



# Le lien essentiel

## EDENRED ..... 01

### UN NOUVEAU MONDE DE SERVICES

CRÉONS LE LIEN ESSENTIEL	02
AMBITION PARTAGÉE	04
VISION STRATÉGIQUE	06
PHILOSOPHIE MANAGÉRIALE	08

## EDENRED ..... 10

### ET VOUS

UN ÉCOSYSTÈME GAGNANT	12
FACILITER LA VIE DES SALARIÉS	14
OPTIMISER LA GESTION DES FRAIS PROFESSIONNELS	24
STIMULER ET RECONNAÎTRE LA PERFORMANCE	30
ACCOMPAGNER LA GESTION DES PROGRAMMES SOCIAUX	36

## NOUS ..... 42

### EDENRED

LES ENGAGEMENTS ENVERS :

LES COLLABORATEURS	44
LES ACTIONNAIRES	48
LA CITÉ	52
EDENRED DANS LE MONDE	56

 Symbole d'un système créé au bénéfice de tous, la boule rouge signe l'ensemble des solutions proposées par Edenred.

À l'occasion de la révélation de la nouvelle marque du groupe «Edenred», la boule rouge a fait le tour du monde.

Chiffres clés  
2010

**530 000**

entreprises et collectivités clientes

Présent dans

**40 pays**

# EDENRED

## LE LIEN ESSENTIEL DANS UN NOUVEAU MONDE DE SERVICES

L'année 2010 restera celle de la création d'Edenred, jeune entreprise riche de 50 ans d'expérience et d'innovation, inventeur de Ticket Restaurant®. En s'attachant à faciliter la vie des salariés et améliorer l'efficacité des organisations, Edenred est au cœur d'une relation qui bénéficie à tous, présente dans le quotidien, stimulant les échanges et construisant un lien de confiance durable avec ses parties prenantes. Dans 40 pays, Edenred contribue à créer ce lien essentiel entre plus de 500 000 entreprises et collectivités qui souhaitent apporter du mieux-être à 35 millions de bénéficiaires par l'intermédiaire de plus d'un million de commerçants et prestataires de services affiliés. Grâce à son leadership mondial conquis au fil des années dans les services prépayés aux entreprises, Edenred garantit solidité et capacité d'innovation à toutes ses parties prenantes. Autour de son projet d'entreprise, Edenred incarne des idées et l'aventure d'hommes partis dès 2010 à la conquête de 2012 et qui se préparent déjà à inventer 2016.

**1,2 million**  
de prestataires affiliés

**34,5 millions**  
de bénéficiaires

**6 000 collaborateurs**

# CRÉONS LE LIEN ESSENTIEL

Edenred n'existait pas il y a un an. Pourtant, beaucoup d'entre vous sont déjà familiers de ses produits, à commencer par Ticket Restaurant® que des millions de personnes utilisent chaque jour dans le monde.

L'année 2010 consacre la naissance de ce nouveau groupe international à fort ancrage local, constitué de 6 000 collaborateurs portés par le même esprit entrepreneurial, d'innovation, de performance, de simplicité et de partage.

Leader mondial des services prépayés aux entreprises à travers notre offre d'avantages aux salariés, nous avons l'ambition de renforcer notre leadership en étendant nos offres aux marchés de la motivation, de la gestion des frais professionnels, ainsi que de la gestion des programmes sociaux publics.

Edenred est la seule société cotée en bourse totalement centrée sur cette activité.

Comme pour toute entreprise en construction, l'année 2010 a été avant tout celle de la réflexion, pour définir ou redéfinir notre mission, nos ambitions et notre stratégie.

## NOTRE STRATÉGIE EST BÂTIE EN TROIS TEMPS QUI FIXENT LE CAP

**Réussir 2010** pour se donner les moyens de l'autonomie.

**Conquérir 2012** pour cultiver les « territoires connus » en systématisant le déploiement de nos savoir-faire, tout en dématérialisant nos solutions.

**Inventer 2016** pour créer de « nouveaux espaces » et ainsi renforcer le potentiel de croissance à long terme du groupe.

**Ces objectifs** s'appuient sur une philosophie managériale tournée vers l'intérêt de toutes nos parties prenantes. Elle donne du corps aux actions d'une jeune société qui regarde l'avenir avec confiance, à l'écoute des grandes tendances sociétales du monde d'aujourd'hui et capable d'y répondre.

“

EDENRED, C'EST L'ENVIE  
D'ALLER PLUS LOIN  
AUTOUR D'UNE IDÉE SIMPLE :  
« ACCOMPLIR CHAQUE  
JOUR DES CHOSES SIMPLES  
EXCEPTIONNELLEMENT  
BIEN » ET SERVIR  
TOUJOURS MIEUX NOS  
CLIENTS, NOS AFFILIÉS  
ET NOS BÉNÉFICIAIRES. ”

**JACQUES STERN,**  
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



## L'HÉRITAGE D'UN PRÉCURSEUR SOCIAL

Edenred a pris le relais de 50 ans d'histoire. Depuis l'invention de Ticket Restaurant®, avec déjà une vision sociale totalement inédite, les salariés des entreprises ont pu accéder à des repas respectant les règles d'hygiène. Le groupe n'a eu de cesse, durant toutes ces années, de décliner de nouvelles solutions toutes tournées vers le bien-être des salariés et l'efficacité des organisations. Fidèle à son esprit pionnier, Edenred veut poursuivre sur cette voie avec toujours plus d'innovations et explorer de nouveaux territoires.

### LES ANNÉES 60

Ticket Restaurant®, lancé en France en 1962, devient un véritable avantage social officialisé par une ordonnance en 1967.

### LES ANNÉES 70-80

La formule est exportée à l'étranger. En 1982, conquête de nouveaux pays dont le Brésil, le Mexique, l'Italie, la Belgique, l'Allemagne, l'Espagne... 1983 marque la naissance du groupe Accor, puis de la branche Accor Corporate Services.

### LES ANNÉES 90

La *success story* continue au Venezuela, en Europe de l'Est... Le business modèle de Ticket Restaurant® se décline sur le terrain de l'alimentation, du cadeau, de la motivation et de la récompense.

### LES ANNÉES 2000

Conquête de l'Asie : premiers pas en Chine et en Inde. Développement des programmes de motivation et récompense, des programmes de gestion des frais professionnels.

### 2010

Séparation entre les activités Hôtellerie et Services Prépayés du groupe Accor. Edenred voit le jour et prend son autonomie.

## LA NOUVELLE ÉQUIPE DIRIGEANTE

**Le Comité exécutif d'Edenred**  
(de gauche à droite)

**Philippe Maurette**  
Ressources humaines

**Bernard Rongvaux**  
Europe du Nord, Moyen-Orient et Afrique

**Éliane Rouyer-Chevalier**  
Communication Corporate,  
Financière et Responsabilité sociale

# UN POSITIONNEMENT UNIQUE

Autour de sa mission, Edenred définit son métier et son savoir-faire uniques. Edenred est au cœur d'une relation qui bénéficie à tous, stimule les échanges et construit un lien de confiance durable.

## LES ENGAGEMENTS

### Une ambition

Être le partenaire citoyen des parties prenantes : clients, bénéficiaires, affiliés, collaborateurs actionnaires, pouvoirs publics.

### Une exigence

Écouter, comprendre, anticiper et satisfaire les besoins des parties prenantes.

### Une promesse

Accomplir chaque jour des choses simples exceptionnellement bien, avec une volonté permanente d'écoute et d'innovation pour répondre aux besoins de tous.

## LA MISSION D'EDENRED

**Imaginer, développer des solutions facilitant la vie des salariés, améliorer l'efficacité des organisations.**

Edenred aide les entreprises à proposer des solutions simples, accessibles au plus grand nombre, qui apportent un plus grand confort de vie et une meilleure efficacité des organisations. C'est dans un esprit de progrès commun qu'Edenred accompagne les populations des pays où il est implanté, en répondant aux besoins de première nécessité ou plus sophistiqués, selon le développement démographique, économique et social et les aspirations des consommateurs, notamment des classes moyennes. Chaque jour, près de 35 millions de personnes dans le monde bénéficient de solutions dans le domaine de l'alimentation, du transport, de la santé, de la formation, de l'aide à la personne... Des services qui aident les entreprises qui les emploient à améliorer durablement leur efficacité.

## LE MÉTIER D'EDENRED

**Concevoir et apporter des services aux clients, entreprises ou collectivités, en leur permettant d'offrir à des bénéficiaires un pouvoir d'achat affecté.**

Les bénéficiaires peuvent ainsi utiliser ce pouvoir d'achat pour accéder à des biens ou des services décidés par l'entreprise ou la collectivité, auprès d'un réseau de commerçants et de prestataires de services affiliés sélectionnés.

## LE SAVOIR-FAIRE D'EDENRED

**Garantir que les fonds attribués par les clients seront efficacement affectés à l'usage spécifique qu'ils ont souhaité.**

La traçabilité des fonds assure l'efficacité de la diffusion des politiques sociales des collectivités et des gouvernements.

**Philippe Dufour**  
Stratégie et Développement

**Laurent Pellet**  
Europe du Sud et Afrique du Sud

**Jacques Stern**  
Président-directeur général

**Loïc Jenouvrier**  
Finances, Systèmes d'Information  
et Juridique

**Graziella Gavezotti**  
Italie

**Jean Louis Claveau**  
Amérique latine hispanique et du Nord

**Laurent Delmas**  
France

**Arnaud Erulin**  
Europe centrale et Scandinavie

**Oswaldo Melantonio Filho**  
Brésil



## EDENRED EN ACTION...

**Une nouvelle équipe dirigeante a été constituée :** elle puise sa force dans l'équilibre entre les représentants opérationnels des pays (7 pays ou zones) et les représentants des fonctions transversales (4 fonctions), avec une philosophie de management simple: «primauté à la responsabilité locale».

**Un projet d'entreprise EDEN (Entreprendre Différemment Ensemble) a été lancé :** sa force est de fédérer les 6 000 collaborateurs du groupe autour des cinq chantiers de la «transformation», pour mettre en œuvre la stratégie du groupe.

**Une offre commerciale redéfinie :** sa force réside dans une grande lisibilité et simplicité.

Trois types de solutions aux entreprises pour faciliter la vie des salariés et renforcer l'efficacité des organisations et une offre proposée aux organisations publiques pour assurer la gestion de leurs programmes sociaux.

### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Nommé par l'Assemblée Générale des actionnaires du 29 juin 2010. Il reflète la présence géographique d'Edenred et intègre des connaissances reconnues en matière de technologie du numérique et de ressources humaines :

**Jean-Paul Bailly\***,  
Président du groupe La Poste

**Sébastien Bazin**,  
Directeur général exécutif  
de Colony Capital Europe

**Anne Bouverot\***,  
Directrice de la ligne d'activité  
services mobiles et terminaux  
de France Telecom

**Philippe Citerne\***,  
Ancien directeur général délégué  
de la Société Générale

**Gabriele Galateri di Genola\***,  
Président du conseil  
d'administration de Generali Italia

**Françoise Gri\***,  
Présidente de Manpower France

**Roberto Lima\***,  
Président-directeur général  
de Vivo S.A. et de Vivo  
Participações S.A. (Brésil)

**Bertrand Meheut\***,  
Président du directoire  
du groupe Canal +

**Virginie Morgon**,  
Membre du directoire d'Eurazeo

**Nadra Moussalem**,  
Managing Director de Colony  
Capital

**Patrick Sayer**,  
Président du directoire d'Eurazeo

**Jacques Stern**,  
Président-directeur général  
d'Edenred

\* Administrateurs indépendants

# UNE STRATÉGIE DE CROISSANCE À LONG TERME

La stratégie d'Edenred s'inscrit dans la durée. Trois phases vont rythmer les progrès de l'entreprise : réussir 2010, conquérir 2012 et se préparer à inventer 2016. Ou comment préparer la conquête de nouveaux territoires en travaillant sur les terrains d'aujourd'hui et accélérer le passage au numérique.



## UNE STRATÉGIE EN TROIS PHASES

visant à renforcer la position de leader mondial d'Edenred dans les services prépayés aux entreprises.

### NOS LEVIERS DE CROISSANCE

Edenred a identifié quatre leviers de croissance organique, pour mener à bien son objectif de progression du volume d'émission compris entre 6% et 14% par an :

- 1 **augmenter les taux de pénétration sur ses marchés existants :** de 2% à 5%,
- 2 **créer de nouveaux produits et déployer les produits existants :** de 2% à 4%,
- 3 **étendre la couverture géographique :** de 1% à 2%,
- 4 **augmenter la valeur faciale des programmes :** de 1% à 3%.

Par ailleurs, Edenred pourra être amené à réaliser des acquisitions ciblées lui permettant de renforcer ses parts de marché.

### AVANT TOUT, RÉUSSIR 2010

Gage d'indépendance, la réussite de cette première année de fondation était cruciale pour construire le futur. Une année marquée par la mise en place de la gouvernance et d'une équipe dirigeante garante de l'installation d'une dynamique autour d'un esprit managérial nouveau, la cotation en bourse et le lancement d'une nouvelle marque. Un groupe mis sur les rails avec l'expression de son cœur de métier, une offre commerciale restructurée autour de 4 solutions et la définition d'objectifs financiers spécifiques alignés sur les engagements à l'égard des actionnaires et la mesure de performance des managers.

### POUR CONQUÉRIR 2012

**La conquête de 2012 repose sur deux principes fondateurs :**

**« Vouloir faire encore mieux ce qui est déjà bien fait. »** Ainsi, seront actionnés les leviers de croissance des territoires connus, desquels il est possible de tirer un meilleur parti par la systéma-

**FACILITER**  
la vie  
des salariés

**OPTIMISER**  
la gestion  
des frais professionnels

**STIMULER**  
et reconnaître  
la performance

**ACCOMPAGNER**  
la gestion des programmes  
sociaux publics



La boule  
rouge  
à Budapest.

tisation des succès : développement de nouveaux produits et services, implantations dans de nouveaux pays, conquête de nouveaux clients, augmentation de la valeur faciale des programmes.

**«Dématiser les solutions au profit de tous.»** La migration vers des supports numériques (cartes, mobiles, Internet...) permet de répondre aux attentes de simplicité et d'innovation des clients, des utilisateurs, des affiliés. L'objectif est de dématérialiser en 2012 la moitié du volume d'émission.

### ET INVENTER 2016

C'est à partir d'une meilleure connaissance de la relation avec les parties prenantes, possible grâce au numérique, que le groupe pourra inventer 2016, c'est-à-dire inventer de nouveaux territoires de croissance, en apportant toujours plus de services différenciés aux clients, affiliés et bénéficiaires. En un mot, passer d'une posture où l'on répond à l'évolution de la demande des parties prenantes en adaptant l'offre de produits et services, à une stratégie où l'on anticipe les besoins de chacun.

## DÉMATÉRIALISATION

Sous ce terme, on entend le passage du titre papier à la technologie numérique. Ce virage technologique apportera des avantages à toutes les parties prenantes : processus optimisés et simplifiés pour clients et affiliés, rapidité d'usage pour les bénéficiaires et enfin meilleure garantie aux pouvoirs publics du contrôle et de la traçabilité des fonds dédiés. La dématérialisation est un moyen qui rapproche Edenred de ses parties prenantes par une meilleure connaissance de leurs attentes et donc une meilleure anticipation des réponses apportées.

## L'INNOVATION, PILIER DE LA STRATÉGIE

La stratégie de croissance du volume d'émission d'Edenred repose sur sa politique d'innovation. Dès 2011, de nouveaux programmes lancés au cours de l'année 2010 bénéficieront au groupe, notamment les premières cartes de gestion des frais professionnels déployées en Espagne et en Italie, ou les cartes-cadeaux innovantes émises au Royaume-Uni (cartes Compliments® Green) et en Inde (Ticket Compliment® Holiday). Au Mexique, Ticket Restaurant® a été lancé dès le début de 2011 à la suite de la mise en place du Plan d'Alimentation des Travailleurs, qui témoigne de l'engagement du gouvernement en faveur de l'accès à l'alimentation du plus grand nombre. Autre exemple : en Inde, Edenred aide la province du Madhya Pradesh à gérer efficacement l'aide publique alimentaire auprès des plus démunis.

# AVANT TOUT, LES HOMMES

La première richesse d'Edenred : ses 6 000 collaborateurs qui s'engagent. Edenred puise ses ressources dans un groupe fort d'une histoire de 50 ans, exemplaire par la pérennité de sa croissance, fruit de l'innovation et de la détermination de ses équipes. Aujourd'hui, une étape nouvelle de l'aventure s'ouvre autour d'un nouveau nom incarné par Edenred.

## **DEVENIR LE PARTENAIRE PRÉFÉRÉ**

Savoir écouter pour pouvoir ensuite anticiper les besoins des parties prenantes et y répondre : les affiliés, les bénéficiaires, les clients, les pouvoirs publics, mais aussi les collaborateurs, les actionnaires ou bien encore la cité au sens large.

Se comporter dans chacun des gestes quotidiens de façon professionnelle et empathique, être l'entreprise citée en modèle pour venir y travailler, pour être son client, son fournisseur ou son partenaire... C'est cela la philosophie managériale d'Edenred.

## **CONSTRUIRE UNE MARQUE DONT LES COLLABORATEURS SONT FIERS**

Edenred souhaite être une entreprise présente mais non envahissante, chaleureuse et sympathique dans la simplicité et qui inspire confiance. Une entreprise ne possède une âme que par l'engagement des individus qui la composent, responsables et volontaires, dans une vision positive et utile de leurs actes, fiers de leurs performances économiques et confiants dans l'avenir.

Ensemble, les 6 000 collaborateurs construisent la marque Edenred dont chacun est dépositaire et qui est leur bien commun, pour lui donner du sens ; une marque qui rassemble et qui fait la différence dans l'esprit de tous.

## LE COMITÉ DE MANAGEMENT

Les membres de l'équipe managériale partagent cette envie commune de créer une histoire. 25 femmes, 75 hommes et 25 nationalités inventent chaque jour Edenred.



### UN PROJET D'ENTREPRISE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE

Entreprendre Différemment ENsemble, c'est avant tout une histoire à faire vivre au quotidien. Innovation, savoir-faire de développement, passage au numérique, talents et technologie : 5 chantiers coanimés par des opérationnels et des fonctionnels, afin qu'Edenred puisse accélérer sa transformation et aller plus vite dans le déploiement de sa stratégie. Les valeurs qui animent les 6 000 collaborateurs, fondées sur l'esprit entrepreneurial, l'innovation, la performance, la simplicité et le partage, sont tournées vers l'intérêt mutuel et la responsabilité.

### CINQ VALEURS POUR SOUTENIR LA STRATÉGIE

- ESPRIT ENTREPRENEURIAL
- INNOVATION
- PERFORMANCE
- SIMPLICITÉ
- PARTAGE



Lancement de la marque  
Edenred en Allemagne.  
Visionnez le film.

*Explications d'utilisation  
en page 57.*



# EDENRED ET VOUS

Edenred est une marque humaine, tournée vers le progrès avant tout. Elle entretient avec ses parties prenantes une relation de confiance fondée sur l'intérêt mutuel et la responsabilité. Ainsi, Edenred invente chaque jour de nouveaux avantages, un nouveau partage. Son objectif : faire mieux ce qui est déjà bien fait pour continuer à inventer des solutions simples et conviviales. Au cœur de cette dynamique vertueuse : le bénéfice pour tous.

**UNE MISSION**

Imaginer et développer des solutions facilitant la vie des salariés et améliorant l'efficacité des organisations.

**UN SAVOIR-FAIRE**

Garantir que les fonds attribués par les clients seront affectés à l'usage spécifique qu'ils en ont décidé.

# UN ÉCOSYSTÈME GAGNANT

Edenred s'attache à écouter ses parties prenantes pour pouvoir anticiper leurs besoins et y répondre. Entreprise citoyenne engagée auprès de ses clients, bénéficiaires et prestataires affiliés, Edenred adapte son offre de solutions aux évolutions économiques et sociales des sociétés modernes.

## UN MÉTIER

Concevoir et apporter des solutions aux clients qui leur permettent de donner à leurs bénéficiaires un pouvoir d'achat affecté. Ceux-ci l'utilisent pour accéder à des biens ou des services prédéterminés par l'entreprise dans un réseau de commerçants et prestataires de services affiliés sélectionnés.

Dans les marchés développés comme dans les pays émergents, Edenred répond aux besoins des entreprises soucieuses de vouloir faciliter la vie de leurs salariés confrontés aux questions d'alimentation équilibrée, de transport urbain, de garde d'enfants ou d'aide à la personne, ou souhaitant améliorer l'efficacité de leurs organisations dans les domaines de la gestion des frais professionnels ou de la motivation. Autant de réponses que peut apporter Edenred aux évolutions sociétales accélérées par le passage d'une économie industrielle à une économie de services.

Edenred propose trois familles de solutions aux entreprises :

- **les avantages aux salariés,**
- **les frais professionnels,**
- **la motivation et les récompenses.**

Edenred accompagne également les **institutions publiques** dans la gestion de leurs **programmes sociaux**.

Le groupe construit une relation reposant sur l'échange, l'intérêt mutuel et la responsabilité, avec l'ensemble de ses parties prenantes.

**Les entreprises et les collectivités** soucieuses d'être des employeurs attractifs, de motiver leurs équipes et d'optimiser leurs performances.

**Les bénéficiaires** qui apprécient l'usage simple et pratique des cartes et titres de services pour faciliter leur vie quotidienne.

**Les prestataires affiliés** désirent accroître leur chiffre d'affaires, fidéliser leur clientèle et sécuriser leurs transactions.

Enfin, **les pouvoirs publics** qui souhaitent améliorer l'efficacité de leurs politiques sociales et économiques, les diffuser et garantir une traçabilité des fonds distribués.

# CRÉER LE LIEN

## AVEC LES PARTIES PRENANTES

### POUVOIRS PUBLICS

Ils peuvent, grâce à Edenred, déployer efficacement leurs politiques sociales et économiques.

### AFFILIÉS

Ils trouvent la garantie d'accroître leur chiffre d'affaires, de fidéliser leur clientèle et de sécuriser leurs transactions.

### CLIENTS

Entreprises et collectivités disposent d'un ensemble de solutions simples, efficaces et personnalisées pour :

- renforcer leur attractivité en tant qu'employeurs par le biais d'avantages aux salariés,
- optimiser leurs frais professionnels,
- stimuler avec des solutions de motivation et de récompense.

### BÉNÉFICIAIRES

Ils apprécient l'usage simple et pratique des cartes et titres de services pour faciliter leur vie quotidienne et profiter de leur pouvoir d'achat.



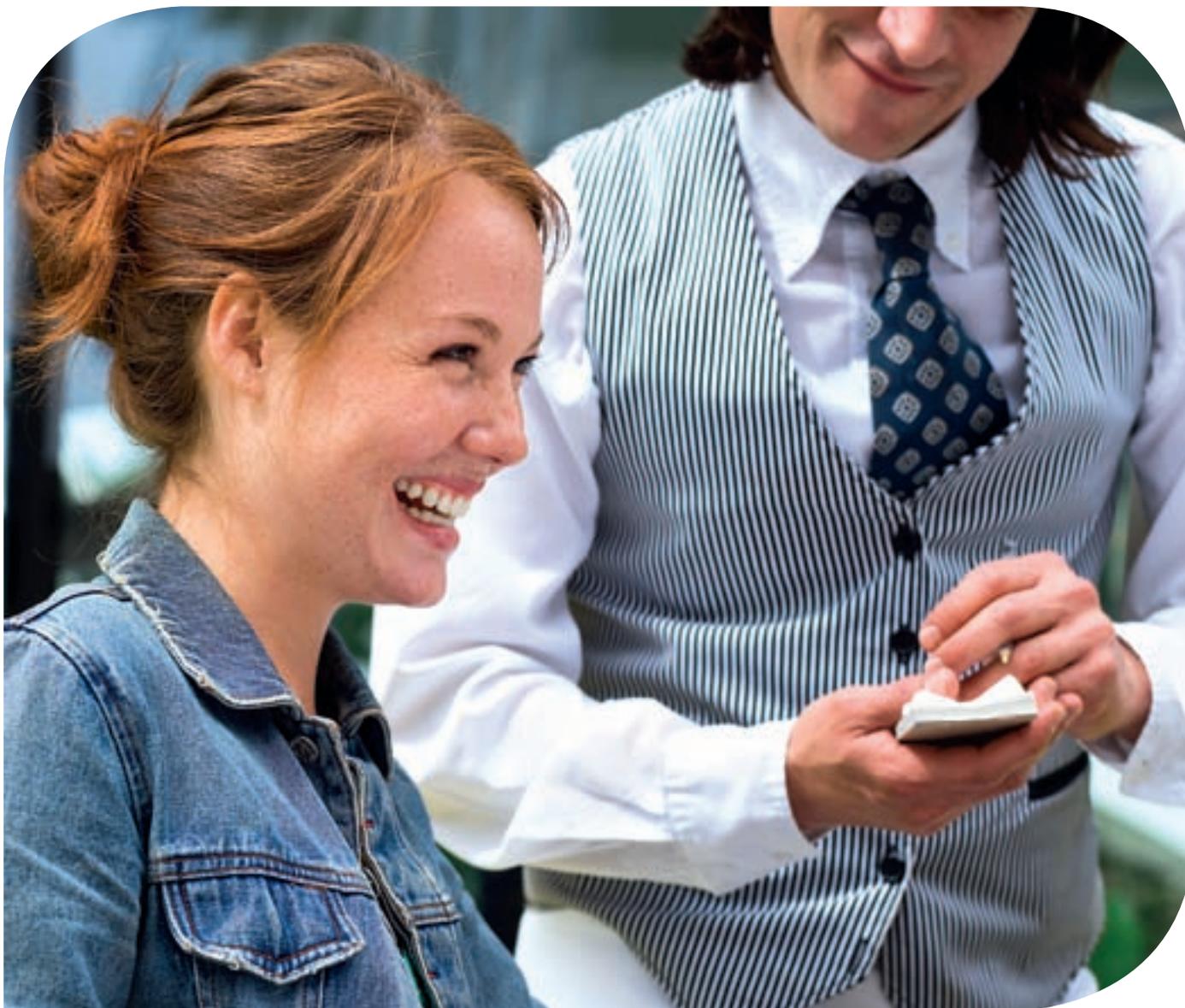
Découvrez le monde d'Edenred : le film.



# Faciliter la vie des salariés

Edenred propose des solutions multiples et innovantes aux entreprises qui souhaitent faciliter la vie de leurs collaborateurs dans de nombreux domaines : alimentation, transport, santé, formation, aide à la personne. Inventeur de Ticket Restaurant®, Edenred déploie des solutions auprès des entreprises au plus près des besoins de leurs salariés.

## LES FAITS



# 10%

**DE LA POPULATION MONDIALE EST OBÈSE.**

Aujourd'hui, plus d'un adulte sur dix est obèse dans le monde, leur nombre a pratiquement doublé en 28 ans.

Source : Étude de la revue The Lancet du 12 février 2011.



*Ticket Restaurant® est la solution pour déjeuner chaque jour en dehors de l'entreprise dans un restaurant affilié. Avantage pour l'entreprise : proposer à ses salariés un pouvoir d'achat spécifique. Bénéfice pour l'utilisateur : choisir son lieu pour déjeuner équilibré. Pour l'affilié : réaliser un chiffre d'affaires supplémentaire, fidéliser sa clientèle et sécuriser ses transactions.*



*Ticket Alimentation® permet aux salariés et à leur famille de se procurer des produits alimentaires dans les commerces de proximité ou les grandes surfaces. Dans bon nombre de pays émergents, c'est une façon d'assurer l'accès à une saine alimentation.*

## ● LES SOLUTIONS EDENRED

Les programmes « Avantages aux salariés » développés par Edenred ont pour but de permettre aux entreprises de faciliter la vie de leurs salariés en optimisant leur environnement de travail, en participant à leur bien-être et en leur octroyant un pouvoir d'achat dédié à une utilisation précise. C'est une façon aussi de fidéliser leurs salariés. Ces programmes se déclinent autour de solutions liées à l'alimentation ou à la qualité de vie, à l'équilibre du temps de travail, aux réponses aux conditions de vie dans un milieu urbain ou aux tendances sociétales récentes. Edenred offre des réponses innovantes aux entreprises dans les pays développés comme dans les pays émergents contribuant ainsi à l'activité économique locale.

### DES SOLUTIONS INSCRITES DANS LES POLITIQUES DE NUTRITION

Les programmes proposés par Edenred autour de l'alimentation Ticket Restaurant®, Ticket Alimentation®, répondent à deux objectifs : permettre aux entreprises de proposer une pause-déjeuner à leurs salariés comme solution alternative à la restauration sur le lieu de travail, répondre aux pouvoirs publics, soucieux de mettre en œuvre des politiques de santé publique qui s'inscrivent dans le cadre d'une nutrition plus équilibrée visant à réduire les conséquences du surpoids constaté dans une part grandissante de la population.

#### Ticket Restaurant®, participer à l'équilibre alimentaire

Créé en 1962, Ticket Restaurant®, implanté dans 26 pays, constitue une alternative simple aux restaurants d'entreprise notamment pour les petites et moyennes entreprises, qui n'en sont pas dotées, et permet de fidéliser leurs salariés. L'entreprise cliente, quelle que soit sa taille, commande des titres Ticket Restaurant® pour ses salariés. Elle détermine librement le

montant de la valeur faciale d'un titre Ticket Restaurant® qu'elle octroie à ses collaborateurs, dans le cadre de certaines limites dont une partie est exonérée de charges sociales ou patronales. Ticket Restaurant® peut être utilisé chez les restaurateurs ou commerçants appartenant au réseau de prestataires affiliés du groupe. En 2010, 164 000 établissements sont affiliés en France, 116 000 établissements au Brésil et 107 000 restaurants en Italie.

#### Ticket Alimentation®, l'alimentation pour le plus grand nombre

Il permet au salarié lui-même mais aussi à l'ensemble de sa famille de se procurer des produits alimentaires dans les commerces de proximité ou dans les grandes surfaces. Ce dispositif assure l'accès à une bonne qualité nutritive à une large partie de la population. Lancée en 1983 au Mexique, et en 1992 au Brésil dans le cadre du Plan d'Alimentation des Travailleurs inscrit dans la loi, cette solution compte aujourd'hui pratiquement 2 millions de bénéficiaires dans chacun de ces pays.



En savoir plus sur l'application.



## EDENRED INNOVE

### UNE APPLICATION TICKET RESTAURANT® QUI SIMPLIFIE LA VIE.

L'application iPhone, téléchargeable gratuitement, permet de localiser l'établissement le plus proche acceptant Ticket Restaurant® – restaurants, traiteurs, boulangeries – parmi les 164 000 établissements en France. Plus qu'une simple localisation des établissements affiliés, l'application Ticket Restaurant® propose à ses utilisateurs une véritable sélection de bons plans, promotions et réductions auprès des établissements affiliés ou de partenaires sur Internet.



“

NOUS SOMMES  
PARTENAIRES  
D'EDENRED QUI  
NOUS FOURNIT TICKET  
RESTAURANT® DEPUIS  
PLUS DE QUINZE ANS.  
DÈS QUE NOUS AVONS  
BESOIN D'ASSISTANCE,  
EDENRED RÉPOND TOUJOURS  
PRÉSENT. ”

**AILTON SIMÃO DE JESUS,**  
PROPRIÉTAIRE ASSOCIÉ DE SABORINI  
COMERCIAL DE ALIMENTOS.  
*Affilié - Ticket Restaurant® - Brésil*

EN FRANCE,

**57 %**

**DES RESTAURATEURS INTERROGÉS** estiment que les titres restaurant représentent une partie significative de leurs revenus et 81 % d'entre eux les considèrent comme un moyen de fidéliser leur clientèle.

*(Étude réalisée par Ernst&Young - mai 2006)*

“

**NOS EMPLOYÉS SONT RÉPARTIS DANS DIFFÉRENTES RÉGIONS DU PAYS.** IL EST IMPORTANT POUR NOUS DE TRAVAILLER AVEC UN FOURNISSEUR CAPABLE DE NOUS OFFRIR UNE COUVERTURE DE PRESTATAIRES ÉTENDUE. ”

**YELDA KABAKLARLI,**  
DIRECTRICE DE  
L'APPROVISIONNEMENT DE ASTRAZENECA  
PHARMACEUTICALS.  
*Client - Ticket Restaurant® - Turquie*



“

TICKET RESTAURANT® ME PERMET D'ACCÉDER À UN CHOIX TRÈS ÉTENDU DE RESTAURANTS ET **D'AVOIR UNE NOURRITURE DE QUALITÉ PLUS RICHE EN VITAMINES.** ”

**ALBERTO DA ROSA,**  
OPÉRATEUR COMMERCIAL CHEZ  
J. RODRÍGUEZ GÁNDARA & CÍA. LTDA.  
*Bénéficiaire - Ticket Restaurant® - Uruguay*



## LES FAITS



# 22%

**DES RAISONS DE L'ABSENTÉISME DES SALARIÉS,**  
au Royaume-Uni, proviennent des problèmes concernant  
la famille (garde d'enfants en particulier).

Source : Étude de l'institut CCH Incorporated sur l'absentéisme imprévu.



## Childcare Vouchers®

### Ticket Guarderia®

Des programmes de garde d'enfants proposés aux salariés par leur entreprise au Royaume-Uni, en Espagne, en République tchèque, au Portugal...

## Ticket CESU

La réponse appropriée pour bénéficier de services à la personne : soutien scolaire, entretien du domicile, aide aux personnes âgées en France...

## Commuter Check®

Il permet aux entreprises de financer une partie du transport de leurs salariés, de leur domicile à leur lieu de travail aux États-Unis.

## LES SOLUTIONS EDENRED

### AMÉLIORER LE QUOTIDIEN

Edenred a mis à profit l'expérience et le savoir-faire acquis avec Ticket Restaurant® et Ticket Alimentation® pour développer de nouveaux programmes destinés aux entreprises souhaitant offrir des avantages à leurs salariés. Participation aux frais de garde d'enfants, de transport, services à la personne, achats de produits écologiques : autant de services pour répondre aux nouveaux modes de vie et aux nouvelles aspirations des utilisateurs.

**Ticket CESU**, principalement développé en France, est un chèque emploi service universel financé en tout ou partie par les entreprises, les comités d'entreprise ou les employeurs publics. Ils permettent d'accéder à plusieurs types de services à la personne, à moindre coût pour le bénéficiaire. Edenred a été partie prenante avec les pouvoirs publics durant la phase de réflexion de ce dispositif, formalisé en 2005. Créateur d'emplois et facteur de professionnalisation des métiers à la personne, il s'inscrit pleinement dans les enjeux actuels de société.

**Childcare Vouchers®** est un des programmes phares développés par Edenred au Royaume-Uni et décliné en Espagne sous le nom de **Ticket Guarderia®**. Comme le souligne une étude réalisée par l'Organisation internationale

du travail publiée en février 2010 (*Workplace Solutions for Childcare*), la garde d'enfants constitue un sujet majeur qui correspond aux évolutions sociétales récentes, en raison notamment de l'augmentation du nombre de femmes actives.

La création d'un titre permettant d'octroyer une aide financière aux salariés pour la garde de leurs enfants pendant leur temps de travail est de nature à répondre aux besoins de toutes les parties prenantes : l'État, qui professionnalise ainsi cette activité et lutte contre l'économie informelle ; les entreprises qui bénéficient d'un soutien financier incitatif grâce à l'exonération de tout ou partie des charges sociales et fiscales liées à sa contribution, et qui fidélisent ainsi leurs collaborateurs ; le bénéficiaire qui choisit la meilleure solution de garde pour ses enfants et apprécie l'avantage pécuniaire offert par l'employeur.

L'implication de l'entreprise est simple et nettement moins coûteuse que les solutions de type crèche d'entreprise, et accessible aux petites et moyennes entreprises comme aux plus grandes. Le système garantit que ces aides seront effectivement dédiées à la garde d'enfants et offre une meilleure flexibilité, puisqu'il peut s'adapter au choix des parents, à toutes les solutions de garde, personnes morales ou physiques, affiliées par des émetteurs agréés.



## EDENRED INNOVE

Ticket Ecochèque®, lancé en Belgique en 2009 à l'initiative des pouvoirs publics désireux de soutenir la consommation de produits écologiques. Ticket Ecochèque® permet aux entreprises d'offrir à leurs salariés la possibilité d'acheter des produits écologiques auprès de prestataires et ainsi développer des comportements d'achats responsables. Edenred compte aujourd'hui plus de 500 000 bénéficiaires de ce programme et 3 000 affiliés.



SOUTIEN SCOLAIRE,  
ENTRETIEN DE LA MAISON...  
NOS SALARIÉS AGISSENT AU  
DOMICILE DES BÉNÉFICIAIRES  
DE TICKET CESU.  
AVEC CE PROGRAMME,  
**NOUS APPORTONS**  
**UNE RÉPONSE**  
**OPÉRATIONNELLE**  
**AUX PRÉOCCUPATIONS**  
**DE CHACUN.** ”

**CYRIL de GASQUET,**  
DIRECTEUR OPÉRATIONNEL  
ADECCO À DOMICILE.  
*Affilié - Ticket CESU - France*

**105 000**

**FAMILLES** bénéficient  
de titres Childcare Vouchers®  
au Royaume-Uni. Totalement  
dématérialisées, les transactions  
se font par le biais d'Internet.



**Flexible benefits: les avantages à la carte**

Dans l'environnement économique et social actuel, il est important pour les entreprises de montrer à leurs salariés comment elles les valorisent, sachant que chaque employé possède des styles de vie et des besoins différents. L'offre de Flexible benefits au Royaume-Uni permet au salarié de sélectionner, dans une liste d'avantages proposés par l'employeur, ceux qui lui sont le plus appropriés en les adaptant exactement à ses besoins.

Pour l'employeur, c'est une façon de proposer une rémunération composée d'éléments pécuniaires et avantages divers et ainsi renforcer l'attractivité employeur. Pour le salarié, il se sent responsable et motivé pour faire sa propre sélection, avec toute flexibilité d'adapter ses choix en fonction des périodes de la vie. Edenred aide employeur et employé à reconnaître et valoriser les avantages proposés, en mettant à disposition les outils de conseil et de communication en fonction de leurs objectifs respectifs.

“

GRÂCE AU TITRE  
TICKET GUARDERIA®,  
NOUS OFFRONS À  
NOS COLLABORATEURS  
UN OUTIL POUR  
**CONCILIER VIE PRIVÉE  
ET VIE PROFESSIONNELLE,**  
MAIS AUSSI POUR OPTIMISER  
LEUR REVENU. ”

**ARANZAZU SALGUERO CRUZ,**  
DIRECTRICE DES RESSOURCES HUMAINES  
DE L'ENTREPRISE MARS,  
*Client - Ticket Guarderia® - Espagne*



“

JE SUIS HEUREUSE  
DE BÉNÉFICIER AVEC LE  
TITRE TICKET ECOCHÈQUE®  
D'UNE SOLUTION PERMETTANT  
DE CONSACRER UNE PARTIE  
DU POUVOIR D'ACHAT  
À **DES PRODUITS  
RESPECTUEUX DE  
L'ENVIRONNEMENT.** ”

**ANGELA LEONE,**  
ASSOCIÉE DE L'ENTREPRISE  
SALES CONSULT.  
*Bénéficiaire - Ticket EcoChèque® - Belgique*





# Optimiser

## la gestion des frais professionnels

Edenred propose des solutions simples aux entreprises pour gérer en toute transparence et à moindre coût les frais professionnels engagés par leurs collaborateurs : frais liés à la flotte de véhicules, frais de déplacements, entretien de vêtements professionnels...

## LES FAITS



POUR  
**41%**

**DES ORGANISATIONS**, la gestion des frais professionnels est un levier de réduction des dépenses et l'optimisation de ce poste est considérée comme stratégique.

Source : Aberdeen Group / septembre 2010.



*Simple carte d'achat de carburant, Ticket Car® est devenu une carte de gestion du parc de véhicules appartenant à l'entreprise, couvrant toutes les dépenses associées au transport (carburant, douanes, stationnement, entretien). D'une carte de paiement à usage limité, Ticket Car® offre aujourd'hui une solution de gestion intégrée, qui permet aux entreprises clientes de réaliser de 15 % à 20 % d'économies.*



*Ticket Clean Way® est la réponse pour simplifier la gestion du nettoyage des vêtements professionnels tant pour les entreprises clientes que pour les bénéficiaires du système. Un crédit nettoyage est donné par l'entreprise au salarié sous la forme d'une carte à puce ou titre papier, utilisable dans un réseau d'affiliés. Edenred a lancé Ticket Clean Way® en 1995 en France et l'a récemment introduit dans d'autres pays européens.*

## ● LES SOLUTIONS EDENRED

### EDENRED PROPOSE UNE APPROCHE PERFORMANTE ET SÉCURISANTE

Edenred propose aux entreprises des solutions pour faciliter la gestion et le contrôle des dépenses engagées par les salariés pour le compte de l'entreprise. Outre les données détaillées fournies à l'entreprise cliente qui permettent de s'assurer du respect des politiques en matière de dépenses, Edenred offre des solutions intégrées grâce à la technologie des cartes qui permettent de garantir la bonne utilisation des fonds et qui facilitent la gestion administrative des frais professionnels. Des économies de coûts importantes sont ainsi générées au bénéfice de l'entreprise. Pour les salariés, ces solutions évitent de faire les avances de trésorerie et facilitent la gestion des notes de frais.

#### **Ticket Car® : une réponse à la gestion des flottes de véhicules**

Lancé au Brésil en 1990, utilisé par les salariés pour acheter du carburant lors de leurs déplacements professionnels, Ticket Car® est aujourd'hui étendu aux dépenses de maintenance des véhicules et permet aux entreprises

de suivre et de mieux gérer leurs dépenses en décidant des paramètres de la carte (kilométrage, déplacements des salariés, type d'essence, dépenses d'entretien...). Cette solution est devenue un véritable outil de gestion des flottes de véhicules et s'est développée pour les véhicules de flotte légers mais également utilitaires comme les camions. Ticket Car® s'est étendu au Chili, en Argentine et au Mexique. Edenred se positionne ainsi comme le leader sur le marché de la gestion des frais professionnels en Amérique latine.

Les entreprises veulent un détail des données transactionnelles via un reporting approprié, et pouvoir interfacier ces données sur leurs propres systèmes de gestion administrative et financière grâce à la technologie des cartes. Ticket Car® couvre toutes les dépenses associées au transport. L'élimination des fraudes, les économies de coûts, la simplification des processus de récupération de TVA permettent de réaliser de 15 % à 20 % d'économies. Autant d'avantages offerts par Ticket Car® à ses clients d'Amérique latine.

## EDENRED INNOVE

### ExpendiaSmart®

En Italie, la carte ExpendiaSmart® répond à la problématique des avances en espèces des frais professionnels liés aux déplacements des salariés. Elle combine les avantages d'une solution de paiement électronique et un contrôle centralisé des dépenses. Un système qui profite à la fois aux entreprises et à leurs salariés. Cette solution est composée de deux éléments : une carte préchargée acceptée dans un vaste réseau de commerçants et un réseau extranet d'administration centralisée qui assure la fiabilité et le contrôle des transactions.

### Ticket Corporate®

En Espagne, fruit d'une collaboration avec Solred, filiale du Groupe Repsol, la carte Ticket Corporate® facilite la gestion quotidienne et intégrée des frais professionnels de nos clients. Acceptée dans les stations-service Repsol, Campsa et Petronor sur l'ensemble du territoire, cette carte prépayée permet également aux salariés de régler leurs frais professionnels courants tels que les frais d'hôtels ou de restaurants. L'entreprise cliente définit elle-même les caractéristiques d'utilisation des cartes : rechargement en ligne, contrôle des transactions, consultation des rapports en temps réel... et reçoit tous les mois les relevés des dépenses disposant ainsi d'un outil efficace de contrôle des dépenses.





“

EDENRED A TOUJOURS IDENTIFIÉ LES BESOINS DES STATIONS ESSENCE. EN TANT QU’AFFILIÉ TICKET CAR® PETROBRASFLOTA, J’APPORTE TOUS LES JOURS UNE PRESTATION DE MEILLEURE QUALITÉ À MES CLIENTS QUI ATTENDENT RAPIDITÉ ET FACILITÉ.”

**DIEGO GUTIÉRREZ,**  
MANAGER D’UNE STATION-SERVICE  
PÉTROBAS.  
*Affilié - Ticket Car® - Chili*

**LES PROGRAMMES D’OPTIMISATION  
DES FRAIS PROFESSIONNELS** représentent  
pour Edenred un volume d’émission en 2010 de plus de  
**1 MILLIARD  
D’EUROS**  
en progression de 17% par rapport à l’année précédente.

“

35 000 CARTES DE NETTOYAGE SONT EN CIRCULATION À LA SNCF. TICKET CLEAN WAY® EST UN SOUTIEN OPÉRATIONNEL PERFORMANT AU QUOTIDIEN POUR NOS GESTIONNAIRES DE TENUES. **EDENRED GARANTIT LA QUALITÉ ET LA RÉACTIVITÉ DE SES SERVICES DANS LE TEMPS.**”

**BRUNO BRUGNONI,**  
ACHETEUR À LA SNCF.  
*Client - Ticket Clean Way® - France*



“

LE MODE DE RÈGLEMENT QU'OFFRE TICKET CAR® EST D'UNE GRANDE SIMPLICITÉ ET ME RASSURE SUR MES DÉPENSES PROFESSIONNELLES. J'APPRÉCIE L'APPLICATION DE GÉOLOCALISATION DE STATIONS-SERVICE QUI ME FAIT GAGNER UN TEMPS PRÉCIEUX.”

**HUGO CORTE FARIAS,**  
COLLABORATEUR DE HD  
SEGURIDAD PRIVADA.  
*Bénéficiaire - Ticket Car® - Mexique*





# Stimuler et reconnaître la performance

Edenred propose des solutions personnalisées aux entreprises en quête de moyens simples et efficaces pour développer la motivation individuelle ou celle des équipes, accroître la performance de réseaux commerciaux ou augmenter la fidélité dans la relation client.

Les cartes et chèques-cadeaux, utilisables au gré des envies du bénéficiaire, c'est une attention particulière qui laisse un souvenir durable.

## LES FAITS



# 58%

**DES SALARIÉS INTERROGÉS** ne sont pas satisfaits de la reconnaissance de leur employeur et de leur implication au travail.

Source : Baromètre Ipsos/Edenred du Bien-Être et de la Motivation des salariés français auprès de 4 000 salariés - Édition 2010.



*Solution de chèques  
et cartes-cadeaux destinée  
aux entreprises et aux  
collectivités locales.*



*Solution distribuée au  
Royaume-Uni, pouvant  
être utilisée dans le cadre  
de programmes  
de reconnaissance,  
de récompense  
et de fidélisation.*



*Ligne de cartes et  
chèques-cadeaux mono  
et multi-enseignes  
en France.*

## ● LES SOLUTIONS EDENRED

### DES SOLUTIONS DE STIMULATION ET DE MOTIVATION ADAPTÉES À CHACUNE DES CIBLES

Les solutions proposées par le groupe dans le domaine de la motivation et de la récompense permettent aux entreprises clientes de reconnaître la performance individuelle, de motiver les forces de vente, d'animer les réseaux de distribution et de fidéliser les salariés. Edenred propose aux entreprises des solutions globales. Conseil en matière de conception de campagnes de stimulation ou motivation, outils standardisés ou personnalisés pour gérer ces campagnes, ainsi que les récompenses (chèques-cadeaux, cartes-cadeaux, e-vouchers cadeaux...) attribuées dans le cadre de ces campagnes.

Tout comme les solutions contribuant à la gestion des frais professionnels, les programmes de récompenses sont fondés sur le même modèle que celui des avantages aux salariés, avec des titres pouvant être acceptés dans des réseaux mono ou multi-enseignes.

#### Reconnaître la performance individuelle

Edenred imagine pour les entreprises des solutions à destination des employés, pour valoriser par la reconnaissance le salarié pour ses performances économiques ou commerciales, ou pour marquer un temps fort de sa vie personnelle (mariage, naissance, anniversaire...).

#### Stimuler des forces de vente

Edenred crée les programmes à destination des entreprises qui veulent stimuler et motiver leurs équipes de vente. Il apporte une prestation de conseil à partir d'un audit qui permet d'évaluer les besoins et de concevoir les programmes.

#### Animer des réseaux de distribution

Edenred met au point des programmes de stimulation de réseaux de commercialisation.

#### Gérer des programmes de fidélité

Ces programmes sont organisés à la demande de sociétés désireuses de mettre en place et d'animer la fidélité de leurs clients.



### EDENRED INNOVE

SIM-Trek est la solution brevetée par Edenred à Taïwan pour satisfaire les besoins des fabricants de téléphones portables notamment pour suivre leurs ventes. L'application intelligente installée dans la carte SIM leur permet d'équiper leur réseau commercial ou les distributeurs locaux d'un terminal de point de vente mobile. Ils sont alors en mesure de suivre les ventes en temps réel et de mettre en place des actions de stimulation.

LG a adopté cette solution sur le marché indien en juin 2010 : 4 000 cartes sont déjà utilisées à Taïwan.



“

LES CARTES D'EDENRED  
SONT SIMPLES À UTILISER  
ET DE BONNE QUALITÉ,  
C'EST POUR CELA QUE NOS  
CLIENTS SONT FIERS DE  
LES AVOIR DANS LEUR  
PORTEFEUILLE. ”

**CHUM EDWARDS,**  
DIRECTEUR DE LA SOCIÉTÉ GREEN CROSS.  
*Affilié - Ticket Compliments® - Afrique du Sud*

DANS  
**17** PAYS

**EDENRED PROPOSE DES  
TICKETS-CADEAUX AUX ENTREPRISES.**

“

NOTRE SYSTÈME DE RÉCOMPENSE FAIT PARTIE INTÉGRANTE DE LA STRATÉGIE DE RESSOURCES HUMAINES DE FRAPORT. TROUVER DE NOUVELLES RECRUES ET LES FIDÉLISER EST VITAL POUR NOTRE ENTREPRISE.”

**LOTHAR BODENBACH,**  
DIRECTEUR GESTION PRODUITS SAP,  
FRAPORT AG.  
*Client - Shopping Card® - Allemagne*



“

EDENRED ME PERMET D'ACCÉDER À DES CADEAUX SUR UN CATALOGUE EN LIGNE FACILE D'UTILISATION AVEC UN LARGE CHOIX.”

**CHAN LEE,**  
SALARIÉE DE L'ENTREPRISE HANGZOU TRADE.  
*Bénéficiaire - Ticket Compliments® - Chine*





# Accompagner la gestion des programmes sociaux

Edenred propose des solutions sécurisées permettant aux collectivités et aux organisations publiques de distribuer des fonds publics affectés à une utilisation spécifique (alimentation, éducation,...) dont les citoyens sont bénéficiaires. Les solutions garantissent la traçabilité des sommes distribuées.

LES FAITS



PRÈS DE

26%

**DES JEUNES FILLES INDIENNES**  
de 15 à 24 ans sont analphabètes.

Source : UNESCO en 2006.



## DOTE Scuola

*Distribué par la Région de Lombardie, il permet l'achat de fournitures scolaires et le financement des frais de scolarité. 280 000 élèves en bénéficient.*



## SCHOOL CHOICE

*School Choice Voucher est un programme d'aide à la scolarisation des filles dans des écoles publiques à Delhi en Inde. 400 jeunes filles en bénéficient.*



## Beca de Alimentación Superior JUNAEB

*Le programme Ticket Junaeb est une carte restaurant accordée par le ministère chilien de l'éducation à 100 000 étudiants boursiers.*

## ● LES SOLUTIONS EDENRED

### POUR UNE MEILLEURE EFFICACITÉ DES POLITIQUES SOCIALES

Edenred met son savoir-faire et son expertise au service des organisations publiques en géant, dans le cadre de leurs politiques sociales, des programmes spécifiques pour répondre aux besoins de leurs citoyens en matière d'alimentation, de santé, d'éducation, d'aide à domicile, de loisirs ou encore de culture.

Edenred collabore étroitement avec les acteurs publics pour les accompagner dans le cadre de la distribution des aides allouées, en garantissant une meilleure traçabilité des fonds et le contrôle des subventions octroyées destinées à améliorer le pouvoir d'achat de certaines catégories de citoyens.

À titre d'exemple, Edenred propose le titre Ticket Service® distribué en France (CESU social), en Belgique, en Italie, en République tchèque, en Turquie, au Chili ou en Afrique du Sud, pour répondre à des besoins ciblés.

### EDENRED AUX CÔTÉS DES CITOYENS

**En Italie**, le programme « Dote Scuola » apporte un soutien financier à plus de 280 000

élèves de la région de Lombardie. Sous format papier, il permet l'achat de livres et de fournitures scolaires; sous format électronique, il facilite le cofinancement des frais de scolarité annuels. Dans ce dernier cas, 60 000 bénéficiaires ont profité du système dans un réseau de 1 240 écoles privées affiliées (primaires et secondaires).

**En Inde**, Edenred développe deux projets pilotes d'action sociale dans le domaine éducatif: un programme de scolarisation des filles avec l'organisation Center for Civil Society et un programme d'aide pour garantir une meilleure éducation à des enfants issus de milieux défavorisés. Chaque bénéficiaire reçoit des bons couvrant les frais de scolarité, l'achat des manuels scolaires, des uniformes et de repas utilisables dans un réseau de prestataires affiliés.

**Au Chili**, Ticket Junaeb® offre aux étudiants d'université des avantages multiples, à commencer par la restauration grâce à une carte restaurant, des réductions ou la gratuité d'entrée dans des établissements culturels, des salles de spectacles ou encore dans les centres sportifs. C'est une façon de favoriser une meilleure qualité de vie des étudiants durant leurs temps de loisirs.



## EDENRED INNOVE

Sécurité et solidarité pour les autorités indiennes. L'État du Madhya Pradesh en Inde a demandé à Edenred de gérer un programme de développement alimentaire en faveur des populations les plus défavorisées de la région. Ce programme concerne 5 millions de familles.



“

POUR NOUS, DOTE SCUOLA  
NOUS A PERMIS DE PRENDRE  
CONTACT AVEC DE NOUVEAUX  
CLIENTS ET NOUS A POUSSÉ  
À AMÉLIORER LA QUALITÉ  
ET LA DIVERSITÉ DE NOS  
SERVICES. ”

**FEDERICO PICCINI,**  
COOPERATIVE AURORA 2000  
*Affilié - Dote Scuola - Italie*

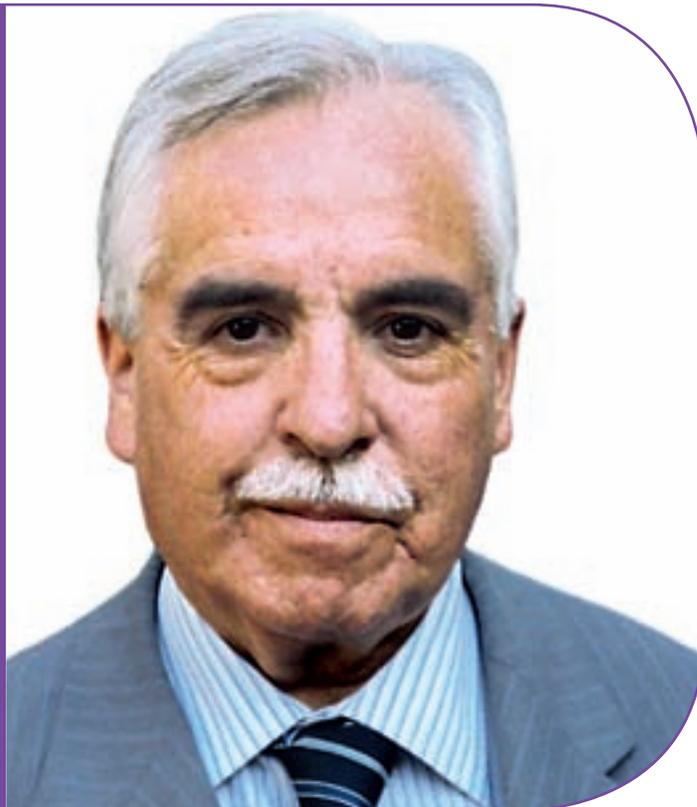
**30 MILLIONS**

**DE PERSONNES** vont bénéficier d'une aide alimentaire dans la région  
du Madhya Pradesh grâce au programme d'alimentation lancé en Inde par Edenred.

“

TICKET JUANE B FACILITE LA  
GESTION ET L'OPTIMISATION  
DES AVANTAGES OCTROYÉS  
AUX ÉTUDIANTS PAR NOTRE  
UNIVERSITÉ TOUT EN LEUR  
DONNANT **UNE MEILLEURE  
QUALITÉ DE VIE.**”

**JUAN MÉLGAJERO,**  
CONSEILLER D'ORIENTATION À L'UNIVERSITÉ  
DE SANTIAGO DU CHILI.  
*Client - Ticket Junaeb - Chili*



“

CE CHEQUIER M'A DONNE  
**UN VRAI COUP DE POUCE**  
POUR FINANCER MON PERMIS  
DE CONDUIRE. ”

**OLIVIA SEDDOH,**  
ÉTUDIANTE  
*Bénéficiaire - Ticket CESU Social - France*

Olivia bénéficie de la Carte Jeune 91 mise en  
place par le Département de l'Essonne  
afin de faciliter la mobilité, les sorties  
culturelles, sportives et de loisirs  
des jeunes de 16 à 19 ans.



La boule  
rouge  
à Taipei.





# NOUS EDENRED

Edenred s'engage auprès de ses parties prenantes pour construire une relation de confiance : auprès de ses collaborateurs reconnus comme la première richesse du groupe, auprès de ses actionnaires pour qu'ils puissent valoriser leur investissement et auprès de la cité qui bénéficie d'une démarche cohérente avec les métiers du groupe.

**EDENRED**, c'est 6 097 collaborateurs dans le monde, réunis autour d'un projet d'entreprise et partageant cinq valeurs communes.

# 6 000 COLLABORATEURS CONSTRUISENT EDENRED

Entreprendre Différemment ENsemble. EDEN n'est pas seulement le nom du projet d'entreprise qui soutient la stratégie du groupe. C'est surtout, et avant tout, un principe d'action partagé par les 6 000 collaborateurs depuis la première aventure de Ticket Restaurant®. Dès l'origine, des hommes et femmes de talent ont uni leurs savoir-faire et placé leur audace au service d'une croissance ininterrompue pendant 50 ans. En 2010, animés du même esprit entrepreneurial, les collaborateurs se sont mobilisés pour réussir le passage à l'autonomie de leur nouvelle entreprise.

Alors qu'Edenred est aujourd'hui engagé dans la voie d'une transformation durable, ses femmes et ses hommes sont en première ligne de la conquête de 2012. Porteurs des valeurs qui cimentent la culture interne – esprit entrepreneurial, innovation, performance, simplicité et partage, ils sont bien plus que les artisans de la croissance. Ils constituent la richesse d'Edenred qui, pour rester leader et conquérir des marchés, doit faire preuve d'esprit de service et d'innovation.

Ce sont les 6 000 talents qui permettent chaque jour d'exceller dans le métier et d'apporter aux clients, utilisateurs et affiliés le « plus » qui différencie Edenred.

Au quotidien, Entreprendre Différemment ENsemble est aussi la traduction d'un état d'esprit propre à Edenred, fondé sur la responsabilité

locale et sur un mode de fonctionnement en réseau qui privilégie les échanges de connaissances entre collaborateurs du monde entier. Dans les 40 pays, les femmes et hommes du groupe partagent une ambition commune : « faire exceptionnellement bien des choses simples ». Cette philosophie d'action qui place le client, le bénéficiaire et l'affilié au centre des priorités permet à chacun, quelle que soit sa responsabilité au sein de l'entreprise, de donner du sens à ses actions individuelles pour contribuer au succès collectif.

Inscrite dans le projet d'entreprise, la politique de ressources humaines d'Edenred vise à inciter chacun à Entreprendre Différemment ENsemble pour relever les enjeux stratégiques à horizon 2016, et notamment réussir la transition



**EDENRED** s'engage à faire profiter ses collaborateurs du monde entier d'une formation par an.



“

**POUR MOI, EDENRED, C'EST LA POSSIBILITÉ DE TRAVAILLER DANS UNE GRANDE ENTREPRISE OÙ LES PERSONNES SONT RECONNUES, OÙ ELLES DISPOSENT DE TOUS LES OUTILS ET OPPORTUNITÉS FAVORISANT LEUR DÉVELOPPEMENT, TANT SUR LE PLAN PROFESSIONNEL QUE PERSONNEL.**”

**YANET PINTADO,**  
RESPONSABLE DU SERVICE CLIENT  
ET REMBOURSEMENT.  
Elle est arrivée en 1987  
dans la filiale Edenred en Uruguay.

“

J'APPRÉCIE VRAIMENT QUE MON POSTE EN RESSOURCES HUMAINES NE SOIT PAS SEULEMENT UNE FONCTION ADMINISTRATIVE DE SUPPORT. AVEC L'ESPRIT D'INNOVATION, **IL EST POSSIBLE DE FAIRE ÉVOLUER LES CHOSES ET DE RECHERCHER DE NOUVEAUX MOYENS DE DÉVELOPPEMENT.**”

**JUDIT SAFAR,**  
DIRECTRICE DES RESSOURCES HUMAINES  
EDENRED HONGRIE.  
Elle est arrivée dans le groupe en 2010.



**EDEN** est une philosophie d'action qui permet à chacun, quelle que soit sa responsabilité au sein de l'entreprise, de donner du sens aux actions individuelles pour contribuer au succès collectif.



La boule rouge à Paris.



vers la technologie numérique. Dans une entreprise en croissance, multiculturelle et multilocale, le partage d'un langage commun, l'engagement des collaborateurs et le développement des compétences de chacun conditionnent les succès présents et à venir.

À cette fin, quatre programmes clés constituent les priorités :

- **Une politique de recrutement volontaire et ciblée**, pour renforcer l'expertise, tant du point de vue technologique que du point de vue de la relation avec nos parties prenantes.
- **Une formation encouragée à tous les niveaux**, qui trouvera prochainement sa traduction concrète dans l'institut Edenred.
- **La détection des talents**, appelés à prendre des fonctions managériales et, pour les collabo-

rateurs à fort potentiel, à piloter le groupe.

- **La recherche constante du bien-être des salariés** à travers la motivation et la reconnaissance des collaborateurs. À ce jour, près de la moitié des collaborateurs travaillent dans un environnement certifié par le Great Place to Work ou d'autres labels tel Investor in People. C'est autour de ces quatre axes que s'articule l'ensemble des actions entreprises au niveau local ou mondial pour permettre aux femmes et aux hommes du groupe de progresser professionnellement. Ce sont eux qui détiennent la clé des performances et du service apportés à nos parties prenantes. Leur fierté d'appartenance à Edenred est la meilleure expression de l'image de marque.

**PRÈS DE LA MOITIÉ  
DES COLLABORATEURS**

travaillent dans un environnement certifié  
par un label de qualité de vie au travail.

# UNE CULTURE AUTOUR DE 5 VALEURS

La culture Edenred s'enracine dans les valeurs fondamentales et fédère les actions des collaborateurs.

**L'esprit entrepreneurial** est le moteur de son dynamisme. Il porte son âme de pionnier dans les pays qu'il souhaite découvrir, dans les produits qu'il enrichit tous les jours, et renforce sa responsabilité locale.

**Sa capacité d'innovation** lui permet de développer des idées inventives pour conquérir de nouveaux marchés. Elle signe et fait toute la différence de la qualité de service offerte aux parties prenantes.

**La recherche de la performance**, au cœur de l'exigence du groupe, est la clé de ses succès. Individuellement et collectivement, les collaborateurs sont redevables de leurs actions.

**La simplicité** est intégrée à toutes les solutions. Les relations entretenues par Edenred avec ses parties prenantes sont naturelles, directes et conviviales.

**Le sens du partage** se traduit au quotidien par le respect mutuel, le sens des autres et la générosité. Le fonctionnement en réseau l'encourage.

## LE CHANTIER «TALENTS»

La dimension humaine de la stratégie de transformation a été prise en compte au niveau managérial dans le cadre du chantier «Talents», inscrit dans le projet EDEN. Sponsorisé par deux membres du comité exécutif, ce groupe de travail réunit des managers opérationnels, des professionnels des ressources humaines pays et des fonctions support. Il a pour mission de proposer les orientations stratégiques de la politique des ressources humaines. Ses premiers travaux ont notamment porté sur les grands principes clés de «l'esprit Edenred» et de la politique de ressources humaines du groupe: processus de recrutement, formation, évaluation, mobilité et recrutement.



## UN ENDROIT OÙ IL «FAIT BON TRAVAILLER»

Au niveau local, l'ambition d'Edenred trouve sa traduction concrète dans les certifications de bien-être au travail, obtenues dans ses pays d'implantation. Près de 50% des collaborateurs Edenred issus de 10 pays en Amérique latine et en Europe travaillent aujourd'hui dans un environnement certifié «Best Workplace» (Great Place to Work Institute, Investor in people, Best Company). Confiance dans le management, fierté du travail accompli et engagement, convivialité font partie des critères régulièrement évalués. Les labels décernés constituent un véritable signe de reconnaissance des salariés vis-à-vis de l'entreprise ou du groupe.

13,9

MILLIARDS D'EUROS  
de volume d'émission (valeur  
faciale des titres que multiplie  
le nombre de titres émis).

55%

du volume d'émission  
est réalisé dans les pays  
émergents.

# 2010, OBJECTIFS FINANCIERS ATTEINTS

Né de la séparation du groupe Accor en 2010, Edenred a acquis en 50 ans un positionnement unique dans l'univers des services prépayés aux entreprises. Héritier d'une croissance quasi ininterrompue au cours des 15 dernières années, Edenred anticipe d'aussi bonnes perspectives pour les années futures. Cette conviction s'appuie sur les leviers fondamentaux et la systématisation des succès : développement ou enrichissement de nouveaux programmes et services, implantation dans de nouveaux pays, conquête de nouveaux clients, croissance de la valeur faciale des programmes. Le groupe se donne ainsi un objectif de croissance organique du volume d'émission comprise entre 6 % et 14 % et un objectif de croissance du cash flow supérieure à 10 % par an.

## UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PÉRENNE

Le modèle économique d'Edenred s'appuie sur une forte diversification aussi bien au plan géographique (55 % du volume d'émission réalisé dans les pays émergents) que produit, portefeuille clients et support, permettant la mutualisation des risques et constituant un facteur de stabilité important. Il est un gage de pérennité pour ce modèle également créateur de richesse, d'emplois et de consommation et qui permet un contrôle des flux de paiement.

## UN MODÈLE ÉCONOMIQUE GÉNÉRATEUR DE CROISSANCE

Les entreprises ou collectivités s'adressent à Edenred pour émettre des titres de services, parmi lesquels l'emblématique Ticket Restaurant®, qui permettent à leurs salariés (ou agents de la fonction publique) d'utiliser un « pouvoir d'achat affecté » dans un réseau de commerçants et prestataires de services affiliés sélectionnés. Edenred facture à ses clients les titres commandés, auxquels s'ajoute une commission. Les employeurs attribuent ensuite aux employés une quantité de titres qui sera utilisée dans un réseau d'affiliés. Edenred rembourse les affiliés du montant des titres moyennant également une commission. Les commissions perçues forment le chiffre d'affaires opérationnel lié à l'activité.

Par ailleurs, l'intervalle entre le paiement des services prépayés par les clients et leur remboursement aux affiliés génère de la trésorerie dont le placement donne lieu à un chiffre d'affaires financier.

Fondé sur ce même modèle économique, le groupe n'a eu de cesse, au fil des années, de déployer des produits nouveaux répondant aux besoins sociétaux et d'étendre sa couverture géographique.

## 2010, DES RÉSULTATS EN LIGNE AVEC L'OBJECTIF FIXÉ

En 2010, Edenred a réalisé un volume d'émission de 13,9 milliards d'euros en hausse de 10%<sup>(1)</sup> par rapport à l'année précédente, en ligne avec l'objectif fixé. Cette progression de 10 % s'explique :

(1) Croissance à périmètre et change constants.

**965** MILLIONS D'EUROS  
de chiffre d'affaires total incluant  
le chiffre d'affaires opérationnel  
et le chiffre d'affaires financier.

**328** MILLIONS D'EUROS  
de résultat d'exploitation  
courant.



*2 juillet 2010, première  
cotation de l'action  
Edenred à Paris.*

- pour 5,4 % par la plus grande pénétration des marchés existants. La croissance de l'emploi salarié dans les pays émergents a notamment soutenu cette hausse. Edenred a attiré de nouveaux clients et bénéficiaires: plus de 62 000 en France comme au Brésil pour Ticket Restaurant® et presque 13 000 au Royaume-Uni pour Childcare Vouchers®, un service pré-payé dédié à la garde des enfants des salariés.
- pour 4,0 % par la hausse de la valeur faciale notamment dans les pays émergents tirés par les pays d'Amérique latine.
- pour 0,6 % par la création de nouveaux produits comme Ticket EcoChèque®, lancé en Belgique fin 2009, qui a contribué significativement à cette hausse. Dans d'autres implantations, le déploiement de produits existants a également soutenu la croissance, à l'image de

Ticket Guarderia®, équivalent espagnol de Childcare Vouchers® au Royaume-Uni, qui a contribué à hauteur de 50 % à la croissance du volume d'émission de l'Espagne en 2010.

#### **DES PERSPECTIVES PROMETTEUSES**

Après une année 2010 fondatrice, Edenred vise désormais à « Conquérir 2012 » en se focalisant sur la croissance du volume d'émission dans son cœur de métier: les avantages aux salariés, tout en accélérant la dématérialisation de ses solutions. Ces deux leviers de développement permettront au groupe de renforcer son potentiel de croissance à long terme, tout en maintenant l'augmentation de ses résultats à court terme.

Le groupe s'emploie parallèlement à « Inventer 2016 », en travaillant dès à présent à l'ouverture vers de nouveaux territoires de croissance.

## DE BONNES PERFORMANCES OPÉRATIONNELLES

Au cours de l'année 2010, les objectifs financiers fixés par le groupe ont été atteints. Ces résultats traduisent la performance commerciale des équipes, ainsi qu'un environnement économique porteur, en particulier dans les pays émergents qui représentent plus de la moitié de l'activité.

### CHIFFRES CLÉS 2010

<p><b>Volume d'émission</b></p> <p><b>13 875</b></p> <p>MILLIONS D'EUROS</p> <p>+ 10 %<sup>(1)</sup></p>	<p><b>Volume d'émission dans les pays émergents</b></p> <p><b>55 %</b></p>	<p><b>Chiffre d'affaires</b></p> <p><b>965</b></p> <p>MILLIONS D'EUROS</p>
<p><b>Résultat d'exploitation courant</b></p> <p><b>328</b></p> <p>MILLIONS D'EUROS</p>	<p><b>Marge brute d'autofinancement<sup>(2)</sup></b></p> <p><b>213</b></p> <p>MILLIONS D'EUROS</p> <p>+ 15 %<sup>(1)</sup></p>	<p><b>Cash flow libre<sup>(3)</sup></b></p> <p><b>287</b></p> <p>MILLIONS D'EUROS</p>

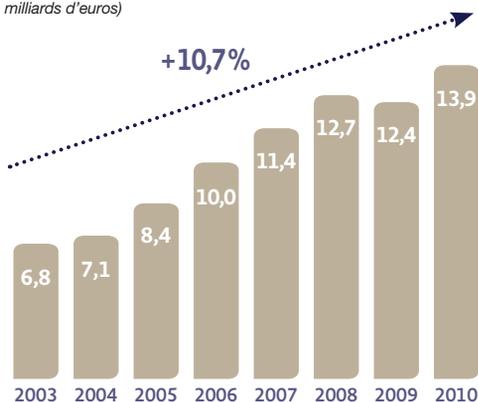
<sup>(1)</sup> À périmètre et change constant - <sup>(2)</sup> Avant éléments non récurrents - <sup>(3)</sup> «Unlevered free cash flow», indicateur clé qui permet de mesurer la génération des flux de trésorerie du groupe.

### UN MODÈLE ÉCONOMIQUE GÉNÉRATEUR DE CROISSANCE

#### Évolution du volume d'émission

La croissance annuelle moyenne du volume d'émission du groupe a été de 10,7% sur la période 2003-2010.

(en milliards d'euros)

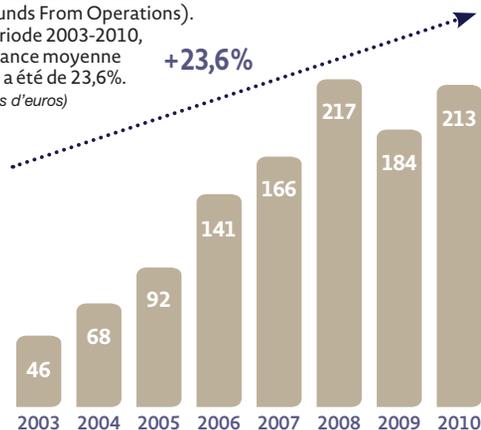


#### Évolution de la marge brute d'autofinancement

Le modèle économique du groupe est fortement générateur de marge brute d'autofinancement avant éléments non récurrents (FFO: Funds From Operations).

Sur la période 2003-2010, sa croissance moyenne annuelle a été de 23,6%.

(en millions d'euros)





Visionnez le document de référence.



### LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2010

Visé par l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 13 avril 2011.



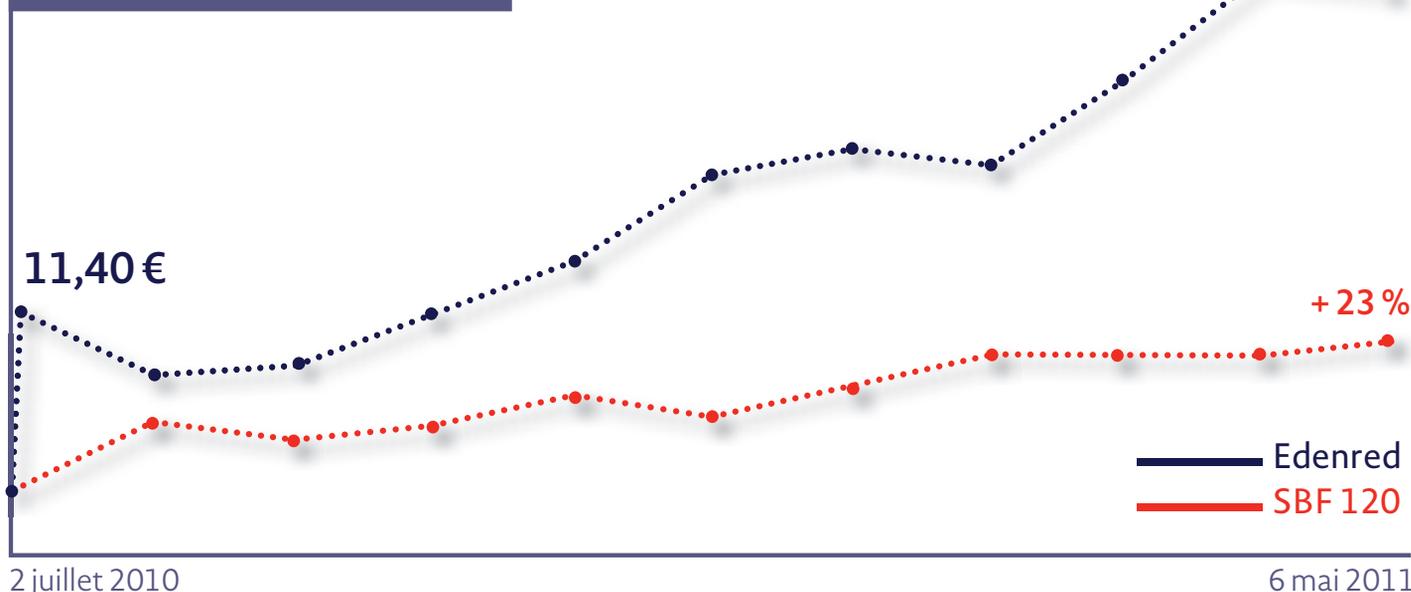
LA LETTRE AUX ACTIONNAIRES réalisée deux fois par an.



Suivez le cours du jour.

21,48 €  
+ 88 %

## LA VIE DU TITRE EDENRED



Lors de l'admission de ses titres à la cote sur le marché NYSE Euronext de Paris, le cours de référence de l'action Edenred était fixé à 11,40 euros. Le 2 juillet 2010, premier jour de cotation, le cours d'ouverture s'établissait à 13 euros et le cours de clôture à 14,80 euros. Par rapport au premier cours d'ouverture du 2 juillet 2010, l'action Edenred a progressé au 6 mai 2011 de 65%. À cette date, le cours de l'action Edenred s'établissait à 21,48 euros et la capitalisation boursière d'Edenred atteignait 4,9 milliards d'euros.



### À LA RENCONTRE DES ACTIONNAIRES

Edenred était présent au salon Actionaria les 19 et 20 novembre 2010 au Palais des Congrès à Paris. Ce fut l'occasion pour les actionnaires existants ou futurs d'Edenred de dialoguer avec ses représentants sur le stand.

### Dividende par action\*

0,50  
EURO

\*Soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 13 mai 2011.

### RELATIONS ACTIONNAIRES

Retrouvez chaque jour des informations financières sur [www.edenred.com](http://www.edenred.com)

Pour toute information, contactez le service des Relations actionnaires individuels

0 805 652 662

Téléphone accessible à partir de la France. De l'étranger, contactez Edenred par mail: [relations.actionnaires@edenred.com](mailto:relations.actionnaires@edenred.com)

Pour accéder à l'information financière détaillée, se référer au document de référence sur le site Internet: [www.edenred.com](http://www.edenred.com). Visé par l'AMF le 13 avril 2011.

**170** INITIATIVES en matière de responsabilité sociétale dans 40 pays.

# ENGAGÉ DANS LA CITÉ

Depuis son origine, Edenred contribue au progrès social grâce à ses produits dont la promesse est de faciliter la vie des salariés et des citoyens. Ainsi, avec l'invention de Ticket Restaurant® dans les années soixante, Edenred a participé à la démocratisation de la pause-déjeuner des salariés. C'est donc tout naturellement qu'Edenred est engagé dans une démarche de responsabilité sociétale (RSE) à travers ses activités de tous les jours.

## OBÉSITÉ : UNE AFFAIRE DE SANTÉ PUBLIQUE

L'Organisation mondiale de la santé (OMS) évalue à 300 millions le nombre d'adultes obèses et à un milliard ceux en surpoids. Autrefois réservée aux pays à revenu élevé, cette pathologie concerne désormais les pays à revenu faible ou intermédiaire et représente une part croissante des dépenses de santé des États : 8% des coûts de santé et 13% des décès en Europe selon l'OMS.

En plaçant une démarche de responsabilité sociétale au cœur de sa stratégie, Edenred souhaite aller plus loin et être acteur dans la cité, notamment en sensibilisant les parties prenantes à l'importance des questions de santé publique autour de l'alimentation équilibrée. Les préoccupations environnementales et la solidarité envers les communautés, exprimée par de nombreuses initiatives locales, font également partie des axes de cette démarche.

## L'ÉQUILIBRE ALIMENTAIRE

En 2005, le programme « Alimentation et équilibre » a été développé en France puis dans 12 autres pays. Objectif de ce programme représenté par la mascotte Gustino : permettre aux bénéficiaires de Ticket Restaurant®, via les restaurateurs affiliés, d'identifier facilement les plats qui respectent les règles d'une alimentation variée et équilibrée.

Depuis 2008, tirant profit de cette première expérience, Edenred coordonne 25 partenaires

autour du projet FOOD (*Fighting Obesity through Offer and Demand*) qui a pour but de promouvoir l'équilibre alimentaire en utilisant des axes de communication novateurs. Le groupe a renforcé son action en s'entourant d'experts issus de milieux différents et complémentaires - ministères, universités, pôles de recherche sur la nutrition – pour bâtir un programme cofinancé par la Commission européenne.



Pour en savoir plus :  
[www.food-programme.eu](http://www.food-programme.eu)

**4** MILLIONS DE PERSONNES  
ont bénéficié du programme FOOD.

**7** PAYS engagés aujourd'hui  
dans la démarche FOOD  
(Belgique, Espagne, France, Italie,  
République tchèque, Slovaquie, Suède).

## PROMOUVOIR L'ÉQUILIBRE ALIMENTAIRE



“

FOOD S'ADRESSE À DEUX CIBLES :  
LES EMPLOYÉS QUI DOIVENT TRAVAILLER  
LOIN DE LEUR DOMICILE PENDANT  
DE LONGUES JOURNÉES ET MANGER  
AU RESTAURANT ET LES RESTAURATEURS,  
FOURNISSEURS DE REPAS. **IL ÉTAIT  
FONDAMENTAL DE SENSIBILISER  
CES DEUX CIBLES SUR  
L'IMPORTANCE  
D'UNE ALIMENTATION  
ÉQUILIBRÉE.**”

**CARMEN VILLAR,**  
AGENCE ESPAGNOLE DE LA SÉCURITÉ  
ALIMENTAIRE ET DE LA NUTRITION - ESPAGNE  
TECHNICIEN SUPÉRIEUR.

“

NOUS AVONS SONDÉ  
LES ATTENTES DE 52 000 EMPLOYÉS ET  
5 000 RESTAURATEURS. CE TRAVAIL DE  
QUALITÉ **POURRA ÊTRE UTILISÉ  
À PLUS LARGE ÉCHELLE POUR  
DES INITIATIVES DE SENSIBILISATION  
EN BELGIQUE, ET PLUS  
LARGEMENT AU NIVEAU  
EUROPÉEN.**”

**LAURENCE DOUGHAN,**  
MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DE L'ÉGALITÉ DES CHANCES  
BELGIQUE / EXPERT POLITIQUE NUTRITIONNELLE PNNS,  
SERVICE PUBLIC FÉDÉRAL SANTÉ PUBLIQUE.



75%

DES PAYS DU GROUPE ont participé à la Journée de la Terre organisée pour sensibiliser les collaborateurs sur les problématiques de l'environnement en 2010.

## PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT



“

LES OUTILS DU PROGRAMME ECO PRESSING® NOUS SONT D'UNE GRANDE AIDE POUR COMPRENDRE ET METTRE EN PLACE LES ÉVOLUTIONS NÉCESSAIRES À NOTRE MÉTIER. LE PROGRAMME PROPOSE 50 ACTIONS CONCRÈTES POUR FAVORISER LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT ET LA PROTECTION DES PERSONNES. C'EST NOTAMMENT GRÂCE AUX CONSEILS DU PROGRAMME ECO PRESSING® QUE NOUS AVONS MIS EN PLACE LA SOLUTION AQUANETTOYAGE, 100% ÉCOLOGIQUE ET QUE NOUS AVONS ÉTÉ RÉCOMPENSÉS PAR LES POUVOIRS PUBLICS.”

M. ET M<sup>ME</sup> DEPASSE, GÉRANTS DU PRESSING ROYAL PRESSING, AFFILIÉ DE TICKET CLEAN WAY®.

### ACCOMPAGNER LES PRESSINGS SUR LA VOIE DE L'ÉCOLOGIE

Afin de matérialiser son engagement en faveur du développement durable, Ticket Clean Way® a lancé en 2010 le programme ECO Pressing® : une réponse concrète pour aider l'ensemble des pressings de France à comprendre et intégrer la nouvelle législation et améliorer leurs performances environnementales.

L'activité d'Edenred a un faible impact sur l'environnement, le groupe s'engage néanmoins à le réduire et à améliorer sa performance environnementale dans tous les pays où il est présent. Deux axes prioritaires sont définis : l'éco-conception des produits et le management environnemental.

#### ECO-CONCEPTION

Pour les titres imprimés sur papier, Edenred encourage l'utilisation de papier recyclé et/ou labellisé Forest Stewardship Council (FSC) qui certifie que le papier utilisé provient de forêts

gérées de façon durable et exploitées de façon raisonnée. 75 % des pays utilisent des matériaux de cette nature pour la production des titres.

#### MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

C'est notamment à travers la certification Iso 14 001 que le groupe encourage le management environnemental. Trois pays sont déjà certifiés en 2010. Cette année a également marqué le lancement d'un reporting environnement international.

**70** PROJETS dans le domaine de l'éducation, de l'enfance ou de l'aide aux plus démunis.

## ÊTRE **SOLIDAIRE** ENVERS LES COMMUNAUTÉS LOCALES



“

À CHACUNE DE MES VISITES, LES ENFANTS ET LES MÈRES M'ATTENDENT AVEC IMPATIENCE. DANS UN ENVIRONNEMENT TELLEMENT TRISTE, J'ENDOSSE MON RÔLE DE CLOWN ET JE RÉUSSIS LE TOUR DE FORCE DE LES FAIRE RIRE GRÂCE À MON FAMEUX NEZ. UN PEU DE MON TEMPS ET JUSTE CE NEZ ROUGE : UN CADEAU INFINIMENT GRAND POUR EUX. ”

**DALIANA ROJAS ALIAS «LE DOCTEUR HABIBI»**, COLLABORATRICE DE CESTATICKET® ET BÉNÉVOLE DE L'OPÉRATION.

### **PAYASOS DE HOSPITAL**

En 2010, les 63 salariés volontaires de Cestaticket® au Venezuela ont apporté un peu de joie à plus de 500 enfants hospitalisés dans le cadre du programme « Des clowns dans des hôpitaux ».

Grâce aux 6 000 collaborateurs du groupe, près de 70 projets ont été menés dans les domaines de l'éducation, de l'enfance ou de l'aide aux plus démunis. Ces initiatives, essentiellement locales, prennent différentes formes: bénévolat, collecte de titres restaurant ou autre auprès des collaborateurs, des partenaires ou des clients.

### **L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL D'EDENRED RECONNU**



En reconnaissance de son engagement en matière de responsabilité sociétale, Edenred intègre cette année le classement FTSE4Good, l'indice international de responsabilité sociale et environnementale. La série d'indices boursiers éthiques FTSE4Good a été conçue pour mesurer la performance des sociétés qui répondent aux normes mondialement reconnues en matière de

responsabilité sociale. Parmi les 305 entreprises européennes qui figurent dans l'indice, seules 45 sont françaises. L'intégration d'Edenred dans cet indice constitue un encouragement à poursuivre une politique de responsabilité sociétale.

### **RESTAURONS LA SOLIDARITÉ**

L'opération « Restaurons la solidarité » menée par Edenred en France, avec sa marque Ticket Restaurant®, au profit de la Croix-Rouge française a permis de récolter plus d'un million d'euros depuis 2002. Le principe est simple: « 1 titre donné = 4 repas partagés ». Bilan de l'entraide: 50 millions de repas distribués dans les 750 sites nationaux, 100 épicerie sociales équipées et l'attribution de titres de services pour l'achat de denrées alimentaires fraîches.



Depuis 2010, une journée est dédiée aux actions de solidarité. 31 pays ont participé à la première édition de la journée « Eden for all ».

# EDENRED

## DANS LE MONDE

### Europe

Allemagne	Grèce	Rép. tchèque
Autriche	Hongrie	Royaume-Uni
Belgique	Italie	Roumanie
Bulgarie	Luxembourg	Slovaquie
Espagne	Pays-Bas	Suède
Finlande	Pologne	Suisse
France	Portugal	Turquie

### Amériques

Argentine  
Brésil  
Chili  
États-Unis  
Mexique  
Pérou  
Uruguay  
Venezuela

### Afrique & Moyen-Orient

Afrique du Sud  
Liban  
Mali  
Maroc

### Asie - Pacifique

Australie  
Chine  
Corée du Sud  
Hong Kong  
Inde  
Singapour  
Taïwan

## EDENRED

EN CHIFFRES EN 2010

**40** PAYS

**6 000** COLLABORATEURS

**530 000** ENTREPRISES ET COLLECTIVITÉS CLIENTES

**1,2** MILLION DE PRESTATAIRES AFFILIÉS

**34,5** MILLIONS DE BÉNÉFICIAIRES

**13,9** MILLIARDS D'EUROS DE VOLUME D'ÉMISSION



**Pour lire les codes avec votre mobile,**  
télécharger l'application mobiletag à partir  
du site : [www.mobiletag.com](http://www.mobiletag.com)  
Votre mobile doit être équipé d'un autofocus  
et pouvoir se connecter à Internet  
(vérifier les conditions d'accès auprès  
de votre opérateur).

Ce document est édité par la Direction de la Communication Corporate Edenred.

Création et réalisation :  eurokapi

Crédits photos : Corbis, H. Domingues, Y. Forestier / Alkama, Getty Images, G. Korganow / La Company, M. Nicolosi / Vater GmbH, Photononstop, Rudolf Schmied, Shutterstock, Thinkstock, JR. Valeiro, A. Veldman / Metamis, DR.

Nous remercions nos clients, affiliés et bénéficiaires qui ont participé à la réalisation de cette brochure.

Dans le cadre de son engagement de responsabilité sociétale,  
Edenred a choisi d'imprimer ce document sur du papier 100 % recyclé,  
certifié FSC® Recycled.

RA-VF V2 Mai 2011

For  
an  
easier  
life\*



Direction de la Communication Corporate Edenred.  
Immeuble Columbus - 166-180 boulevard Gabriel Péri  
92245 Malakoff cedex - France  
Tel: +33 (0)1 74 31 75 00  
[www.edenred.com](http://www.edenred.com)

*\* Pour une vie plus facile*