



# EDENLIFE

# Sommaire

## ACCÉLÉRER LA CROISSANCE 02

INTERVIEW DE BERTRAND DUMAZY	02
GOVERNANCE	04
INDICATEURS CLÉS	06

## DES VIES, DES ENVIES 10

FACILITER LA VIE DES SALARIÉS	15
SIMPLIFIER LE QUOTIDIEN DES ENTREPRISES	20
ENVIE DE (SE) FAIRE PLAISIR	26

## LA VIE EN NUMÉRIQUE 28

SUCCESS-STORY	30
USER EXPERIENCE	31
SOCIAL SELLING	32
L'INNOVATION AU SERVICE DES AFFILIÉS	33
EN COULISSE	34

## S'ENGAGER POUR UNE VIE MEILLEURE 36

DEVENIR RÉFÉRENT DU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL	38
SENSIBILISER À L'ALIMENTATION SAINE	40

## CE QU'IL FAUT RETENIR

AVANTAGES AUX SALARIÉS	19
GESTION DES FRAIS PROFESSIONNELS	25
MOTIVATION ET RÉCOMPENSES	27
ENGAGEMENTS	43

# Accélérer **la croissance**

INTERVIEW DE **BERTRAND DUMAZY**



“  
**Engagés autour  
 d'un projet collectif  
 de croissance profitable  
 et durable**”

**Bertrand Dumazy,**  
 Président-directeur général d'Edenred

## Quel bilan tirez-vous de l'année écoulée ?

Ayant rejoint Edenred en octobre 2015, j'ai découvert une entreprise formidable, capable d'atteindre un niveau de croissance de 9%\*, et ce malgré un contexte macroéconomique défavorable au Brésil. Cela démontre non seulement la solidité de notre modèle économique, mais aussi l'engagement constant de nos équipes.

En 2015, Edenred a renforcé sa position sur son métier historique, les avantages aux salariés, que ce soit grâce à d'excellentes performances commer-

ciales ou à l'essor de nouvelles solutions. Le Groupe a également accéléré son développement dans la gestion des frais professionnels, son deuxième moteur de croissance. Edenred a ainsi réalisé des opérations stratégiques à fort potentiel comme la finalisation d'une première prise de participation dans UTA, co-leader européen sur le marché des cartes-essence, ou, début 2016, la signature d'un accord prometteur avec la société Embratec au Brésil, qui double notre activité de cartes-carburant. Nous avons enfin pris une participation majoritaire dans ProwebCE, pour capter la clientèle des comités d'entreprise en France.

## Quels sont, selon vous, les atouts d'Edenred ?

Edenred est un leader mondial dont la mission est essentielle : aider les organisations, qu'elles soient publiques ou privées, à mieux gérer leurs dépenses, tout en améliorant le pouvoir d'achat des salariés et des citoyens. Le Groupe est au cœur d'un écosystème vertueux qui bénéficie chaque jour à plus de 41 millions de personnes dans le monde.

Depuis 50 ans, Edenred est un groupe pionnier et conquérant, animé par 6300 collaborateurs engagés dans plus de 40 pays. Les femmes et les hommes qui y travaillent peuvent être fiers du chemin parcouru et de l'essor qu'a pris l'entreprise. Par exemple, 50 nouvelles offres ont été lancées ces dernières années, parmi de nombreuses autres réalisations. Edenred se distingue également par sa forte expertise digitale : deux tiers de notre activité proviennent aujourd'hui de solutions numériques.

## Vous venez de prendre les rênes de l'entreprise. Quelles vont être vos priorités ?

J'en citerais cinq. Poursuivre le développement et l'innovation dans les solutions d'avantages aux salariés, notre cœur de métier historique ; accélérer notre croissance dans le secteur de la gestion des frais professionnels ; développer et monétiser les opportunités liées à la dématérialisation en apportant plus de valeur et de différenciation à notre écosystème (affiliés, bénéficiaires, clients) ; mutualiser davantage nos ressources technologiques. Enfin, définir et mettre en œuvre un plan stratégique ambitieux et fédérateur pour la période 2016-2020.

Dotés d'atouts solides, empreints d'une culture unique et engagés autour d'un projet collectif de croissance, nous avons toutes les cartes en main pour assurer un brillant avenir à Edenred. J'en suis convaincu.

\* Croissance organique du volume d'émission.



## COMITÉ EXÉCUTIF

L'année 2015 a été marquée par l'arrivée de Bertrand Dumazy au poste de Président-directeur général. Patrick Bataillard a également rejoint le Groupe en tant que Directeur général Finances. Composé de 14 membres, le Comité exécutif associe des représentants opérationnels des grandes régions du monde et des managers fonctionnels qui apportent un support d'expertise aux opérations.



## CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration est composé de 11 membres, dont 73 % sont indépendants. Il est présidé par Bertrand Dumazy, Président-directeur général d'Edenred, et s'appuie sur un Vice-Président administrateur référent, Philippe Citerne.

**Jean-Paul Bailly\***  
Président d'Honneur du groupe La Poste

**Anne Bouverot\***  
Présidente de Morpho

**Philippe Citerne\***  
Vice-Président du Conseil d'administration d'Edenred

**Sylvia Coutinho\***  
Directrice générale d'UBS Brésil

**Bertrand Dumazy**  
Président-directeur général d'Edenred

**Gabriele Galateri di Genola\***  
Président de Assicurazioni Generali S.p.A.

**Maëlle Gavet\***  
Vice-Présidente exécutive des Opérations internationales du groupe Priceline

**Françoise Gri\***  
Présidente du Conseil d'administration de Viadeo

**Jean-Romain Lhomme**  
Co-fondateur de PJX10

**Bertrand Meheut\***  
Administrateur de sociétés

**Nadra Moussalem**  
Directeur général Europe de Colony Capital

\* Administrateurs indépendants.

**1\_Bertrand Dumazy,**  
Président-directeur général

### FONCTIONS OPÉRATIONNELLES

**2\_Gilles Coccoli,**  
Directeur général Brésil

**3\_Laurent Delmas,**  
Directeur général France

**4\_Arnaud Erulin,**  
Directeur général Europe centrale et Scandinavie

**5\_Diego Frutos,**  
Directeur général Amérique hispanique et du Nord

**6\_Graziella Gavezotti,**  
Directeur général Europe du Sud

**7\_Laurent Pellet,**  
Directeur général Asie-Pacifique et Moyen-Orient

**8\_Bernard Rongvaux,**  
Directeur général Europe du Nord et Afrique

### FONCTIONS SUPPORTS

**9\_Patrick Bataillard,**  
Directeur général Finances

**10\_Philippe Dufour,**  
Directeur général Investissements alternatifs

**11\_Antoine Dumurgier,**  
Directeur général Stratégie et Développement

**12\_Philippe Relland-Bernard,**  
Directeur général Affaires juridiques et réglementaires

**13\_Jeanne Renard,**  
Directeur général Ressources humaines et Responsabilité sociale

**14\_Konstantinos Voyiatzis,**  
Directeur général Technologie et Systèmes d'informations stratégiques

# Indicateurs clés

## UNE PRÉSENCE INTERNATIONALE ET ÉQUILBRÉE

### AMÉRIQUES

Argentine  
Brésil  
Chili  
Colombie  
États-Unis  
Mexique  
Pérou  
Uruguay  
Venezuela

République tchèque  
Roumanie  
Royaume-Uni  
Russie  
Slovaquie  
Suède  
Suisse

### AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

Afrique du Sud  
Burundi  
Émirats arabes unis  
Liban  
Maroc  
Turquie

### EUROPE

Allemagne  
Autriche  
Belgique  
Bulgarie  
Espagne  
Finlande  
France  
Grèce  
Hongrie  
Italie  
Luxembourg  
Pays-Bas  
Pologne  
Portugal

### ASIE-PACIFIQUE

Chine  
Inde  
Japon  
Malaisie  
Singapour  
Taïwan



**42**  
pays



**6 300**  
collaborateurs



**65,4 %**  
du volume  
d'émission issu  
de solutions  
numériques



**1,4**  
million  
de commerçants  
affiliés



**660 000**  
entreprises  
et collectivités  
clientes



**41**  
millions  
de salariés  
bénéficiaires

# Une année de solides performances

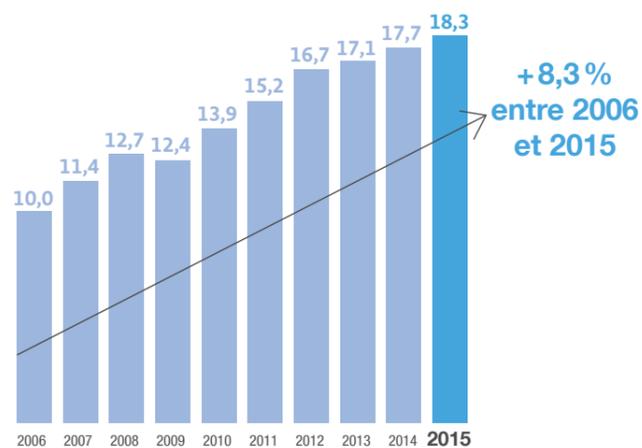


## VOLUME D'ÉMISSION

Le volume d'émission constitue le montant total des fonds attribués aux bénéficiaires pour le compte de clients (entreprises ou collectivités).

**18,3**  
milliards d'euros  
soit +8,7 %\*

En milliards d'euros

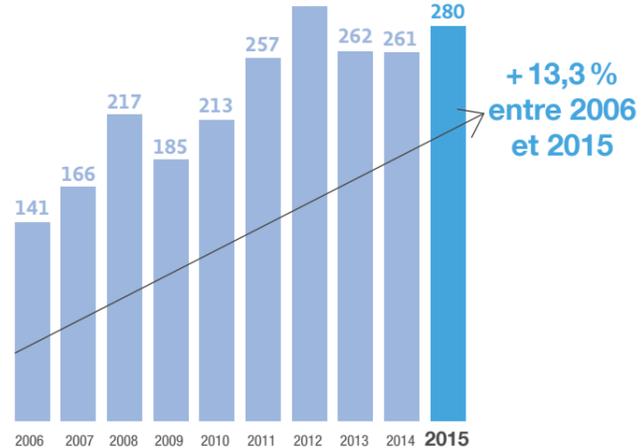


## MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT (FFO) AVANT ÉLÉMENTS NON RÉCURRENTS

Le modèle économique du Groupe est fortement générateur de trésorerie, comme l'illustre l'évolution du FFO (*Funds from operations*).

**280**  
millions d'euros  
soit +12,5 %\*

En millions d'euros



**CHIFFRE D'AFFAIRES**  
**1,069**  
milliard d'euros  
soit +6,4 %\*

## TAUX DE TRANSFORMATION OPÉRATIONNEL

Ratio entre la variation du résultat courant opérationnel et la variation du chiffre d'affaires opérationnel (en données comparables). Il mesure la capacité d'amélioration des marges opérationnelles.

**50,3 %**

## RÉSULTAT D'EXPLOITATION COURANT

**341**  
millions d'euros  
soit +9,7 %\*

\* Croissance en données comparables par rapport à 2014. Chiffres au 31/12/2015.

## Edenred prépare son avenir

L'année 2015 a été historique en termes d'investissements aussi bien dans le secteur des avantages aux salariés que dans celui de la gestion des frais professionnels.

En février 2015, le Groupe a finalisé l'acquisition d'une participation de 34 % au capital d'UTA, acteur majeur des cartes-essence pour les flottes de véhicules lourds en Europe. Assortie d'une option d'achat qui permettra à Edenred d'atteindre une participation de 51 % à partir de 2017, cette opération représente une opportunité unique d'accélérer le développement du Groupe sur le marché de la gestion des frais professionnels (VOIR PAGES 21 ET 22).

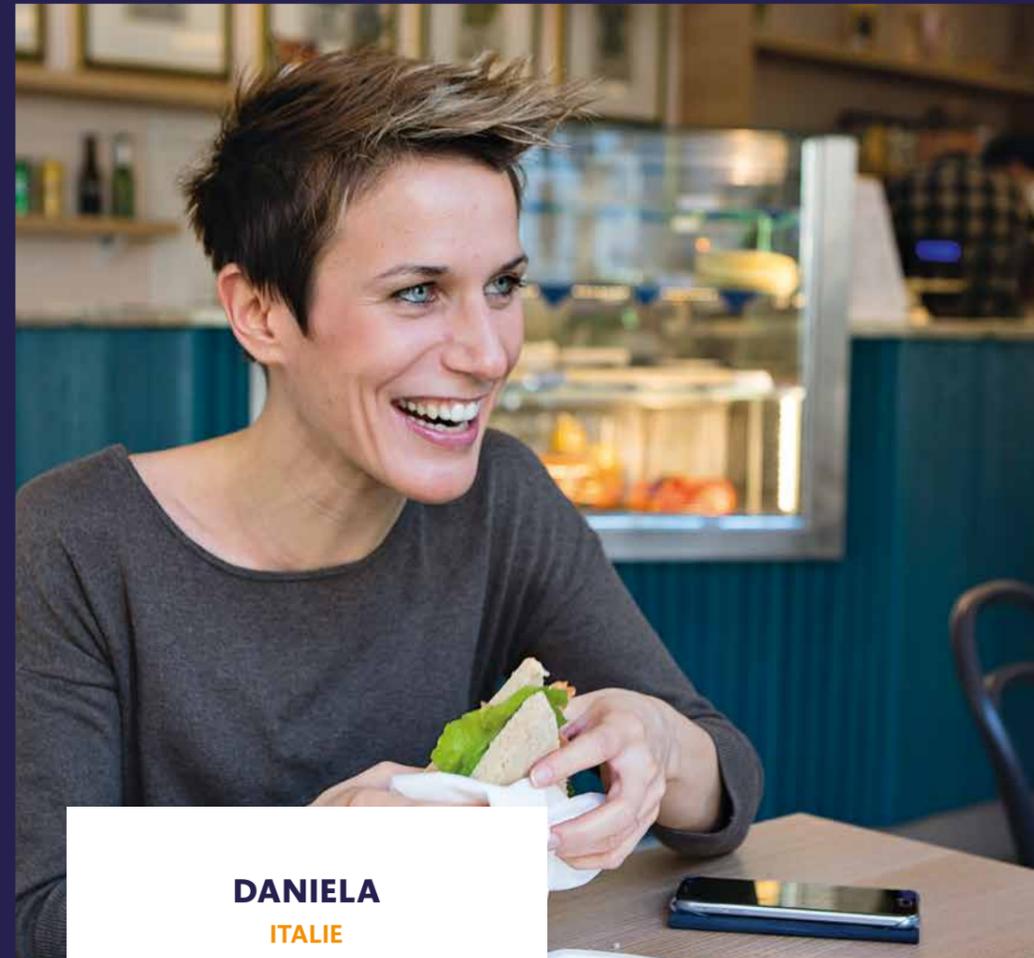
En mars 2015, Edenred a porté sa participation au capital de la société ProwebCE de 10 % à 62 %. Leader français des solutions à destination des comités d'entreprise, ProwebCE offre notamment une plateforme d'e-commerce permettant aux salariés d'utiliser les fonds qui leur sont accordés par leur comité d'entreprise pour l'achat de biens ou de services dans les domaines de la culture et des loisirs. Cette opération permet à Edenred d'enrichir son offre à destination des bénéficiaires et de renforcer son positionnement sur le marché des comités d'entreprise, estimé à plus de 15 milliards d'euros.

Début 2016, Edenred a annoncé la signature d'un accord avec la société brésilienne Embratec. Celui-ci vise notamment à regrouper ses propres activités de Gestion des frais professionnels au Brésil avec celles d'Embratec au sein d'une co-entreprise détenue à 65 % par Edenred et à 35 % par les actionnaires fondateurs d'Embratec. Un rapprochement qui donnera naissance à un acteur majeur sur le marché brésilien de la gestion des frais professionnels, secteur dont le taux de pénétration reste faible et le potentiel de croissance élevé. Cette opération est soumise à l'examen des autorités compétentes, et sa finalisation est prévue au cours du premier semestre 2016 (VOIR PAGE 23).

# DES VIES, DES ENVIES

Alimentation, services à la personne, déplacements professionnels, loisirs... L'offre d'Edenred est pensée pour les entreprises désireuses d'améliorer le bien-être de leurs salariés, de maîtriser leurs dépenses et d'accroître la motivation de leurs équipes. Elle soutient également l'effort des institutions publiques dans l'optimisation des dépenses sociales. Aujourd'hui, 660 000 entreprises, 41 millions d'employés ou citoyens et 1,4 million de commerçants utilisent les services d'Edenred.

*Des histoires du quotidien  
pour mieux accompagner  
les salariés dans leur vie  
de tous les jours.*



## DANIELA

ITALIE

« Mes plats préférés? Les lasagnes et les quiches, mais j'aime aussi les fruits et les légumes! Pour moi, les pauses-déjeuner sont essentielles pour se détendre, discuter avec ses collègues et se changer les idées. C'est la meilleure thérapie pour bien travailler. »



## HUGO

MEXIQUE

« Dans le cadre de mon activité professionnelle, la simplicité des procédures administratives est un enjeu essentiel.

De nos jours, le temps est précieux. Je gère suffisamment de papiers, pas question de passer trop de temps sur mes notes de frais! »





**FRANCK**  
**FRANCE**

« Je dépose ma fille tous les matins à la crèche. Cette solution de garde permet de concilier au mieux son épanouissement personnel en collectivité et mon emploi du temps chargé. »



**ALLISON**  
**TAÏWAN**

« À Taïwan, utiliser sa carte de crédit pour faire son shopping permet de gagner des points de fidélité. Je suis une pro des bonnes affaires! Être une consommatrice avertie, c'est un vrai mode de vie. »



## Nouveaux formats, nouveaux pays



## Nouveaux usages paiement en ligne, paiement sur mobile



## Nouveaux services aux restaurateurs : offres personnalisées, gestion des commandes, réservations

J'ai ma carte Ticket Restaurant®

Rendez-vous où ?

**Et demain :**  
un média social ?

À la brasserie ;-)



## UNE HISTOIRE DANS L'AIR DU TEMPS

Depuis sa création en 1962, la force du titre-repas repose sur ses valeurs sociales et économiques. C'est un outil fondamental dans le paysage des entreprises qui a su évoluer pour se moderniser et s'adapter aux contextes économiques, sociaux et politiques des 30 pays dans lesquels il est présent. Aujourd'hui plus que jamais, Edenred souhaite en faire un outil d'échange et de communication rassemblant les intérêts et les besoins des différents publics.

## Le marché du titre-repas en France\*

# 3,8 millions

de salariés utilisent un titre-repas

# 110 000 emplois

en dépendent directement

\* Étude Alternatives Économiques – mai 2015.

DES VIES, DES ENVIES  
AVANTAGES AUX SALARIÉS

# FACILITER LA VIE DES SALARIÉS



**D**epuis plus de cinquante ans, Edenred imagine et développe des solutions qui contribuent à faciliter la vie de millions de salariés dans le monde. Bien manger, faire garder ses enfants, se divertir : le Groupe permet par exemple à ses bénéficiaires de déjeuner à l'extérieur de l'entreprise ou de faire leurs courses au supermarché. Edenred favorise également

l'augmentation du pouvoir d'achat grâce à des solutions qui améliorent la qualité de vie (culture, sport et bien-être ou encore transports). 2015 a été marquée par l'essor de nouveaux titres-repas sous format carte, de nouveaux services associés ainsi que par le développement des services à la personne, notamment liés à la garde d'enfants.

1\_Edenred propose dans de nombreux pays la carte Ticket Alimentación qui permet aux salariés et à leurs familles de faire leurs courses au supermarché.

2\_Ticket CESU, Childcare Vouchers au Royaume-Uni ou encore Ticket Guardería en Espagne sont utilisés par des parents désireux de faire garder leurs enfants durant leur journée de travail.





## “FULL DIGITAL”

En pleine transformation digitale, Edenred multiplie aux quatre coins du monde des nouveaux programmes et services permis par l'essor du numérique.



1\_Edenred Belgique teste le paiement en ligne pour permettre aux salariés de commander et payer leurs repas avec leur carte Ticket Restaurant®.

2\_Un des tests de paiement mobile de Ticket Restaurant® en France a été réalisé auprès de salariés en partenariat avec MasterCard.

3\_Les cartes Ticket Restaurant® sont accompagnées d'applications pour mobiles permettant notamment aux salariés utilisateurs de consulter leur solde, de géolocaliser les restaurants aux alentours ou de bénéficier d'offres promotionnelles.



## De nouveaux services interactifs au Portugal

L'offre du titre-repas portugais s'est étoffée. Une nouvelle fonctionnalité permet aux restaurateurs de promouvoir leur enseigne, de générer et de diffuser leurs propres promotions géolocalisées.

## Test sur le paiement mobile

Edenred France et MasterCard expérimentent le paiement mobile avec le titre-restaurant. Deux opérations pilotes ont été mises en place depuis 2014, dont l'une avec l'opérateur téléphonique Orange.

Objectif : tester les structures pour être opérationnel quand payer avec son téléphone fera partie des habitudes.

**140 000**

C'est le nombre de salariés français qui bénéficient déjà de la carte Ticket Restaurant®.

Au 31 décembre 2015.



## NUTRISAVINGS : EFFECTUER LES BONS CHOIX ALIMENTAIRES

Améliorer la santé des salariés américains en les incitant à manger plus sainement : c'est l'engagement du programme NutriSavings, qui a franchi la barre du million de salariés inscrits et des 14 000 supermarchés participant au programme en 2015. Prochaine étape : informer plus et mieux les salariés pour que NutriSavings devienne un automatisme!



4\_Conscient de l'importance de la mobilité pour ses utilisateurs, Edenred propose la solution NutriSavings sur tout type d'appareil.

5\_L'utilisateur de NutriSavings scanne son article pour connaître la valeur nutritionnelle et comptabilise ainsi le nombre de points qui vont lui être attribués.



### L'UX by NutriSavings™

NutriSavings est un programme de récompenses que nos entreprises clientes mettent en place pour leurs employés. Leurs paniers de courses se traduisent par des scores nutritionnels permettant d'obtenir des bons d'achat. En 2015, nous avons beaucoup travaillé à simplifier le parcours utilisateur afin d'accroître la création des comptes sur notre plateforme. Nous sommes passés d'un raisonnement basé sur des fonctionnalités à un raisonnement basé sur les comportements. Nous avons passé au crible toutes les étapes du parcours pour identifier les difficultés que les utilisateurs pouvaient rencontrer. L'enregistrement se trouvait

souvent bloqué par la demande d'un identifiant spécifique, que les salariés ne connaissaient pas. Nous avons supprimé cet obstacle en demandant à la place la date de naissance. Cette démarche d'amélioration doit être constante : nous travaillons à rendre notre site toujours plus intuitif et adapté. Prochain enjeu : fidéliser nos utilisateurs en leur proposant un contenu qualitatif et personnalisé. Et, *in fine*, faire d'eux nos meilleurs prescripteurs.



Par **Gérard Bridi**,  
Directeur général  
d'Edenred USA



## S'ENGAGER EN FAVEUR DES SERVICES À LA PERSONNE

Famille, conciliation, entre vie privée et vie professionnelle, dépendance : les défis auxquels les services à la personne offrent une réponse sont en pleine expansion. En cause, l'augmentation de la participation des femmes dans la vie active, le vieillissement de la population, l'enjeu du bien vieillir, le nombre croissant de familles monoparentales ou encore le manque de crèches.

1\_La garde d'enfants est le service à la personne que les parents français préfèrent.

2\_En République tchèque, la plateforme en ligne de Ticket Junior met directement en relation les salariés avec les structures d'accueil préscolaires affiliées.



### Un retour plus rapide à la vie professionnelle

Encadré par la loi sur le crédit d'impôt tchèque, Ticket Junior répond au besoin croissant de garde d'enfants, dans un pays où la durée moyenne du congé parental est de deux ans et demi. Les employeurs ont la possibilité de financer une partie du service tout en bénéficiant d'une exonération de charges sociales. Une plateforme en ligne met directement en relation les salariés avec les structures d'accueil préscolaires affiliées.



#### L'essor des services à la personne en Europe

La Commission européenne a identifié le secteur des services à la personne comme ayant un potentiel conséquent de création d'emplois : 5,5 millions d'ici à 2020! En France, ce secteur est déjà l'un des premiers en la matière avec une croissance de 5% par an, représentant près de 1,2% du PIB national. Un chiffre qui pourrait

doubler d'ici à 2022\*. En jouant un rôle de facilitateur, Edenred soutient activement le déploiement des services à la personne, tout en contribuant à améliorer la qualité de vie des salariés.

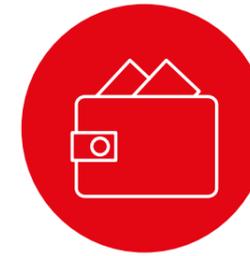


Par **Nathalie Renaudin**,  
Directeur des Relations  
institutionnelles d'Edenred

\* Sources : DARES, Les Echos, DG EMPL de la Commission européenne.

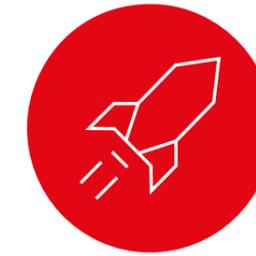
## CE QU'IL FAUT RETENIR

Inventeur de Ticket Restaurant® et leader mondial des avantages aux salariés, Edenred propose des solutions pour les entreprises qui souhaitent faciliter la vie de leurs salariés et améliorer leur pouvoir d'achat.



**79%**

C'est la part que représente la famille Avantages aux salariés dans le volume d'émission\* total du Groupe



**+6,7%**

C'est la croissance organique du volume d'émission\* de cette activité en 2015



**N°1**  
mondial



**50 ans**  
d'expertise

#### Des avantages aux salariés liés à l'alimentation

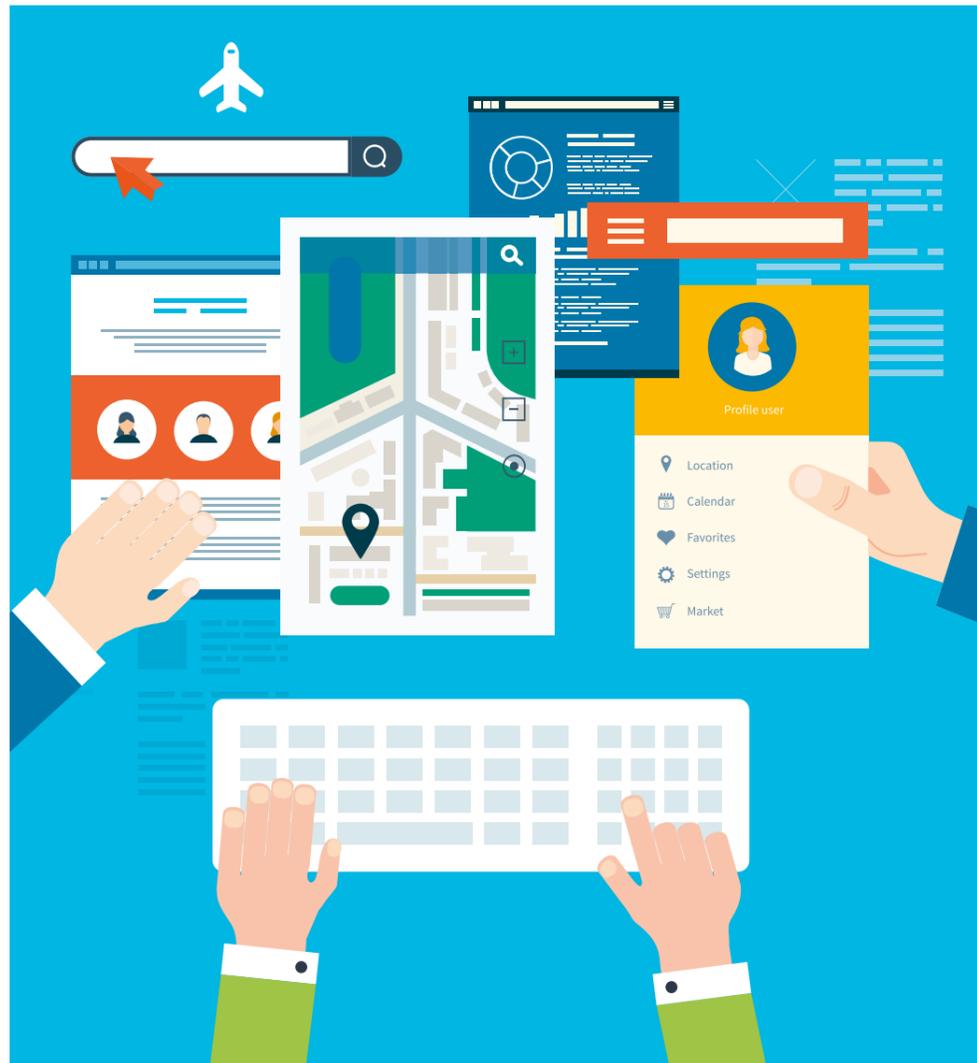
Edenred propose dans 33 pays les solutions Ticket Restaurant® et Ticket Alimentación. Celles-ci permettent principalement aux salariés de déjeuner en dehors de l'entreprise dans l'établissement affilié de leur choix ou d'acheter des produits alimentaires dans le commerce.

#### Des avantages aux salariés liés à la qualité de vie

Edenred propose dans 31 pays des solutions pour satisfaire des besoins essentiels tels que la garde des enfants avec Childcare Vouchers au Royaume-Uni, les services à la personne avec Ticket CESU en France, l'accès à la culture avec Ticket Cultura au Brésil ou encore les transports avec Commuter Check aux États-Unis.

\* VOIR DÉFINITION PAGE 8.

# SIMPLIFIER LE QUOTIDIEN DES ENTREPRISES



La gestion des frais engagés par les collaborateurs représente un enjeu crucial pour les entreprises.

Partenaire et facilitateur, Edenred développe une gamme de services de paiement et de gestion évolutifs, adaptés au profil de chaque société. En 2015, Edenred a confirmé sa position forte sur ce marché grâce à une stratégie d'acquisitions et de partenariats déployée aux côtés d'acteurs internationaux majeurs. Le Groupe fait ainsi de la Gestion des frais professionnels son deuxième moteur de croissance, avec les Avantages aux salariés.



## EDENRED ACCELÈRE ENCORE SUR LE MARCHÉ DES CARTES-ESSENCE

Depuis plus de vingt ans, Edenred propose aux entreprises des solutions pour gérer efficacement et à moindre coût les frais liés à leurs flottes de véhicules. Cartes-essence, solutions pour régler les frais de péage, services de maintenance, ou encore de géolocalisation : le Groupe mise sur ce marché à fort potentiel pour accélérer sa croissance.



### Partenariat avec un poids lourd

En juillet 2015, Edenred Brésil s'est associé à Daimler, l'un des leaders du marché des véhicules lourds du pays, pour lancer une solution commune. Grâce à ce partenariat, les clients brésiliens de Mercedes-Benz disposant de véhicules lourds (450 000 camions en circulation) bénéficient désormais d'une offre unique combinant une carte-carburant utilisable dans plus de 11 000 stations-service et l'accès au réseau d'ateliers de maintenance Mercedes-Benz.



1. Edenred et Daimler ont lancé la carte MercedesServiceCard co-brandée avec Ticket Car sur le marché du transport routier brésilien.

2. Fort de plus de cinquante ans d'expertise, UTA propose à plus de 60 000 clients européens des solutions de gestion des frais liés aux flottes de véhicules lourds.



### UTA porte ses fruits

En 2015, l'entrée au capital d'UTA, co-leader européen des cartes-essence, est guidée par deux objectifs : une accélération du développement en Europe centrale et de l'Est sur le segment des véhicules lourds et le lancement d'offres domestiques sur le segment des véhicules légers. Le nouveau projet commercial en Roumanie et le lancement d'une offre à destination des véhicules légers en France en 2015 ont commencé à concrétiser ces ambitions. [VOIR PAGE 22](#).

Les liens nouveaux avec Daimler, partenaire historique d'UTA, ont aussi porté leurs fruits en lançant un accord d'ampleur au Brésil. Tous ces projets rapprochent le Groupe de son objectif : atteindre un volume d'émission supérieur à 30 % sur le marché de la gestion des frais professionnels à l'horizon 2017.



Par **Marc Divay**,  
Directeur des Études  
stratégiques d'Edenred



1\_Présent dans 42 pays en Europe, UTA propose une carte acceptée dans un réseau de plus de 34 000 stations-service affiliées, une solution pour les frais de péage, et des services à valeur ajoutée.

### Une nouvelle carte-essence en Roumanie

Le marché des flottes de véhicules lourds connaît une forte expansion en Europe de l'Est et centrale. UTA a pu s'appuyer sur l'expérience et l'expertise de l'équipe d'Edenred en Roumanie pour développer une nouvelle activité commerciale à destination des transporteurs roumains avec des outils dédiés (application mobile, extranet client et service client).

### Accéder au réseau UTA en France

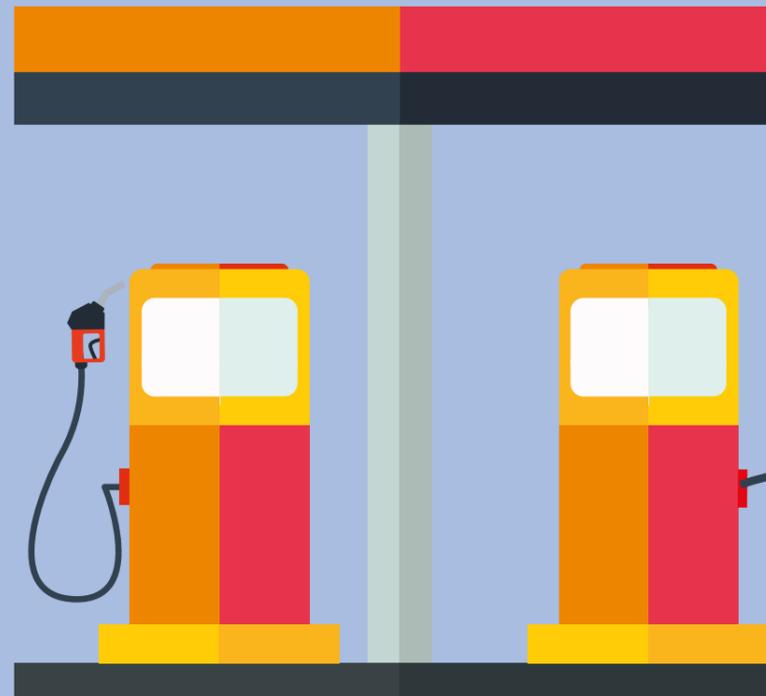
Edenred propose Ticket Fleet Pro en France, une nouvelle solution de carte-essence pour véhicules légers, qui permet aux professionnels d'accéder à plus de 2000 adresses du réseau UTA, comprenant 1000 stations à prix bas. La densité du réseau d'affiliation UTA est une force sur laquelle Edenred capitalise pour développer des offres domestiques pour véhicules légers ou utilitaires.



## 20 ANS D'INNOVATION AU MEXIQUE!

Première carte-essence du Groupe, Ticket Car a fêté ses vingt ans en 2015.

- 1995**
  - Lancement de la carte-essence au Mexique
  - 40 stations-service partenaires
- 1995-2000**
  - 1 000 stations-service partenaires
  - Edenred devient leader au Mexique
- 2006-2012**
  - La solution devient 100% digitale
- 2013**
  - De nouveaux services :
    - ✓ reportings administratifs, opérationnels et financiers
    - ✓ gestion du bilan carbone du véhicule
    - ✓ gestion de la maintenance
    - ✓ géolocalisation
- 2014**
  - Alliance avec American Express pour offrir une solution unique sur le marché
- 2015**
  - 4 500 stations-service
  - 8 500 clients
  - 2 millions de transactions mensuelles
  - 17% de croissance



### Une nouvelle co-entreprise

65% Part d'Edenred dans Embratec

7,6 milliards de reais\* de potentiel de volume d'émission (soit 2 milliards d'euros)

\* Sur la base des chiffres 2014.

### BRÉSIL



## EMBRATEC : UN PARTENARIAT D'ENVERGURE

La route est aujourd'hui le moyen privilégié pour le transport des personnes et des marchandises au Brésil. Avec environ 60 milliards de litres de carburant consommés en 2014 et un faible taux de pénétration (moins de 20%), le secteur brésilien des cartes-carburant BtoB recèle un fort potentiel de croissance. Grâce à un accord signé en janvier 2016, la mise en commun des expertises d'Embratec et d'Edenred offrira de nombreuses opportunités de synergies.



1\_Signature de l'accord le 12 janvier 2016.



x2

Edenred double son activité de cartes-carburant

1 million d'utilisateurs

27 000 clients

23 500

stations-service et ateliers de réparation affiliés



Début 2016, Edenred a annoncé la signature d'un accord avec la société brésilienne Embratec. Cette opération est soumise à l'examen des autorités compétentes et sa finalisation est prévue au cours du premier semestre 2016.



## S'ADAPTER AUX MOBILITÉS

La mobilité des collaborateurs poursuit sa progression, en même temps que celle de leurs dépenses. Les frais de déplacements professionnels ont ainsi représenté en Europe une dépense cumulée de 1,5 milliard d'euros en 2015\*. Les perspectives pour 2016 confirment cette tendance croissante.

\* Source : baromètre American Express Voyages d'Affaires EVP 2015.



1\_L'offre Ticket Empresarial permet à l'entreprise de créditer, personnaliser et contrôler les fonds alloués aux déplacements professionnels de leurs salariés (montant, lieu, catégorie d'hôtels...).

2\_La solution Spendeo by Edenred associe une carte de paiement et un site Web. Elle assure aux entreprises une visibilité et un contrôle efficace sur l'ensemble de la chaîne des dépenses professionnelles.

## Spendeo arrive en Allemagne

Edenred a lancé sa solution de gestion des déplacements professionnels en Allemagne, deuxième plus gros marché européen du secteur. Après l'Italie, la Pologne et la Roumanie, la filiale allemande s'est appuyée sur la plateforme mutualisée du Groupe pour proposer rapidement une offre personnalisée sur son marché.

## Nouveaux partenaires, nouveaux services

Fort d'un démarrage éclair avec une croissance mensuelle à deux chiffres lors de sa première année, Ticket Empresarial s'est allié avec Uber pour offrir à ses clients un paiement par prélèvement et un reporting unique mensuel. Les clients de Ticket Empresarial bénéficient par ailleurs de tarifs préférentiels dans les hôtels Ibis, autre nouveau partenaire de la filiale mexicaine.



Par **Anne Sibillat**,  
Directrice Gestion des frais professionnels d'Edenred

Nos tests d'expérience utilisateur nous permettent d'améliorer notre offre en ce sens.



### Évoluer vers le 100% mobile

L'observation du marché montre que les salariés en déplacement utilisent beaucoup l'application mobile de nos solutions, et principalement la fonctionnalité « notes de frais ». Nous réfléchissons donc à une version allégée du système sur mobile.

# CE QU'IL FAUT RETENIR

Acteur majeur de la gestion des frais professionnels, Edenred propose des solutions pour les entreprises qui souhaitent gérer efficacement et à moindre coût leurs dépenses.



## 16%

C'est la part que représente la famille Gestion des frais professionnels dans le volume d'émission\* total du Groupe



## +21,5%

C'est la croissance organique du volume d'émission\* de cette activité en 2015



## 2<sup>e</sup>

moteur de croissance



## 20 ans

d'expertise

• VOIR DÉFINITION PAGE 8.

### Les frais liés aux flottes de véhicules professionnels

Avec Ticket Car, Edenred permet aux entreprises de réduire leurs frais liés aux flottes de véhicules (carburant et maintenance), de simplifier leur gestion ou encore de disposer de services à valeur ajoutée. Une activité qui ne cesse de croître avec la prise de participation dans UTA en Europe et la création d'une joint-venture avec Embratec au Brésil.

### Les frais de déplacements professionnels

Edenred simplifie la gestion et le contrôle des frais de voyage des collaborateurs (avion, train, hôtel ou encore restaurant) avant, pendant et après leurs déplacements professionnels. Cette offre se développe dans de nombreux pays : en Pologne et en Allemagne notamment avec Spendeo, au Mexique avec Ticket Empresarial, en France avec Ticket Travel Pro, en Italie avec ExpendiaSmart.

### Le paiement inter-entreprises

L'offre d'Edenred couvre également d'autres frais professionnels tels que l'entretien des uniformes et vêtements de protection avec Ticket Clean Way, les dépenses réalisées par les camionneurs indépendants avec Repom ou les cartes-salaires avec C3 Card.

## ENVIE DE (SE) FAIRE PLAISIR



**M**otiver les équipes, mettre au défi les réseaux commerciaux, fidéliser les clients : autant de puissants leviers de performance pour les entreprises. De Taiwan à Paris, Edenred signe son offre Motivation et récompenses avec une personnalisation totale, un large choix d'enseignes et un grand confort d'utilisation. Que ce soit dans la gestion des bases de données ou

l'utilisation des réseaux sociaux, la digitalisation impacte les métiers et ouvre de nouvelles perspectives de développement. Conséquence : de nouveaux programmes et de nouveaux services.

<sup>1</sup> La carte prépayée Ticket Kadéos Préférence est utilisable au centime d'euro près. Elle est acceptée en boutique sur les terminaux de paiement existants des commerçants affiliés ainsi que sur leurs sites d'e-commerce.



## CE QU'IL FAUT RETENIR

Les solutions de Motivation et récompenses permettent de composer une gamme complète de solutions pour les directions Marketing et Ressources humaines.



**4%**

C'est la part que représente la famille Motivation et récompenses dans le volume d'émission\* total du Groupe



**+7,3%**

C'est la croissance organique du volume d'émission\* de cette activité en 2015



Dans le cadre de l'activité Motivation et récompenses, Edenred propose à ses clients des programmes de récompenses (cartes, plateformes et catalogues cadeaux) et des services marketing sur mesure (conseil et campagnes digitales).

VOIR DÉFINITION PAGES.



### Faites vos choix !

- Après son développement rapide en Asie-Pacifique en tant que premier fournisseur de dotations cadeaux, Edenred lance Global Rewards, une structure dédiée à la gestion des programmes de motivation internationaux. Objectif : proposer aux clients un service de cadeaux mondial et adaptable en fonction du pays. Edenred couvre plus de 60 pays.



- Au Royaume-Uni, Edenred a misé sur l'innovation technologique, les cartes-cadeaux 100 % électroniques, pour attirer une toute nouvelle clientèle adepte des achats en ligne. De nouvelles enseignes telles qu'iTunes, Marks & Spencer et Debenhams font aujourd'hui partie du réseau d'acceptation.

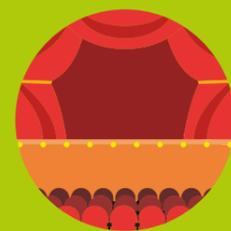


- En Inde, Edenred a inauguré une nouvelle gamme de cartes-cadeaux offrant trois niveaux d'offre, du basique au premium.

# LA VIE EN NUMÉRIQUE

Commencée dès le début des années 2000, la transformation digitale du groupe Edenred entame une nouvelle étape passionnante : créer de nouveaux modèles économiques et déployer de nouveaux services à valeur ajoutée pour l'ensemble de ses publics. Promotions ciblées pour les bénéficiaires, informations statistiques pour accompagner les commerçants affiliés dans la gestion de leur enseigne... Autant d'innovations qui impulsent cette transformation en capitalisant sur l'exploitation des données. Plus largement, ce processus engendre des mutations à tous les niveaux de l'entreprise : nouvelles chaînes de valeur, nouveaux outils, nouveaux métiers, nouvelle culture.

**Millésime 2015.**



## DÉMATÉRIALISATION: SUCCESS-STORY EN BELGIQUE

Seules trois années auront été nécessaires à Edenred Belgique pour faire évoluer sa solution phare Ticket Restaurant® du support papier au support carte. Un temps record et une expérience riche en enseignements.



**Youssef El Hamouchi,**  
Responsable du Business development  
et de l'Innovation d'Edenred Belgique

### QUELS ONT ÉTÉ LES LEVIERS DE CE SUCCÈS?

D'abord, les hommes. Convaincus de l'importance de la digitalisation, ils ont été les premiers acteurs de cette transformation. Notre capacité à développer des outils informatiques à même de sécuriser et de moderniser l'écosystème de Ticket Restaurant® a également été fondamentale. L'expertise de la plateforme d'autorisation du Groupe, PrePay Solutions, nous a fait gagner, sur ce point, un temps considérable (VOIRENCADRÉ). Enfin, une stratégie marketing ambitieuse nous a permis de convaincre et d'accompagner nos publics dans ce changement.



### ET DEMAIN, QUELS DÉFIS?

L'année 2016 portera sur la commercialisation de notre e-solution dédiée à l'achat de produits écologiques et la dématérialisation de nos chèques-cadeaux. Elle donnera aussi naissance au développement d'un écosystème numérique intégrant nos trois solutions (Ticket Restaurant®, Ticket EcoCheque et Ticket Compliments), simple, riche et personnalisé pour nos utilisateurs.

La rapidité et la fluidité de la transformation ont créé un climat de confiance favorable avec nos parties prenantes nous incitant à poursuivre la démarche sur nos autres solutions.

## UN ATOUT CONCURRENTIEL DE TAILLE POUR EDENRED

Détenue conjointement par Edenred et MasterCard, la filiale PrePay Solutions traite d'importants volumes de transactions pour le compte du Groupe et joue un rôle d'éclaireur visant à faire évoluer ses services prépayés. Son expertise en matière de technologies de paiement dématérialisé et

de paiement inter-entreprises a été récompensée à plusieurs reprises en 2015, notamment par PayBefore, magazine spécialisé dans les services prépayés.



## DES SERVICES PENSÉS POUR UNE EXPÉRIENCE FACILITÉE



Née du Web 2.0, l'expérience utilisateur (ou UX) prend en compte les attentes et les besoins des utilisateurs Web et mobiles afin de les aider à concrétiser leurs actions avec le moins de contraintes possible : trouver facilement l'information, obtenir un service rapidement et sans effort au sein d'un environnement agréable et fluide. L'UX est aussi au cœur du développement de nouveaux canaux relationnels entre les entreprises et leurs publics.

Une méthodologie qui fait la part belle à l'écoute, au test et à l'anticipation; des postures au cœur de la culture managériale d'Edenred.

### Optimiser

Concevoir, mettre en œuvre et faire évoluer régulièrement.



### Personnaliser

Répondre à l'infini aux besoins et aux attentes spécifiques de chaque utilisateur.



### Engager

Produire un contenu attractif et utile pour fidéliser dans la durée.

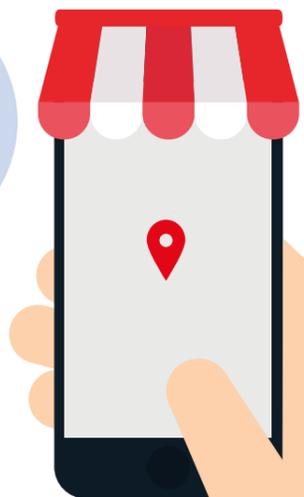
### Tester

Aller sur le terrain, écouter, observer et mesurer la satisfaction.



### Simplifier

Repenser la navigation, l'architecture, l'environnement graphique.





23%

des commerciaux utilisateurs des réseaux sociaux professionnels sont **plus performants** que leurs homologues non connectés\*.

## PROSPECTER EN 2.0 : DE COMMERCIAL À AMBASSADEUR

Le *social selling* est une démarche qui utilise les réseaux sociaux professionnels pour prospecter plus efficacement et mieux fidéliser ses clients. Les commerciaux se trouvent ainsi dotés d'une nouvelle capacité de conseil et d'une expertise répondant aux enjeux métiers de leurs clients.

Edenred France forme depuis janvier 2015 ses commerciaux au *social selling* via l'*Edenred Social Media Academy*, un programme de formation dispensé par une équipe interne experte et articulé en trois temps forts :

- **comprendre** les enjeux et les objectifs de la méthode ;
- **construire** le *personal branding* ;
- **identifier** des prospects et apprendre à **lancer** une conversation personnalisée.

Un accompagnement post-formation est mis en place afin de poursuivre la mise en pratique puis développer l'expertise.



**Jérôme Podevin,**  
Directeur de la Communication  
Edenred France



Bâtir une stratégie de contenu est le point de départ essentiel à une démarche de *social selling* efficace pour tisser des relations profitables et durables. Les clients n'attendent pas tant des informations sur nos solutions que des réponses à leurs enjeux métiers. Or, sans contenu, pas de conversation!



**Chiffres clés  
2015**

**171**  
commerciaux formés.



**80%**  
de profils LinkedIn optimisés.

**42**  
sessions de formation dispensées.



## Faciliter le paiement par carte en République tchèque

Conscient du faible taux d'équipement de ses partenaires restaurateurs en terminaux de paiement, Edenred a imaginé une application mobile leur permettant d'accepter la carte Ticket Restaurant® grâce à la technologie sans contact. L'application est disponible sur smartphone et tablette.



## Accroître le chiffre d'affaires en Suède

Après avoir sondé ses commerçants affiliés, la filiale suédoise a développé pour eux un outil de pilotage avancé. Objectif ? Optimiser leur gestion (facturation, suivi des remboursements) et améliorer leur performance commerciale grâce à une analyse fine des données d'usages du titre-repas. Les restaurateurs sont ainsi en mesure d'adapter leur offre aux spécificités de leur clientèle, tout en adoptant le juste positionnement face à leurs concurrents.

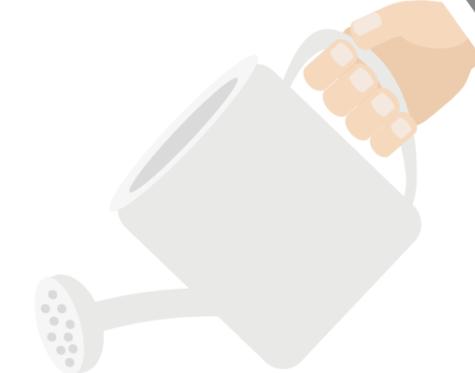


## L'INNOVATION AU SERVICE DES AFFILIÉS

En 2015, le Groupe a associé Recherche & Développement interne et *open innovation* pour proposer des services adaptés aux restaurateurs confrontés à un secteur en mutation. Points communs aux deux démarches : l'écoute des besoins et l'observation des usages.

### Open innovation

L'*open innovation* ouvre l'écosystème de l'entreprise en y associant des ressources et des idées provenant de l'extérieur. Cette stratégie revêt des formes diverses et complémentaires : partenariats commerciaux ou co-développements, et associations ou prises de participation au sein de jeunes pousses évoluant dans des sphères connexes.



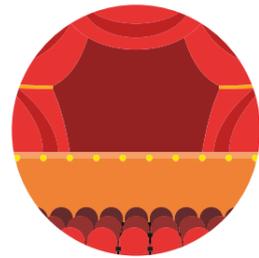
## Accélérer la prise de commande au Brésil

En montant au capital de VocêQpad, une start-up proposant une application mobile dédiée à la commande et au paiement en restaurant, Edenred résout une problématique importante pour ses affiliés : gagner du temps et être plus efficace lors des coups de feu!

## Attirer plus de clients en Europe

Edenred Capital Partners\* a investi dans Zenchef, une start-up qui aide les restaurateurs à améliorer leur visibilité sur Internet pour gagner et fidéliser de nouveaux clients. Le secret ? Une solution digitale clés en main : site Web, outils de réservation et de communication.

\* Initiative du groupe Edenred dans le Corporate Venture Capital.



## LES COULISSES DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE



**Jeanne Renard,**  
Directeur général en charge  
des Ressources humaines  
et de la Responsabilité sociétale

### COMMENT LA DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES ACCOMPAGNE-T-ELLE LA DIGITALISATION?

Les hommes sont au cœur de la transformation vers le digital. Cela implique un programme RH adapté aux segments de population qui passe notamment par la préparation de nos managers. L'objectif est d'amener nos leaders à penser et à manager autrement.

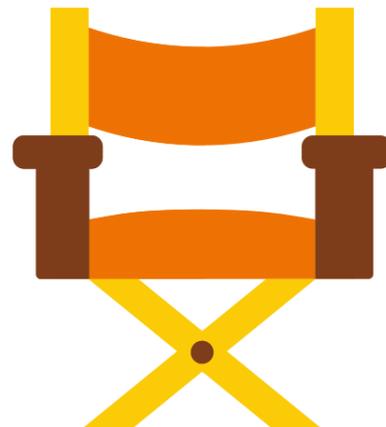
Penser différemment, c'est faciliter l'ouverture vers l'extérieur pour y puiser de nouvelles idées, de nouvelles tendances et de nouvelles façons de travailler. Ainsi, nous avons associé cette année des personnalités du secteur numérique et de start-up aux formations et événements managériaux.

Manager différemment, c'est par exemple s'adapter à la nouvelle génération Z qui n'a pas les mêmes codes, ne répond pas aux mêmes motivations, ne conçoit pas l'entreprise de la même façon que les générations actuelles. Ces nouveaux entrants du marché du travail seront aussi des facteurs d'accélération de la digitalisation en entreprise.

### QUELS SONT LES DÉFIS POUR LES INTÉGRER?

Développer notre marque employeur pour attirer ou retenir ces futurs talents. Détecter mieux et plus vite les compétences et le potentiel, pour nourrir leur aspiration au plaisir dans le travail. Pour aller plus loin, c'est aussi construire une expérience collaborateur sur le modèle de l'UX (VOIR PAGE 31), pour comprendre les attentes et personnaliser les réponses managériales à apporter : varier les tâches, incorporer de nouveaux objectifs.

Le rôle du manager, par conséquent, va beaucoup évoluer. Ces futurs actifs demandent confiance, souplesse d'organisation, droit à la prise de risque et à l'erreur : le manager de demain sera plutôt un coach.



### La vidéo-CV au Mexique

Le processus de recrutement se met au diapason des tendances Web. Au lieu d'un simple CV, les candidats se présentent sur vidéo. Une chance pour eux de mieux se démarquer et la possibilité pour les personnes impliquées dans le recrutement d'opérer une sélection plus précise avant l'entretien physique.



### E-recognition au Royaume-Uni

Des prix sont décernés par les collaborateurs eux-mêmes, qui votent pour leurs pairs parmi sept catégories représentant les valeurs de la filiale. Tous les collaborateurs sont éligibles! Un système de reconnaissance en cohérence avec la progression d'une culture collaborative et déhiérarchisée.

1\_Sélectionner des candidats via vidéo représente un gain de temps significatif pour les personnes impliquées dans le recrutement.

2\_Les collaborateurs d'Edenred Royaume-Uni récompensés ont reçu une carte cadeau Compliments.

## CHEZ EDENRED, 8 ATOUTS POUR ATTIRER LES MEILLEURS

- Un cœur de métier qui a du sens
- Une démarche managériale qui prône l'employabilité
- Un univers innovant et en pleine transformation
- Un environnement multilocal et international
- Un accès rapide à des responsabilités
- Un esprit entrepreneurial à tous les étages
- Une dynamique de PME-PMI dans 42 pays
- Un programme global de développement du bien-être en entreprise.

### LES MOTS-CLÉS DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE



✓ acculturer  
former ✓

✓ dynamiser  
repenser ✓



libérer

✓



✓

responsabiliser

# S'ENGAGER POUR UNE VIE MEILLEURE

Edenred occupe un rôle privilégié pour comprendre les enjeux du *bien-être au travail* et met en œuvre une politique active en la matière auprès de ses collaborateurs. Fort d'équipes engagées, le Groupe se mobilise par ailleurs en faveur de *l'alimentation saine*.



# DEVENIR RÉFÉRENT DU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL



## APPRÉHENDER LES TENDANCES SOCIÉTALES

En tant que référent sur le marché des avantages aux salariés, Edenred suit de près la question du bien-être au travail. Le Groupe appréhende et analyse les tendances sociétales au moyen d'un baromètre annuel, co-conduit avec l'institut de sondages Ipsos, et met en pratique au quotidien une politique RH dynamique visant à créer les conditions de ce bien-être. Avec une conviction : les collaborateurs du Groupe en constituent sa force essentielle.



### Les salariés seniors sont-ils heureux ?

On constate tout d'abord que les seniors s'estiment plus heureux que les tranches d'âge précédentes (proximité de leur fin de carrière, moins de contraintes en termes d'équilibre vie privée/vie professionnelle...). Il existe par ailleurs une disparité importante entre les pays du Nord, figurant quasi systématiquement parmi les mieux classés, et les pays du Sud, affichant des résultats plus mitigés. Celle-ci est liée à

des aspects culturels : les salariés du sud de l'Europe ont un rapport au travail plus affectif et expriment donc des attentes plus fortes d'accomplissement de soi ; elle dépend aussi des politiques sociales, particulièrement volontaristes dans les pays du Nord.



Selon **Julia Pironon**,  
Directeur Leadership  
& Engagement Advisory practise Ipsos



## Le baromètre Edenred - Ipsos fête ses 10 ans !

En 2015, Edenred et l'institut Ipsos ont évalué les perceptions et les attentes professionnelles des salariés européens – plus de 85 000 depuis 2004. Avec pour objectif d'établir un diagnostic précis de leur opinion sur leurs conditions de travail autour de cinq indicateurs clés : confiance en l'avenir de leur entreprise, préoccupations professionnelles, bien-être, évolution de leur motivation et fidélité à leur entreprise. Initialement européen, le périmètre de ce baromètre sera étendu en 2016 aux continents américain et asiatique.

## Quatre typologies de salariés face à la transformation numérique

En 2015, le baromètre s'est intéressé en particulier à l'impact des technologies numériques sur le bien-être des salariés. Constat : si une large majorité de ceux-ci s'accorde à dire que la révolution digitale est en marche dans leur entreprise, elle ne revêt toutefois pas la même réalité pour tous. Les résultats de l'enquête ont ainsi permis d'identifier quatre profils de salariés.



- 1\_ Les Connectés**, mieux équipés que la moyenne, considèrent que leur entreprise est en pointe.
- 2\_ Les Impatients** observent un décalage entre attentes et réalités professionnelles.
- 3\_ Les Passifs** ont une vision majoritairement neutre de l'influence des outils digitaux.
- 4\_ Les Isolés** n'ont pas de présence digitale dans leur vie professionnelle.

## Chez Edenred, il fait bon travailler

Depuis plusieurs années, une démarche d'évaluation a été engagée au sein du Groupe, afin de guider les politiques d'amélioration du bien-être des collaborateurs. Un projet de long terme fondé sur des certifications par des prestataires externes (Great Place to Work, Investor in People...) et entrepris localement pour une adaptation à la culture et aux enjeux des différentes filiales.



**87 %**  
des collaborateurs  
travaillent dans  
un environnement  
engagé dans  
une démarche  
**Best place to work**

1\_ En 2015, l'institut GPTW a classé la zone Amérique latine du Groupe à la 11<sup>e</sup> place dans la catégorie des multinationales où il fait bon travailler.

2\_ Après avoir atteint la troisième place du classement GPTW en 2014, l'Uruguay s'est hissé à la deuxième place du classement national cette année.



# SENSIBILISER À L'ALIMENTATION SAINE

Cuisiner une même recette équilibrée, le même jour, dans 42 pays. Tel est le défi qu'Edenred s'est fixé, le 16 octobre 2015, pour mobiliser ses salariés sur la thématique de l'alimentation saine, dans un esprit ludique et interactif. Des clients, des restaurateurs et des actionnaires ont également participé à ce cours de cuisine saine.

## Tour du monde.



 **France**  
Paris, en direct de l'Atelier des Chefs, partenaire de l'opération. La chef Cathleen Clarity accueille les participants connectés aux quatre coins du monde.



 **Colombie**  
Les cuisiniers sont en ordre de marche.

 **Portugal**  
Place à l'art.



IDEAL MEAL DAY

## Une recette équilibrée, facile et rapide



*Blanc de volaille à la coriandre,  
nid de pâtes et riviéra de  
légumes croquants*

Une recette équilibrée est un alliage :

- ✓ d'aliments bons pour la santé : protéines, féculents et fibres;
- ✓ de techniques de préparation saines : cuisson au bouillon, sans matière grasse;
- ✓ de richesse de goût : herbes et autres condiments.

Retrouvez la recette et la vidéo du cours de cuisine dans la rubrique « Responsabilité sociétale » du site [www.edenred.com](http://www.edenred.com).



 **Singapour**  
Dressage terminé.

 **Chili**  
À table!



Près de  
**1500**  
salariés cuisiniers



## PROMOUVOIR UNE ALIMENTATION SAINE

Edenred a basé sa politique de Responsabilité sociétale autour de trois axes : l'alimentation saine avec Ideal meal, l'environnement avec Ideal green et la solidarité avec Ideal care. Dans le cadre d'Ideal meal, Edenred mène ainsi depuis dix ans des actions pour promouvoir l'alimentation saine.



1\_ Une réunion annuelle rassemble tous les partenaires et les filiales d'Edenred impliqués dans le programme FOOD.

2\_ Séance de coaching alimentaire pour les clients d'Edenred Chili.



## Expo Milan 2015 : des solutions au gaspillage alimentaire

L'Exposition universelle de Milan, qui avait pour thème « Nourrir la planète, énergie pour la vie », a donné un écho fort à l'engagement d'Edenred Italie dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. La filiale a ainsi organisé une table ronde sur cette thématique, réunissant ministres, délégués de l'Exposition et associations italiennes.

Objectif : collecter 2 milliards d'euros de surplus alimentaire par an. Parmi les pistes étudiées, la simplification du procédé de dons aux organismes caritatifs.



## Du coaching pour les salariés chiliens et portugais

Au Chili, et plus récemment au Portugal, Edenred propose à ses clients une offre de coaching nutritionnel en complément des solutions de titres-repas. Ces programmes menés par des diététiciens proposent des conseils, des conférences et un suivi personnalisé dans la durée. Un service dédié aux entreprises qui souhaitent renforcer le bien-être de leurs salariés.

## Le programme FOOD est reconduit pour trois ans

Lancé en 2008, le programme européen FOOD vise à promouvoir l'alimentation équilibrée pendant la journée de travail. Coordonné par Edenred, il rassemble 24 partenaires publics et privés européens spécialistes des enjeux de santé publique et de nutrition. Des actions de sensibilisation

sont développées auprès des restaurateurs afin d'améliorer la qualité nutritionnelle de leur offre et auprès des salariés afin de les accompagner dans leurs choix quotidiens. Neuf filiales du Groupe participent au programme, s'appuyant sur leurs réseaux privilégiés de restaurants et d'entreprises. En 2015, pour la seconde fois, les partenaires ont choisi de reconduire le programme pour une durée de trois ans.

## CE QU'IL FAUT RETENIR

UN GROUPE  
MULTICULTUREL,  
DES PROFILS VARIÉS



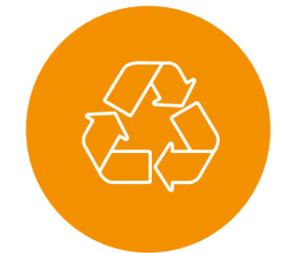
**45**  
nationalités

IDEAL, LA DÉMARCHE D'EDENRED EN MATIÈRE  
DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



**4,7**  
millions de  
bénéficiaires

sensibilisés à l'alimentation  
saine dans le monde



**-22 %**  
de papier  
consommé

dans les bureaux et pour  
la production de titres



**52 %**  
des collaborateurs  
ont moins de 35 ans



**180**  
associations  
soutenues

Ideal agit comme un levier de croissance, de performance et de mobilisation des équipes. Indissociable de la stratégie d'entreprise, la démarche se décline en trois axes.

- **Ideal meal** pour promouvoir une alimentation saine auprès du plus grand nombre.
- **Ideal green** pour limiter l'impact des activités du Groupe sur l'environnement.
- **Ideal care** pour tisser des liens de solidarité avec les communautés locales.



## PUBLICATIONS



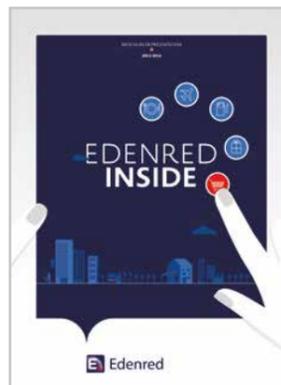
Rapport d'activité 2015  
en ligne



Suivez l'actualité du Groupe sur Twitter :  
[@edenred](https://twitter.com/edenred)



Retrouvez toutes les publications  
sur [www.edenred.com](http://www.edenred.com)



Brochure de présentation  
du Groupe



Document de référence  
2015



## CONTACTS

### Siège social

Immeuble Columbus  
166-180, boulevard Gabriel-Péri  
92245 Malakoff Cedex – France  
Tél. : +33 (0)1 74 31 75 00

EDENRED SA,  
société anonyme au capital  
de 457 729 042 euros, immatriculée  
au Registre du commerce  
et des sociétés sous  
le n° RCS Nanterre 493 322 978.

### Relations presse :

[presse@edenred.com](mailto:presse@edenred.com)

### Relations actionnaires individuels :

[relations.actionnaires@edenred.com](mailto:relations.actionnaires@edenred.com)

### Relations analystes financiers et investisseurs :

[investor.relations@edenred.com](mailto:investor.relations@edenred.com)

### Relations candidats :

[recruitments.contact@edenred.com](mailto:recruitments.contact@edenred.com)

### Publié en mai 2016

**Nous remercions les salariés bénéficiaires,  
partenaires et collaborateurs d'Edenred qui ont  
participé à la réalisation de ce rapport d'activité.**

### Édité par la Direction de la communication

Anne-Sophie Sibout, Directrice de la communication  
Virginie Poulin, Chef de projet éditorial

**Rédaction :** Edwige Pelletier/Something Different

**Réalisation :** IIVAS WORLDWIDE PARIS

**Crédits photo :** Jamie Cullen (illustration de couverture),  
Noun Project (pictos), iStock, Christophe Lebedinsky, Jens  
Braune del Angel, Fabien Bernardi / Litchi Agency, PROMO  
PLANET s.r.o, 3day studio, Claudio Sforza, Gilles Rolle /  
REA, Solène Perrot, images filiales Edenred, DR.

Ticket Restaurant® ainsi que les autres dénominations  
des programmes et services proposés par Edenred  
sont des marques déposées dont le groupe  
Edenred est propriétaire.

