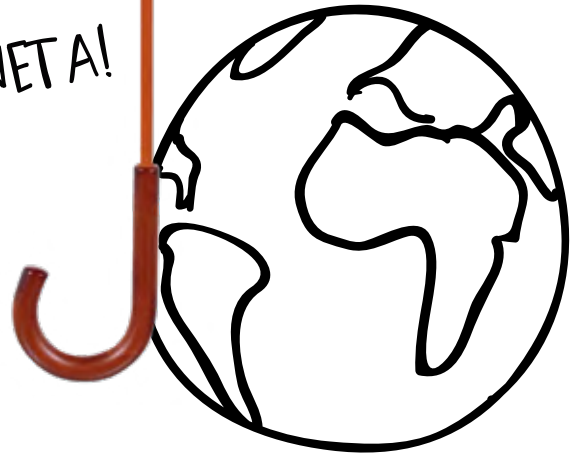
FRENTE A LA CORRUPCIÓN







¡PROTEGEMOS
NUESTRO PLANETA!



NUESTRO MEDIOAMBIENTE

El cambio climático es uno de los protagonistas clave de las últimas ediciones del **World Economic Forum**, convirtiéndose en preocupación y ocupación de instituciones, empresas, organizaciones y ciudadanos en general, al ser una amenaza medioambiental que avanza rápidamente.

Ante esta situación de emergencia climática, Auchan Retail España, que siempre ha trabajado para asegurar un crecimiento económico responsable con el Planeta, ha reforzado sus compromisos estableciendo indicadores claros y precisos para medir y aumentar su contribución a la **reducción de plásticos, energía y agua**, así como a sus planes de economía circular y preservación de la biodiversidad, favoreciendo la disminución de su Huella de Carbono.

Menos plásticos

La proliferación de productos de usar y tirar, así como el uso que se hacía (y se hace) de los mismos, ha provocado que los residuos plásticos hayan irrumpido en mares, ríos, calles y vertederos, convirtiéndose en un serio problema ambiental.

NUESTROS COMPROMISOS PARA 2030

1. Envases*:

Reducir, reutilizar, reciclar e introducir material reciclado:

- 100% de los envases plásticos reciclables y/o compostables y/o reutilizables en 2025.
- Promover, siempre que sea posible, la incorporación de plástico reciclado en los envases.
- Reducir un 30% los envases plásticos puestos en el mercado en 2025 y un 50% en 2030.

2. Productos de plástico de un solo uso:

Eliminarlos progresivamente:

- Vajillas (platos y cubiertos): enero 2020.
- Bastoncillos marca propia, mayo 2019.
- Vasos: reducción del 50% en 2020.

3. Además... concienciar y sensibilizar

- Campañas de concienciación y sensibilización internas y externas.
- Comunicar nuestro compromiso y cada acción realizada.
- Involucrar a los colaboradores, por ejemplo: Proyecto Libera.

En torno a esta situación, han surgido múltiples estudios que no vaticinan un futuro sostenible si la sociedad, en su conjunto, no da un giro a su comportamiento respecto al consumo de plástico. Sin ir más lejos, la Fundación Ellen MacArthur alerta de que si se continúa consumiendo plástico como hasta ahora, en 2050, por cada kilo de peces habrá más de 1 kg de plástico.

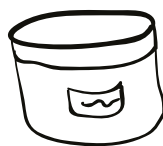
Ante esta situación, instituciones, empresas, organizaciones y ciudadanos se movilizan buscando alternativas. En el caso de Auchan Retail España, se ha puesto en marcha una estrategia con la vista puesta en el horizonte 2030, cuyo objetivo final es reducir **significativamente el consumo de plástico** en la sociedad.

Esta estrategia, hecha pública por la compañía en 2019, se articula en torno a dos ejes de trabajo, en función de los tipos de productos sobre los que actuar: envases y productos de plástico de un solo uso, añadiendo un eje más orientado al desarrollo de **planes específicos de concienciación y sensibilización ciudadana**.

El posicionamiento y estrategia respecto al consumo de plástico de Auchan Retail España en el horizonte 2030 se resume de la siguiente manera:



* bolsas sección y compra, productos frescos libre servicio y mostrador, marca propia y Alcampo Producción Controlada.



OBJETIVO 2025

100% DE LOS ENVASES PLÁSTICOS
RECICLABLES Y/O COMPOSTABLES
Y/O REUTILIZABLES

Envases

Se promoverá reducir, reutilizar, reciclar e introducir material reciclado. De esta manera, la empresa se compromete a que el **100% de los envases plásticos serán reciclables y/o compostables y/o reutilizables en 2025**, promoviendo, siempre que sea posible, la incorporación de plástico reciclado en los envases. Asimismo, se reducirá un 30% los envases plásticos puestos en el mercado en 2025, cifra que alcanzará el 50% en 2030.

La compañía ha trabajado en la búsqueda de soluciones sostenibles para aquellos productos que se venden envasados, como la incorporación de envases realizados con **materiales a base de celulosa** procedente de fuentes con gestión sostenible o medidas para **optimizar el reciclaje**, como asegurar que el plástico utilizado sea fácilmente separable del resto y ayude a su segregación para su posterior valorización.

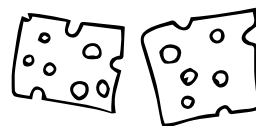
Dentro de este marco, habría que destacar también el trabajo realizado para ofrecer alternativas a las bolsas de plástico de un solo uso ya no utilizadas en las líneas de cajas, pero sí en secciones como la de frutas y verduras, mostradores de productos frescos o servicio a domicilio, área donde se está desarrollando un test para que los clientes entreguen sus propias bolsas, que serán utilizadas para servirles la compra.





EL CLIENTE PUEDE LLEVAR SU PROPIO ENVASE

En el ejercicio pasado, se inició un test que ha sido extendido a principios de 2020 a todas las tiendas Alcampo: los clientes pueden utilizar sus propios envases para las compras de productos frescos en mostradores de carnicería, pescadería, charcutería y quesos.



BOLSA DE MALLA REUTILIZABLE PARA FRUTAS Y VERDURAS A GRANEL

En 2019 se introdujo una nueva bolsa de malla reutilizable para las compras de frutas y verduras a granel, que representan el **70% de la oferta**, y que asegura, por su composición, la seguridad alimentaria de los productos introducidos en la misma. Los clientes pueden introducir los alimentos a granel en la bolsa, disponible en la propia sección de frutas y verduras, y pesar su compra, pegando a continuación la pegatina del pesaje en la etiqueta de la misma bolsa. Esta iniciativa que comenzó en modo test en un hipermercado madrileño, es una realidad en el **100% de las tiendas**.





Productos de plástico de un solo uso

Vajillas (platos y cubiertos) y bastoncillos se eliminarán de manera progresiva y los vasos se reducirán un 50%. Los dos primeros han sido eliminados ya (los bastoncillos en 2010 y las vajillas a principios de 2020) y los vasos se han visto reducidos en un 50% a principios de 2020.

ADIÓS A LAS VAJILLAS DE UN SOLO USO

Desde finales de febrero de 2020 los platos y cubiertos de plástico de un solo uso han sido sustituidos por otros fabricados, principalmente, de **materiales naturales y compostables**, como la pulpa de caña de azúcar, el cartón, la madera o el almidón de maíz.



Juntos podemos cambiar nuestras costumbres

Avanzamos para sustituir el plástico de un solo uso utilizando los siguientes materiales:



Pulpa de caña de azúcar

Material obtenido a partir de residuos de caña de azúcar. Es un material rígido, resistente al agua y a la grasa y apto para microondas. Lo encontramos en platos y bols.



Cartón

Material procedente de bosques gestionados de forma sostenible certificados FSC®. Lo encontramos en platos y vasos. Los platos Actual de cartón conservan su estanqueidad gracias a un barniz compostable sin necesidad de película plástica.



Madera

Material procedente de bosques gestionados de forma sostenible certificados FSC®. Lo encontramos en cubiertos.



Almidón de maíz

Material compostable industrialmente. Lo encontramos en vasos y cubiertos.



Acciones responsables

Concienciar y sensibilizar

Para hacer realidad un futuro con menos plástico, es esencial profundizar en la **concienciación y sensibilización ciudadana**, así como comunicar con transparencia y responsabilidad los avances de la **Política de Plásticos** e involucrar a los equipos de la compañía en proyectos enmarcados en la lucha contra el plástico, como el proyecto Libera.



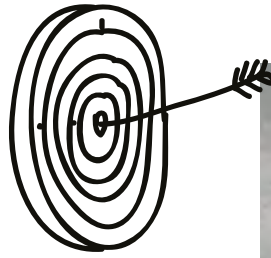
LIBERA, 1M² POR LAS PLAYAS Y LOS MARES

Auchan Retail España ha participado en la campaña "Libera, 1m² por las playas y los mares" una iniciativa puesta en marcha por SEO Birdlife y Ecoembes, que busca acabar con la basura y los plásticos depositados en los entornos naturales.

80 colaboradores de 12 centros de las zonas de costa, acompañados de 38 familiares y amigos, participaron en una acción de recogida y caracterización de residuos en entornos marinos y costeros. Esta actividad se realizó con el acompañamiento de monitores de Libera que además de limpiar los espacios, también sensibilizaron sobre el problema ambiental que supone el abandono de basura en la naturaleza.



Economía circular



La tasa de valorización de residuos en las tiendas Auchan Retail España alcanzó el 83% en 2019, es decir, sólo el 17% de los residuos han ido a vertedero.



Esta tasa, que se ha visto aumentada un punto respecto al año anterior, es el resultado de un trabajo que viene desarrollándose desde hace muchos años en la compañía.

Protocolos de segregación de residuos incorporados a los centros, alianzas con partners especialistas y formación específica han sido las claves del éxito.

Respecto a este último punto, **8.000 personas** de Auchan Retail España han realizado los cursos de formación pertinentes para asegurar una correcta segregación de residuos.

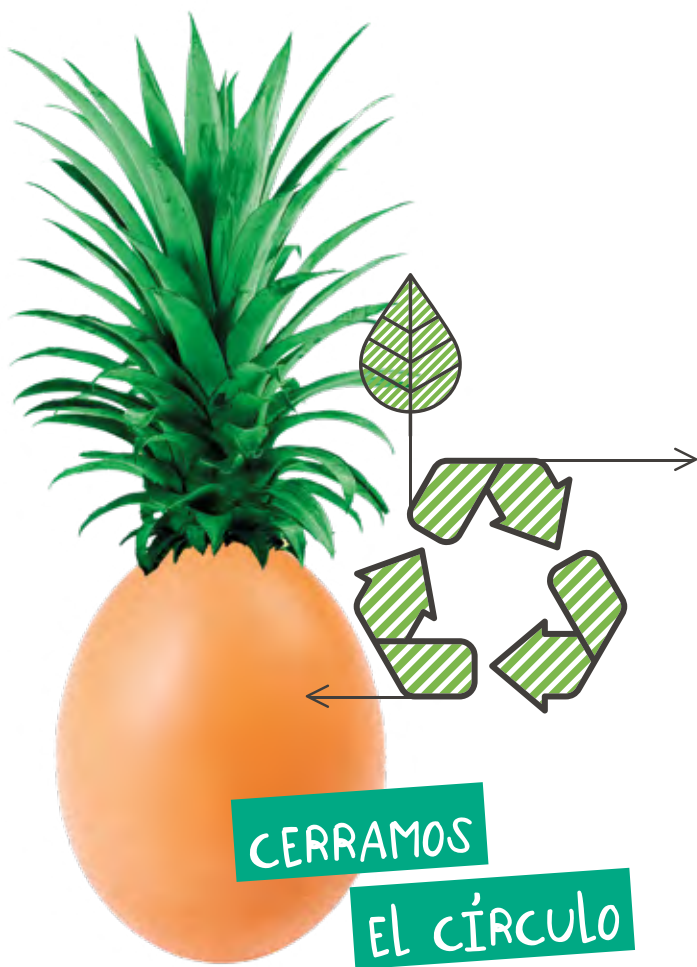
La finalidad de la compañía es **lograr el residuo cero** en todos sus centros, algo que a fecha de hoy es una realidad en 25 de ellos (24 hipermercados y 1 plataforma logística ubicados en la Comunidad de Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana).

Este proyecto de Residuo Cero se puso en marcha en 2013 en colaboración con Saica Natur, una empresa especialista en gestión de residuos. La alianza entre ambas compañías ha conseguido implementar planes efectivos que han desembocado en que el **100% de los residuos que se generan son tratados y valorizados** para convertirlos en materias primas secundarias.



Compost Auchan: cerrando el círculo

Incorporando siempre ideas innovadoras que busquen soluciones sostenibles, Auchan Retail España ha co-impulsado el desarrollo de un producto que, de alguna manera, cierra el círculo de la valorización: un sustrato universal de marca propia Auchan **fabricado con compost** **procedente de los residuos orgánicos** de los hipermercados Alcampo y que estará disponible en el verano de 2020.



Los centros Alcampo segregan los residuos, incluyendo en esta segregación, los residuos orgánicos que reservan en cajones estancos. Estos residuos son recogidos por Saica Natur y tratados en una planta de compostaje, donde se valorizan y transforman en compost de alta calidad con el que se fabrica el **sustrato universal bajo la marca Auchan**, que se presenta en un envase fabricado con un 50% de plástico reciclado, del que parte del mismo procede de residuos plásticos de Alcampo. Este sustrato regresa a su punto de origen y se vende en los hipermercados y supermercados de la compañía.

Favoreciendo el reciclaje entre los clientes

Además de desarrollar planes de segregación en sus centros, Auchan Retail España trabaja para **facilitar la correcta segregación de residuos entre sus clientes**. Por eso, la compañía cuenta con **29 ecoparques** ubicados en sus hipermercados y **60** en sus supermercados, donde los clientes pueden depositar residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, pilas, aceite, lámparas y fluorescentes, etc.

Moda-Re

Los productos textiles, son productos con un alto grado de poder de contaminación durante todo su ciclo de vida, incluyendo su comportamiento cuando se convierten en residuos. Por eso en mayo de 2019, cuatro hipermercados Alcampo (Vallecas, Sant Boi, Aranda y Vigo), se sumaron al piloto que se extenderá a lo largo de 2020: Moda-Re, de Cáritas, que trabaja desde una perspectiva de **economía circular**, con una importante vertiente social, al impulsar la **inclusión laboral de personas en riesgo de exclusión**.



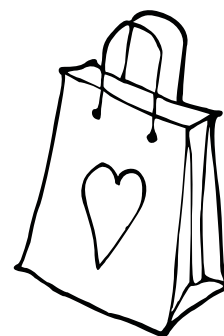
Además de entregar los productos de rotura de textil y bazar a esta organización, se han incorporado contenedores para que los clientes puedan depositar la ropa usada.

Los productos que se entregan y/o depositan son tratados en Cáritas, que emplea a personas en riesgo de exclusión social. Aquellos que pueden tener una segunda vida útil se preparan para vender en las tiendas de la ONG. En estas tiendas cualquier habitante puede acceder a comprar los productos y, además, personas que viven en dificultad pueden acceder a los mismos con vales entregados por Cáritas, dotando dicha adquisición de libertad de elección y dignidad.

Los productos que no son aptos para la venta se trasladan a plantas de reciclaje para crear materiales y fibras, convirtiéndolos así en materias primas secundarias.




Cáritas





Movilidad Sostenible

Para paliar las emisiones de CO₂ causadas por el transporte de mercancía, tanto de sus almacenes a sus tiendas, como de sus tiendas a casa del cliente, Auchan Retail España pone en marcha **planes que favorezcan la sostenibilidad** en dicho transporte.

En este sentido, desde hace años utiliza el uso de **camiones mixtos bitemperatura** para el transporte de mercancía, que permitan la optimización del número de viajes. En el ejercicio anterior se ha utilizado un 15% más de este tipo de camiones.

Durante 2020 la empresa participará en el programa **Lean&Green**, desarrollado por AECOC (Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores), con una duración prevista de 2 años y cuyo objetivo es reducir la Huella de Carbono del proceso logístico completo.

Última milla más limpia

Auchan Retail España desea incorporar soluciones de **movilidad sostenible** que contribuyan a disminuir la Huella de Carbono del transporte de mercancía a casa del cliente, en alianza con actores que facilitan el desarrollo de proyectos enfocados en el cuidado del Planeta.

Es el caso de **Revoolt**, una start-up española que cuenta con una flota multimodal sostenible y es especialista en soluciones ZeroCO₂ para la logística urbana, usando medios como **triciclos a pedales, ciclomotores, y furgonetas eléctricas y a gas** para distancias medias, así como traslados a pie para las distancias más cortas.

Revoolt ya operaba con Alcampo en las ciudades de Zaragoza y Logroño y comenzó a incorporar a principios de 2020 supermercados de Madrid y Vitoria, siendo ya **70 las tiendas** a las que da servicio.



Además, fiel a la estrategia de plásticos de Auchan Retail España, en todos los centros donde opera Revolt los usuarios pueden **elegir que su pedido sea entregado en sus propias bolsas** que dejan en depósito en el supermercado a la hora de hacer la compra, contribuyendo así al menor consumo de plástico.

CONCIENCIANDO SOBRE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

Enmarcado en la Semana Europea de la Movilidad, el hipermercado Alcampo de Jerez patrocinó la **"Ruta a pie solidaria"**. Por cada participante que llegó a la meta, nuestro hipermercado donó 1kg de alimentos a dos entidades sin ánimo de lucro: AFACESJE y SILOÉ. Esta actividad tiene múltiples objetivos y múltiples beneficios. No sólo fue vehículo de sensibilización a la importancia de la actividad física y la movilidad sostenible y saludable, sino que repercutió directamente en un acto de compromiso social y mejora del entorno.



Más puntos de recarga para vehículos eléctricos

Los hipermercados de Pio XII en Madrid, Marratxí en Baleares y Sant Quirze en Barcelona y Vigo en Pontevedra, han incorporado puntos de recarga para vehículos eléctricos en sus parkings, que están disponibles para todos sus clientes durante el horario de apertura de las tiendas.

En todos los casos, los clientes que lo deseen pueden **recargar su vehículo de manera gratuita**, dándose de alta previamente en la plataforma digital Smart Mobility Iberdrola.

SOLUCIONES
ZERO CO₂



Uso racional de la energía

A Auchan Retail España puso en marcha un **plan de racionalización del consumo de energía**, que continúa desarrollando con fuerza consciente de la situación de emergencia climática,



Desde hace más de un año, la totalidad de la energía utilizada en Auchan Retail España proviene exclusivamente de **fuentes 100% renovables**.

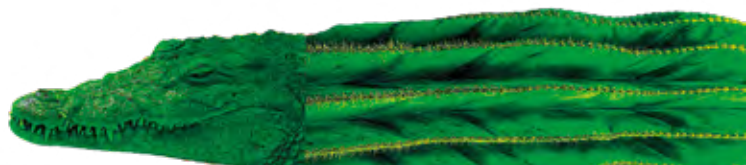
Esta decisión, respetuosa con el medioambiente, permite obtener energía limpia, que evita las emisiones de CO2.



Respecto a la reducción del consumo, cabe indicar que en 2019 se consiguieron ahorrar **8 GWh, equivalentes al consumo de energía de 8.000 hogares**.

Como en otros ámbitos, la empresa, además de favorecer el ahorro de energía en el desarrollo de su negocio, facilita al cliente dicho ahorro, participa en campañas de sensibilización social y fomenta la formación para sus colaboradores, de los que 8.375 han cursado módulos sobre ahorro energético.

FUENTES 100% RENOVABLES





93% bombillas LED

SOLUCIONES PARA AHORRAR ENERGÍA

El **93% del surtido de bombillas** que se pueden encontrar en Alcampo es LED y la oferta de hogar está fundamentada en productos que garantizan ahorro, respetuosos con el medioambiente y con clasificación energética A++, A+++ y A++++, que consiguen ahorros energéticos de hasta un 40%.

LA HORA DEL PLANETA

Auchan Retail España se volvió a sumar a "La Hora del Planeta", para sensibilizar sobre el consumo responsable de energía. El 30 de marzo a las 20:30 h se apagaron todos los letreros luminosos de los hipermercados y supermercados, como gesto para provocar la reflexión sobre el cambio climático.

POR UN CONSUMO
RESPONSABLE
DE ENERGÍA

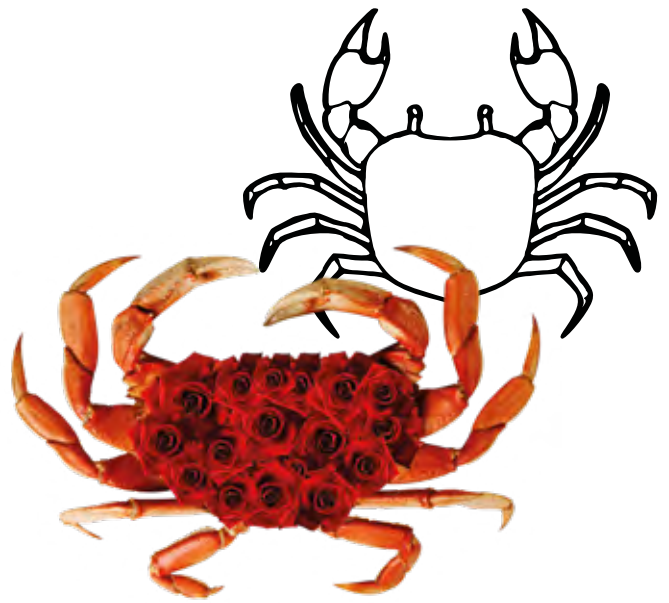


Racionalización del consumo de agua

Acorde a la consecución del ODS 6, sobre agua limpia y saneamiento, Auchan Retail España pretende **reducir el consumo de agua y evitar su contaminación**, acciones que repercutirán en el futuro de la sociedad.



En 2019 se han realizado tres **Planes de Gestión del Agua** en aquellos centros que tienen mayor ratio de consumo de m^3/m^2 para multiplicar al resto. Dichos planes han sido entregados al Ayuntamiento de Madrid detallando las posibles mejoras a realizar en

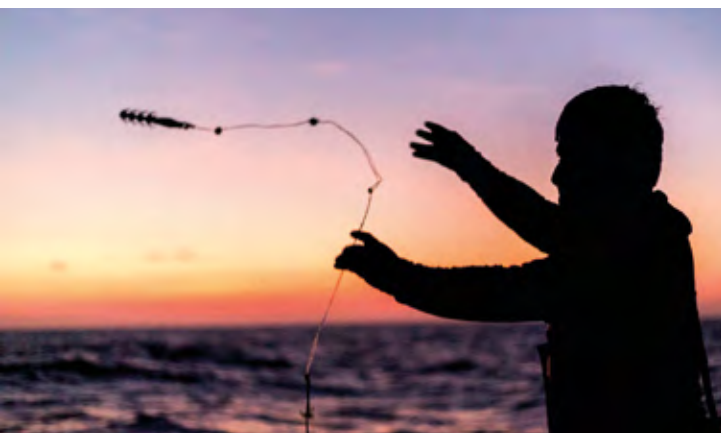


estos tres centros para reducir el consumo. Entre otros, además de formación específica y planes de sensibilización interna, se contempla la instalación de urinarios sin agua, subcontadores en mostradores de pescadería, grifos temporizados, atomizadores para los fregaderos, pilas lavamanos, fluxores, cisternas doble descarga, etc.



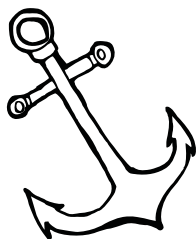
Conservación de la biodiversidad

A través del desarrollo de proyectos de recuperación de semillas autóctonas de las zonas en las que opera (punto desarrollado en el capítulo Socios Comerciales), así como de la ejecución y evolución de sus Políticas de Pesca Sostenible y Bosques Sostenibles, Auchan Retail España contribuye a la **conservación de los espacios naturales y a la preservación y recuperación de la biodiversidad**.



Cuidar de la vida en los océanos

En 2010, la compañía hizo pública una **Política de Pesca Sostenible**, que evoluciona a lo largo de los



años para perseguir la consecución del ODS 14, que hace alusión a la conservación y utilización de forma sostenible de los océanos, los mares y los recursos marinos.



Esta Política recoge compromisos de **tallas mínimas**, privilegia **artes de pesca sostenible** y refuerza la incorporación de **productos pesqueros procedentes de proveedores locales**, así como los que cuentan con **sellos de sostenibilidad**, entre ellos panga ASC (*Acuiculture Stewardship Council*) y bacalao capturado en Islandia y curado en Galicia certificado por *Iceland Responsible Fisheries*, doradas, corvinas y lubinas Alcampo Producción Controlada procedentes de Doñana y con el certificado internacional FOS (*Friends of the Sea*) y más de cuarenta productos bajo el sello MSC (*Marine Stewardship Council*), siendo 9 de ellos de marca Auchan.

Enmarcado en esta Política, se promueve entre los proveedores el aprovisionamiento de productos que procedan de **Proyectos de Mejora Pesquera** (*FIP: Fishery Improvement Projects*) y que tienen como objetivos optimizar el método de pesca, disminuir los impactos en el medioambiente y aplicar medidas de gestión para asegurar la sostenibilidad de los recursos a largo plazo.

En 2019, uno de los avances en este sentido, ha sido lograr que el 60% del suministro de Potón del Pacífico (*Dosidicus Gigas*) adquirido por Auchan Retail España y comercializado en el lineal de fresco, proceda de un FIP, porcentaje que la empresa pretende elevar al 100% a lo largo de 2020 con el objetivo de garantizar la sostenibilidad de esta especie.

Ecosistemas Terrestres

Basándose en el ODS 15, Auchan Retail España cuenta con una **Política de Bosques** para asegurar la sostenibilidad de los productos de madera y derivados que usa y comercializa (desarrollado previamente en el capítulo Clientes), así como su aportación a la restauración forestal de zonas deprimidas.



En este sentido, desde 2011 Auchan Retail España colabora con WWF apoyando la **restauración forestal** de un encinar en el municipio manchego de Tembleque. La reforestación de esta zona, además de contribuir a la lucha contra el cambio climático, persigue la conservación de la biodiversidad.

Jornadas de Reforestación
del Bosque Auchan Retail España
en Tembleque (Toledo)

Buscamos **50 voluntarios** para participar en la jornada de plantación de encinos, espinos, retama y romero que celebraremos el **próximo día 5 de noviembre**.

Si estás interesado **inscríbete** como voluntari@ entra en la Comunidad RSC, en Birdy y apúntate.

Las plazas son limitadas por lo que los primeros inscritos serán los que formen parte de este equipo de reforestación.

¡JUNTOS, CAMBIAMOS LA VIDA!

Con la colaboración de:
AYUNTAMIENTO DE TEMBLEQUE

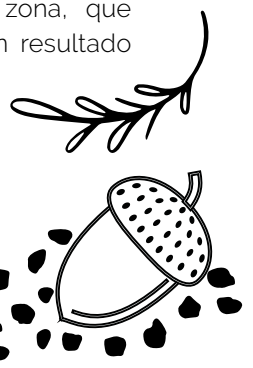
Auchan | RETAIL ESPAÑA



A lo largo de 2019 se han mantenido **1.000 plantones**, realizando riegos en las plantaciones ejecutadas en el otoño de 2017 y 2018, con el fin de aumentar la supervivencia de los árboles y arbustos introducidos. Asimismo, se han revisado los protectores sustituyendo algunos por otros de mayor dimensión y se han repuesto marras.

Además, **60 voluntarios** de Auchan Retail España asistieron a una jornada de plantación de 100 plantones, y de refuerzo de una veintena de protectores, pudiendo conocer de primera mano, los trabajos que se desarrollan en este encinar.

Los trabajos realizados en esta zona, que ocupa **1,5 hectáreas**, han dado un resultado excepcional: la supervivencia de las plantas ha alcanzado el 91%.



En ellas, puso en valor el riguroso trabajo desarrollado para medir la Huella de Carbono de Auchan Retail España y actuar en consecuencia, implantando medidas efectivas que contribuyan a frenar el cambio climático.



Huella de Carbono

Desde el año 2010 Auchan Retail España mide y hace pública la Huella de Carbono de sus hipermercados, siguiendo los criterios del GHG Protocol y la norma ISO/TR 14069, como premisa para la reducción de las emisiones de CO₂ que genera su actividad. A partir de 2013, extendió el estudio y publicación de la Huella de Carbono a los supermercados.



La compañía mide y **publica las emisiones de CO₂e*** del **alcance 1**, **alcance 2** y **alcance 3**, incorporando en este informe los resultados de los dos primeros y realizando una publicación posterior de los tres.

*CO₂ equivalente.

Alcance 1

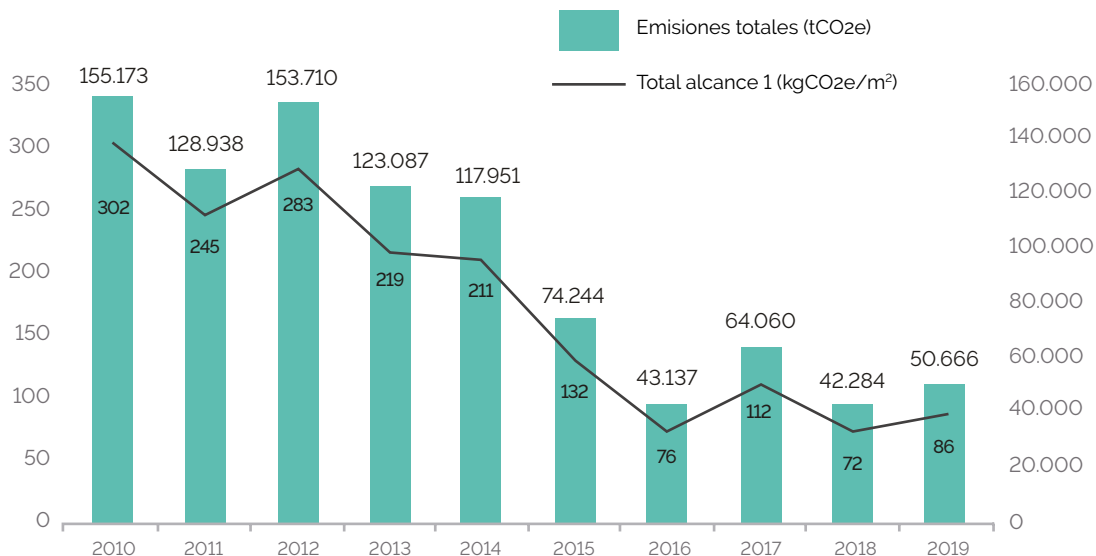
Este alcance abarca las emisiones directas de **Gases de Efecto Invernadero** (GEI), provenientes de fuentes que pertenecen o son controladas por la organización como gases refrigerantes, gasoil o gas natural.

En el pasado ejercicio, las emisiones del alcance 1 presentan una tendencia general a disminuir, gracias sobre todo a la reducción en las fugas de gases refrigerantes, especialmente en los supermercados.

Alcance 1 en los hipermercados

En los hipermercados, las emisiones totales correspondientes al alcance 1 utilizando el ratio de emisiones por metro cuadrado de sala de venta, se han visto reducidas en 216 Kg CO₂e/m² respecto al año base, lo que supone una reducción del 71,6% y han aumentado 14 Kg CO₂e/m² respecto al ejercicio anterior, lo que supone un incremento del 19%.

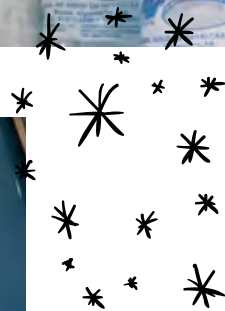
TOTAL ALCANCE 1 HIPERMERCADOS



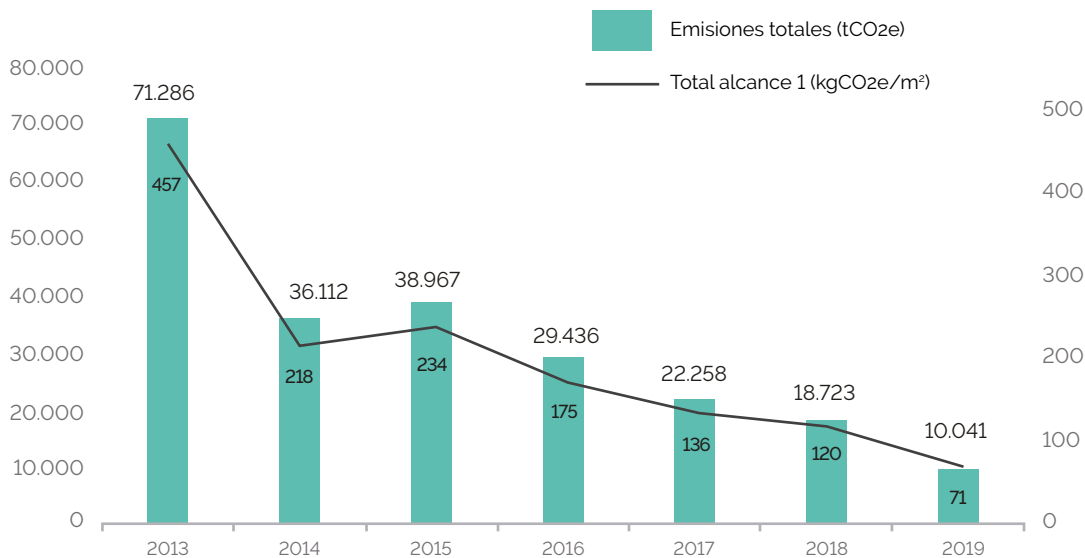


Alcance 1 en los supermercados

En los supermercados, las emisiones totales correspondientes al alcance 1 utilizando el ratio de emisiones por metro cuadrado de sala de venta, se han visto reducidas en 386 Kg CO₂e/m² respecto al año base y 48 Kg CO₂e/m² respecto al ejercicio anterior, lo que supone reducciones de un 84,4% y un 40,4% respectivamente.



TOTAL ALCANCE 1 SUPERMERCADOS



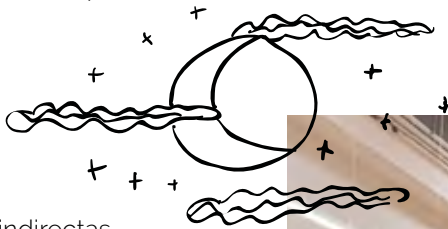
Alcance 2

El alcance 2 considera las emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero (GEI) procedentes de la generación y uso de electricidad.

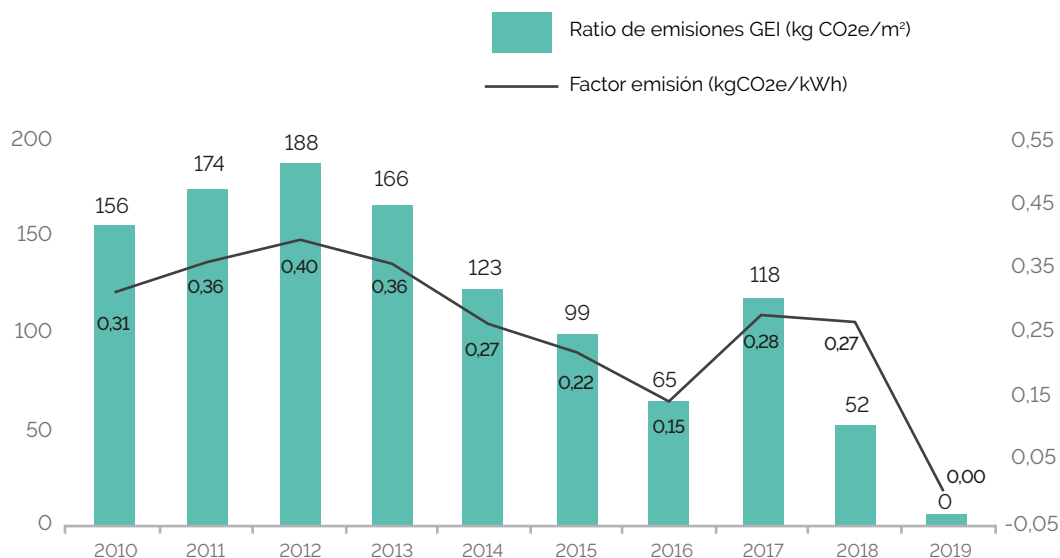
En el caso de Auchan Retail España, **estas emisiones son nulas** debido al uso de **energía que procede al 100% de fuentes renovables**, tanto para supermercados como para hipermercados desde el verano de 2018.

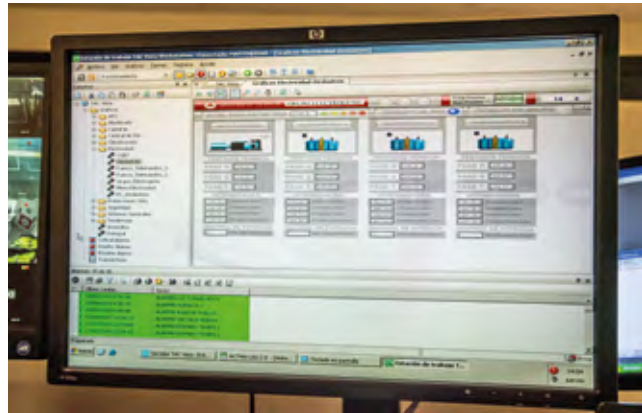
Alcance 2 en los hipermercados

En los hipermercados, las emisiones totales correspondientes al alcance 2 teniendo en cuenta las emisiones por metro cuadrado de sala de venta, se han reducido 156 Kg CO₂e/m² respecto al año base (2010) y 52 Kg CO₂e/m² respecto a 2018, suponiendo en ambos casos una **reducción del 100%**.



TOTAL ALCANCE 2 HIPERMERCADOS

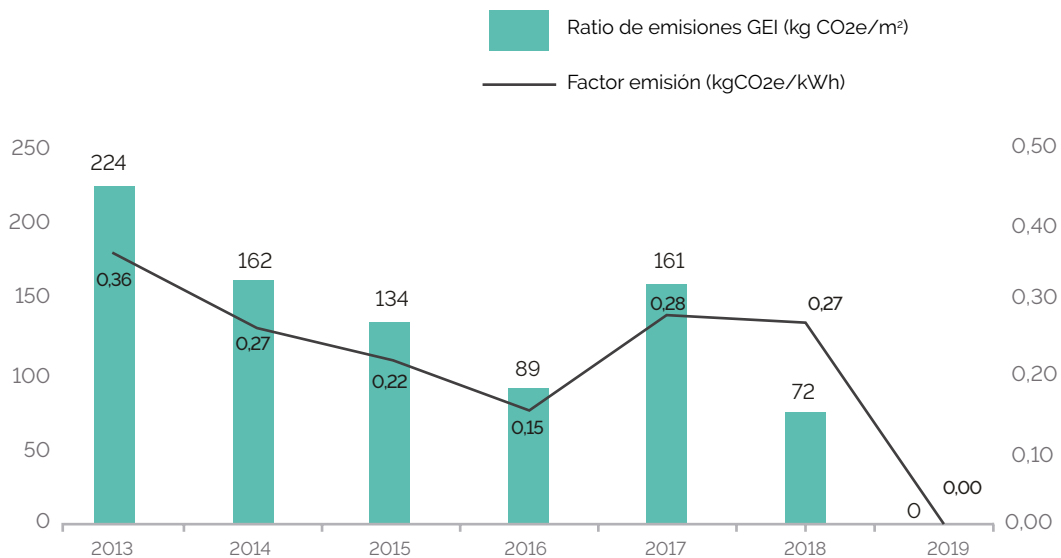




Alcance 2 en los supermercados

En el caso de los supermercados, las emisiones totales correspondientes al alcance 2 teniendo en cuenta las emisiones por metro cuadrado de sala de venta, se han visto también reducidas 224 Kg CO₂e/m² respecto al año base (2013) y 72 Kg CO₂e/m² respecto a 2018, suponiendo en ambos casos una **reducción del 100%**.

TOTAL ALCANCE 2 SUPERMERCADOS







ODS DE NACIONES UNIDAS

Las 169 metas de la Agenda 2030 son la hoja de ruta de Auchan Retail España. La finalidad de la compañía es aportar a su consecución con la vista puesta en el desarrollo de las personas, el cuidado del Planeta, la paz, la prosperidad y la creación de alianzas orientadas al bien común y al éxito compartido.

169 METAS

AGENDA 2030

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1 FIN
DE LA POBREZA

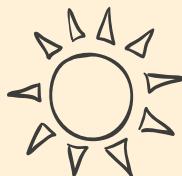
- Creación de empleo directo para más de 20.000 personas.
- Colaboración con productores de terceros países.
- Impulso al desarrollo de proveedores españoles.
- Acciones para mejorar el entorno: Desayunos y Meriendas Con Corazón, Ningún Niño sin Juguete, 1 Kilo de Ayuda, Sorteo del Oro de Cruz Roja, Gran Recogida del Banco de Alimentos, ...

2 HAMBRE
CERO

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

6 AGUA LIMPIA
Y SANEAMIENTO

- Proyecto de racionalización del consumo de agua.

7 ENERGÍA ASEQUIBLE
Y NO CONTAMINANTE

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

8 TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO

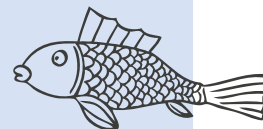
- Más del 80% de la plantilla es indefinida.
- Desarrollo económico: inversión en apertura de centros y mejora de los mismos.
- Realización de auditorías sociales a los proveedores.

12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES

- Oferta de productos y servicios responsables: ecológicos, de Comercio Justo, para personas con necesidades especiales, etc.

13 ACCIÓN
POR EL CLIMA

- Estudio y publicación de la Huella de Carbono.
- Residuo Cero en 25 centros.
- Política de plásticos.

14 VIDA
SUBMARINA

- Política de Pesca Sostenible.
- Fomento de participación de proveedores en FIPS (Proyectos de Mejora Pesquera).
- Campañas de sensibilización ciudadana.

3 SALUD Y BIENESTAR



- Oferta de productos frescos.
- Productos para todas las necesidades (sin gluten, sin lactosa).
- Promoción de hábitos saludables entre los más pequeños.
- Apuesta por el deporte.
- Somos Osos Solidarios: colaboración en la investigación del cáncer infantil con CRIS contra el cáncer.
- Acciones de la Fundación Alcampo por la Juventud orientadas a la buena alimentación.

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



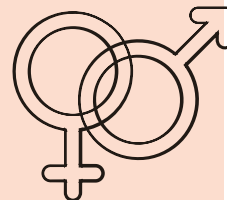
- Formación continua para la profesionalización de los equipos.
- Planes de empleabilidad y formación para personas en riesgo de exclusión.
- Convenio con Cruz Roja para impulsar el acceso al empleo de colectivos vulnerables.
- Adhesión la Alianza para la FP Dual.



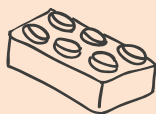
5 IGUALDAD DE GÉNERO



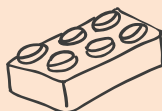
- Adhesión desde 2013 al programa "Hay Salida".
- Plan de Igualdad.



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



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



10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



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



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



- Comercio sin barreras para asegurar la accesibilidad universal.

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



- Política de Bosques.
- Productos sin residuos de pesticidas.
- Oferta de productos que preservan la biodiversidad.
- Recuperación de especies.



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



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



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



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

Dirección de Comunicación Externa y RSC
C/ Santiago de Compostela Sur, s/n.
28029 Madrid



The mark of
responsible forestry

ELEMENTAL
CHLORINE
FREE
GUARANTEED



