

MONOPRIX

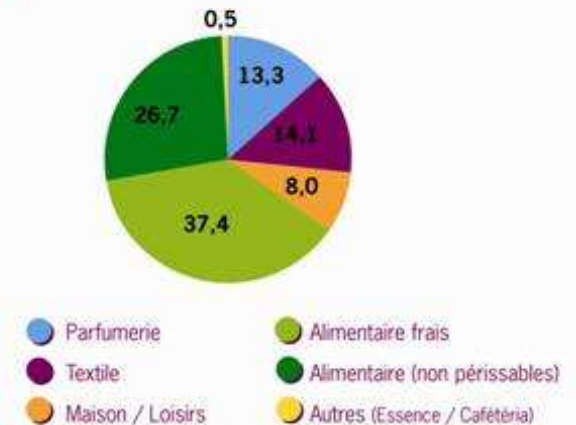
Faire que chaque jour soit différent, étonnant, prometteur ... C'est tout l'esprit commerçant du groupe Monoprix.

Un groupe en développement

- ◆ 5 enseignes : Monoprix, Inno, Monop', beauty monop et dailymonop'
- ◆ plus de 300 magasins, dans 85% des villes de plus de 50 000 hab.
- ◆ 20 000 collaborateurs
- ◆ CA 2007 : 3 575 millions d'euros HT consolidé (normes IFRS)
- ◆ Capital détenu à 50/50 par les groupes Galeries Lafayette et Casino



Répartition du chiffre d'affaires par secteur *



* Détail TTC au 31.12.07.

Un engagement pionnier et transverse en faveur d'un développement durable

Pionnier, Monoprix s'est engagé depuis plus de 15 ans en faveur d'un développement durable. Aujourd'hui, sa démarche active et inventive est inscrite au cœur de sa stratégie. Elle est indissociable de la personnalité de ses enseignes et irrigue l'ensemble de ses activités.

Acteur du commerce de centre-ville depuis 75 ans, Monoprix a, depuis l'origine, la volonté de s'intégrer harmonieusement à son environnement et d'améliorer la qualité de vie quotidienne de ses clients, cela dans le souci de promouvoir **un commerce durable de centre-ville**.

C'est donc naturellement que le groupe s'est engagé dès les années 1990 dans une démarche en faveur d'un **développement durable**.

=> L'engagement de Monoprix irrigue aujourd'hui toutes les dimensions de son activité :

- ◆ l'architecture et les équipements des magasins
- ◆ l'organisation : gestion des déchets, logistique...
- ◆ le management
- ◆ l'offre de produits et de services
- ◆ les relations avec les parties prenantes : fournisseurs, collectivités, associations...

Pour créer une réelle démarche de progrès autour de ces enjeux, Monoprix met alors en place une organisation originale, permettant de faciliter les initiatives et leur mise en oeuvre. Celle-ci s'appuie sur la mobilisation d'une soixantaine de collaborateurs volontaires, représentatifs des différentes fonctions de l'entreprise et des magasins : **les « acteurs relais »**. Ce sont eux qui définissent et mettent en oeuvre les plans d'actions spécifiques directement liés à leurs domaines d'expertise.



Un engagement pionnier et transverse en faveur d'un développement durable

Principales dates :

1990 : Lancement des **produits biologiques** et des produits verts de qualité environnementale, **Monoprix Vert**

1994 : Création de la marque **Monoprix Bio**.

1998 : Les 1ers cafés issus du **commerce équitable**, garantis Max Havelaar

2000 : Le développement durable devient un axe stratégique du groupe.

2002 : **Le Manchot** devient le symbole de l'engagement pour un développement durable de Monoprix.

2003 : Développement du transport fluvial pour les marchandises de « grand import ».

2003 : Lancement des vêtements en **coton biologique et équitable**, labellisé bioRe®

2004 : Lancement des sacs en tissu pliables et réutilisables.

2005 : Ouverture du Monoprix Angers, première opération pilote « **Démarche HQE®** et Bâtiments Tertiaires » du CSTB*, suivi par l'association HQE

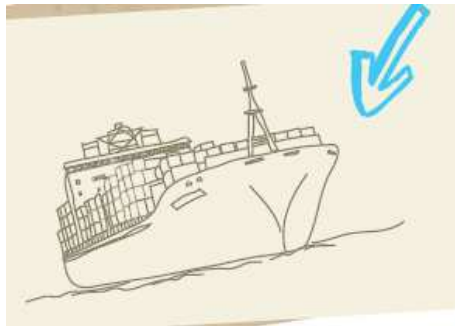
2005 : Création de la **Mission Handicap Monoprix** et 1er recours au recrutement par simulation

2007 : Lancement du **transport ferroviaire** de marchandises à Paris.



Vers une chaîne d'approvisionnement plus respectueuse de l'environnement

Transport ferroviaire, utilisation de véhicules au GNV, exploitation d'entrepôts HQE®, Monoprix s'efforce de réduire l'impact de ses activités logistique et de transport sur l'environnement.

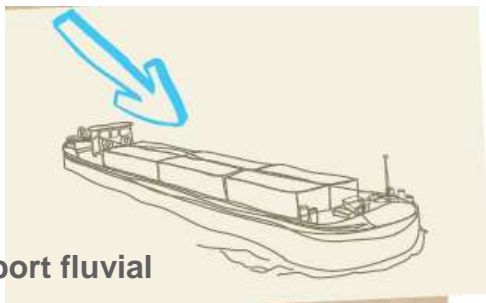


Le transport maritime

Pour veiller aux conditions sociales et environnementales pratiquées par les transporteurs maritimes, Monoprix a conçu et mis en place en 2007 un « **cahier des charges du transitaire idéal** ».



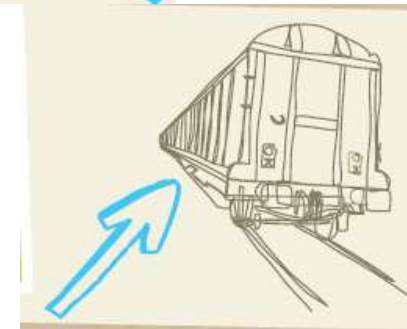
Les camions au gaz naturel pour véhicules



Le transport fluvial



Deux entrepôts Haute Qualité Environnementale : Combs-la-Ville et Marly-la-Ville

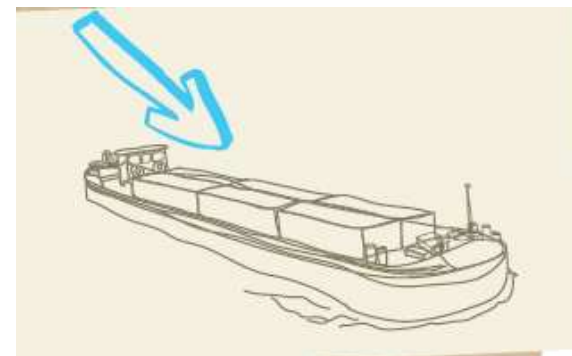


Le transport ferroviaire

Vers une chaîne d'approvisionnement plus respectueuse de l'environnement

Le transport fluvial

- × développé dès 2003,
- × il a concerné en 2007, 72 % des produits de « grand import », soit **1 745 containers** représentant près de **42 000 m³**,
- × il a engendré une économie de **120 tonnes** de CO₂,
- × et permis de **réduire de 4 % la facture** par rapport au transport terrestre.

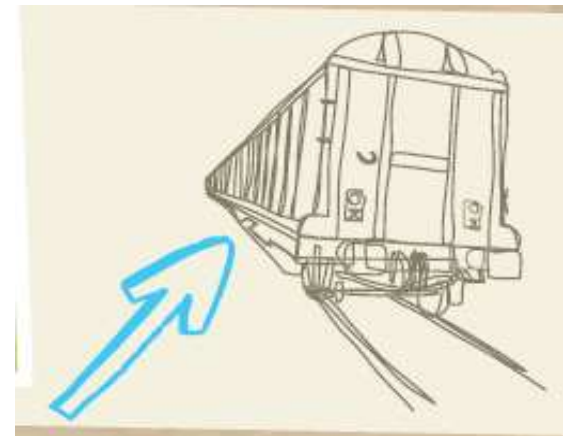


Vers une chaîne d'approvisionnement plus respectueuse de l'environnement

Le transport ferroviaire

Depuis les entrepôts de Seine-et-Marne, les boissons sans alcool, le textile, les produits de beauté et ceux pour la maison et le loisir destinés aux magasins parisiens sont acheminés par train depuis le mois de novembre 2007.

Ce dispositif devrait permettre d'économiser **337 tonnes de CO₂** en 2008 et réduire de **12 000 le nombre de camions** entrant dans Paris.



MONOPRIX



Faire que chaque jour soit différent, étonnant, prometteur ... C'est tout l'esprit commerçant du groupe Monoprix.