

Tout un univers de solutions

Le développement D'UN PIONNIER

Activités du groupe

Faciliter la vie des salariés et améliorer l'efficacité des organisations, telle est la mission d'Edenred au quotidien. Au travers de ses 4 familles de solutions, Edenred répond aux nouveaux besoins de ses parties prenantes et de l'évolution des changements de société.



AVANTAGES AUX SALARIÉS

Des solutions innovantes pour les entreprises qui souhaitent faciliter la vie de leurs collaborateurs dans de nombreux domaines : alimentation, transport, santé, formation, aide à la personne...

Voir pages 16 à 21



FRAIS PROFESSIONNELS

Des solutions simples pour les entreprises afin de gérer plus efficacement, en toute transparence et à moindre coût, les frais professionnels de leurs collaborateurs: frais d'essence, déplacements professionnels, entretien des vêtements professionnels...

Voir pages 22 à 25



MOTIVATION ET RÉCOMPENSES

Des solutions personnalisées pour les entreprises en quête de moyens pour développer la motivation individuelle ou celle des équipes, pour accroître la performance de réseaux commerciaux ou pour augmenter la fidélité dans la relation clients.

Voir pages 26 à 29

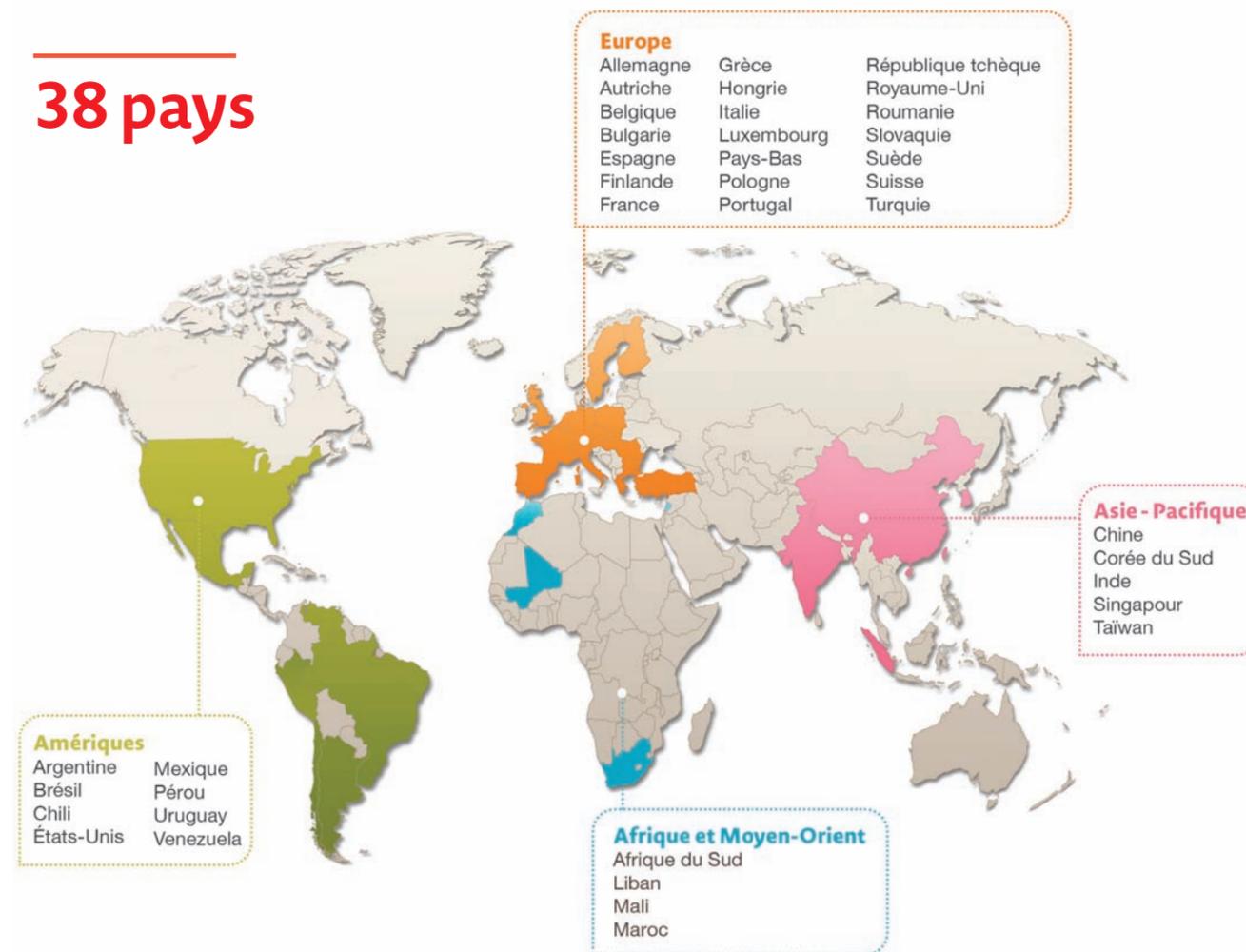


GESTION DES PROGRAMMES SOCIAUX PUBLICS

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 les bénéficiaires.

Voir pages 30 à 33

38 pays



50 ans d'innovation

1962
1976

DU CONCEPT AU DÉPLOIEMENT D'UN MODÈLE ÉCONOMIQUE

Sur le modèle du titre restaurant Luncheon Voucher, lancé en 1954 au Royaume-Uni, Jacques Borel donne naissance à la marque Ticket Restaurant® en France en 1962. Le titre restaurant devient un véritable avantage social officialisé par une ordonnance en 1967. Forte de son succès, la formule est exportée à l'étranger dès 1976.

2000
2010

UNE OFFRE ÉLARGIE 2010: CRÉATION D'EDENRED

Dès les années 2000, le développement s'accélère et l'innovation se décline sur de nouveaux territoires : la motivation, les récompenses et les solutions de gestion des frais professionnels.

En juin 2010, suite à la séparation entre les activités Hôtellerie et Services prépayés du groupe Accor, Accor Services devient Edenred. Le nouveau Groupe Edenred prend ainsi son autonomie, définit son projet industriel de transformation « EDEN » (Entreprendre Différemment ENsemble) et entre en bourse le 2 juillet 2010 sur le marché NYSE Euronext de Paris.

Fin 2011, Edenred exprime clairement son ambition : devenir la référence pour l'ensemble de ses parties prenantes et générer une croissance soutenue et durable.

1976
2000

D'UNE PRÉSENCE LOCALE À UN LEADERSHIP MONDIAL

Les avantages liés à l'alimentation destinés aux salariés se développent ainsi dans le monde, en Europe puis en Amérique latine, grâce à ses deux marques phares : Ticket Restaurant® et Ticket Alimentación®. Filiale du Groupe Accor depuis 1983, l'entité Ticket Restaurant® prend un nouveau virage et devient Accor Services en 1998.

Brochure annuelle 2011

SOMMAIRE

- Devenir la référence de nos parties prenantes p. 1

UN GROUPE EN MARCHÉ

- Bilan et perspectives
Entretien avec Jacques Stern p. 2-3
- Un groupe au cœur d'un écosystème unique p. 4-5
- 2010-2016, une dynamique stratégique en 3 temps ... p. 6-7
- 2011, une année de fondation et de croissance p. 8-9
- 2012, innover pour préparer l'avenir p. 10-11
- Positionner nos « Customers »
au cœur de nos actions p. 12
- Faire de l'alimentation saine
le cœur de notre approche sociétale p. 13

AU PLUS PRÈS DES BESOINS

- Des solutions inventives au plus près des besoins p. 14-15
- Faciliter la vie des salariés p. 16-21
- Optimiser la gestion des frais professionnels p. 22-25
- Stimuler et reconnaître la performance p. 26-29
- Accompagner la gestion
des programmes sociaux publics p. 30-33

ET QUI S'INVESTIT AU QUOTIDIEN

- Faire des collaborateurs les acteurs
de la construction d'Edenred p. 34-35
- Associer les actionnaires à une stratégie
de croissance forte et durable p. 36-37
- S'engager dans la cité pour promouvoir
des modes de vie responsables p. 38-39

Contacts Edenred dans le monde p. 40

Découvrez également la brochure sur :

 www.edenred.com

DEVENIR LA RÉFÉRENCE

de nos parties prenantes

Edenred, inventeur de Ticket Restaurant® et leader mondial des services prépayés aux entreprises, imagine et développe des solutions facilitant la vie des salariés et améliorant l'efficacité des organisations.

Les solutions proposées par Edenred garantissent que les fonds attribués par les entreprises seront affectés à une utilisation spécifique. Elles permettent de gérer:

- les avantages aux salariés
- les frais professionnels
- la motivation et les récompenses

Le Groupe accompagne également les institutions publiques dans la gestion de leurs programmes sociaux.

Avec une croissance toujours au rendez-vous en 2011, Edenred poursuit sa stratégie et prépare son avenir. Cultivant son esprit pionnier, le Groupe s'apprête à entamer une phase essentielle de son développement pour conquérir de nouveaux territoires : systématiser ses succès, inventer les solutions de demain, ouvrir de nouveaux pays, accélérer le passage de son offre au numérique. Edenred s'appuie sur une approche managériale et sociétale tournées vers l'intérêt de ses parties prenantes, propres à guider les actions de ses 6 000 hommes et femmes dans le monde, confiants en l'avenir.

CHIFFRES CLÉS

• **38**
pays

• **6 000**
collaborateurs

• **580 000**
entreprises et
collectivités clientes

• **1,3 million**
de prestataires affiliés

• **36,2 millions**
de bénéficiaires

• **15,2 milliards**
d'euros de volume
d'émission



« Nous avons su assurer de bonnes performances à court terme et poser les bases de notre croissance à long terme. »

Bilan et perspectives

Entretien avec Jacques Stern

Président-directeur général Edenred

Comment qualifier l'année écoulée pour Edenred ?

Jacques Stern — Après l'introduction en bourse réalisée il y a tout juste 18 mois, 2011 signe une année de très bonnes performances économiques et financières, en ligne avec les objectifs fixés : une croissance annuelle du volume d'émission comprise entre 6 et 14 % et une marge brute d'autofinancement⁽¹⁾ supérieure à 10 %. En tenant avec succès ces deux objectifs, nous confortons notre crédibilité auprès de ceux qui nous font confiance et qui nous observent. Ce fût aussi une année durant laquelle nous avons renforcé les fondations pour préparer l'avenir. En un mot, nous avons su assurer de bonnes performances à court terme et poser les bases de notre croissance à long terme.

Quelles ont été les grandes réussites commerciales de l'année ?

Jacques Stern — Elles se situent dans notre cœur d'activité (86 % du volume d'émission), puisque les Avantages aux salariés liés à l'alimentation et à la qualité de vie ont enregistré une croissance de 9,4 %. Nous avons

également réalisé de belles réussites sur le marché très prometteur de la Gestion des frais professionnels, avec une croissance de 21 % (contre 9,7 % en moyenne pour l'ensemble de nos solutions). C'est une bonne nouvelle, car ce type d'offre constitue un axe majeur de notre développement. J'en profite pour saluer le lancement de Ticket Frete® au Brésil, à destination des chauffeurs de poids lourds indépendants, représentant un marché potentiel de 23 milliards d'euros.

Comment le Groupe résiste-t-il à la crise ?

Jacques Stern — Notre activité est peu cyclique, c'est-à-dire moins sensible à la conjoncture économique, même si la vitalité de l'emploi salarié affecte notre activité. Trois facteurs expliquent nos performances dans ce contexte. Notre implantation dans les pays émergents, où la croissance reste très soutenue à l'image de celle du Brésil. Ensuite, la faible pénétration des marchés, où seuls 15 à 20 % des utilisateurs potentiels bénéficient de titres de services y compris en Europe. Enfin, notre capacité à imaginer et à déployer de nouvelles solutions. Ce qui explique pourquoi, avec ces deux dernières raisons, la croissance reste possible en Europe.

(1) avant éléments non récurrents

L'équipe dirigeante

La mise en œuvre de la stratégie, du développement et de l'organisation d'Edenred relève du Comité Exécutif. Celui-ci est composé de 14 membres, représentants opérationnels des grandes régions du monde et managers fonctionnels apportant un support d'expertise aux opérations.



- 1 Jacques Stern, Président-directeur général
- 2 Gilles Bonnin, Technologie et Systèmes d'Informations Stratégiques
- 3 Jean-Louis Claveau, Amérique latine hispanique et du Nord
- 4 Gilles Coccoli, Stratégie et Développement
- 5 Laurent Delmas, France
- 6 Philippe Dufour, Investissements alternatifs
- 7 Arnaud Erulin, Europe centrale et Scandinavie
- 8 Graziella Gavezotti, Europe du Sud
- 9 Loïc Jenouvrier, Finances et Juridique
- 10 Oswaldo Melantonio Filho, Brésil
- 11 Laurent Pellet, Asie-Pacifique
- 12 Jeanne Renard, Ressources Humaines
- 13 Bernard Rongvaux, Europe du Nord, Moyen-Orient et Afrique et Relations Institutionnelles
- 14 Eliane Rouyer-Chevalier, Communication et RSE

Edenred est en construction. Comment embarquer 6 000 personnes dans cette aventure ?

Jacques Stern — Edenred est une société toute jeune. La stratégie industrielle et commerciale réussira d'autant mieux que nous aurons une posture commune vis-à-vis de nos parties prenantes. La question est de faire passer le Groupe d'une offre mono-produit à une offre multi-solutions, d'un support papier à de multi-supports (papier, carte, téléphone), d'une relation centrée vers les clients à une relation avec les clients, les bénéficiaires et les affiliés. Pour réaliser cela, il nous faut une approche managériale comprise et partagée par tous et qui, à long terme, va forger notre culture d'entreprise. Que vise-t-elle ? Par l'excellence de notre qualité de service au jour le jour et par notre capacité d'innovation, devenir le référent de nos affiliés, de nos bénéficiaires, de nos clients et plus généralement, de toutes nos parties prenantes. Comment ? En développant une écoute et une compréhension totale de leurs besoins, en se mettant à leur place, de façon à anticiper leurs attentes et les surprendre dans ce que nous faisons tous les jours.

Quelles sont les perspectives en 2012 pour Edenred ?

Jacques Stern — Je vois 2012 avec optimisme. Nous allons célébrer les 50 ans de notre marque emblématique, Ticket Restaurant®. Capitalisant sur nos acquis, nous sommes aujourd'hui en ordre de marche pour accélérer notre croissance. Nous allons faire de nouvelles avancées, principalement axées sur le développement de notre offre et sur sa dématérialisation. Je suis pleinement confiant dans notre capacité commune d'atteindre en 2012 les objectifs que nous nous sommes fixés, une croissance entre 6 et 14 % par an du volume d'émission et de plus de 10 % de croissance en ce qui concerne la marge brute d'autofinancement⁽¹⁾. Nous allons travailler ensemble pour être au plus près de nos parties prenantes et ainsi devenir leur partenaire de référence.



Un groupe au cœur d'un écosystème unique

C'est dans un esprit de progrès commun qu'Edenred accompagne les populations dans le monde, en répondant aux besoins de première nécessité ou plus sophistiqués. Edenred invente et développe ainsi chaque jour de nouvelles solutions pour faciliter la vie des salariés et citoyens et améliorer l'efficacité des organisations.

NOTRE AMBITION

Être la référence pour l'ensemble de nos parties prenantes et générer une croissance soutenue et durable.

NOTRE MISSION

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

Edenred propose aux entreprises des solutions simples pour leurs salariés. Ainsi, chaque jour, plus de 36 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...

NOTRE MÉTIER

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

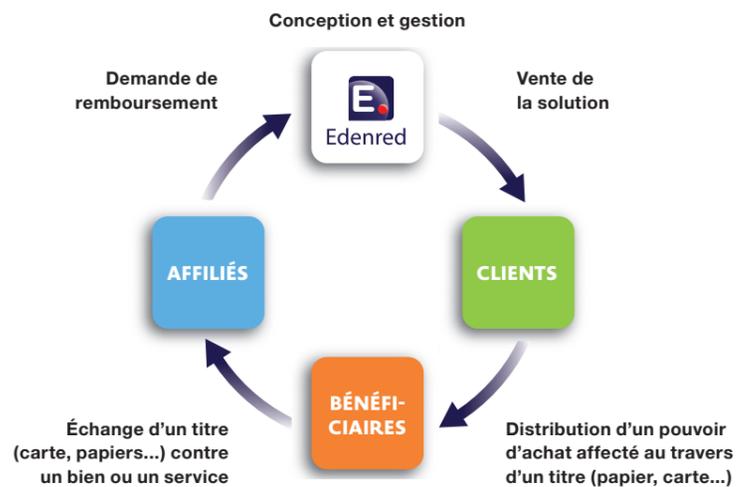
Les bénéficiaires peuvent ainsi utiliser ce pouvoir d'achat pour accéder à des biens ou des services prédéterminés par l'entreprise ou la collectivité, auprès d'un réseau de commerçants et de prestataires de services affiliés sélectionnés.

NOTRE SAVOIR-FAIRE

Garantir que les fonds attribués par les clients, entreprises ou collectivités, seront efficacement affectés à l'usage spécifique qu'ils en ont déterminé.

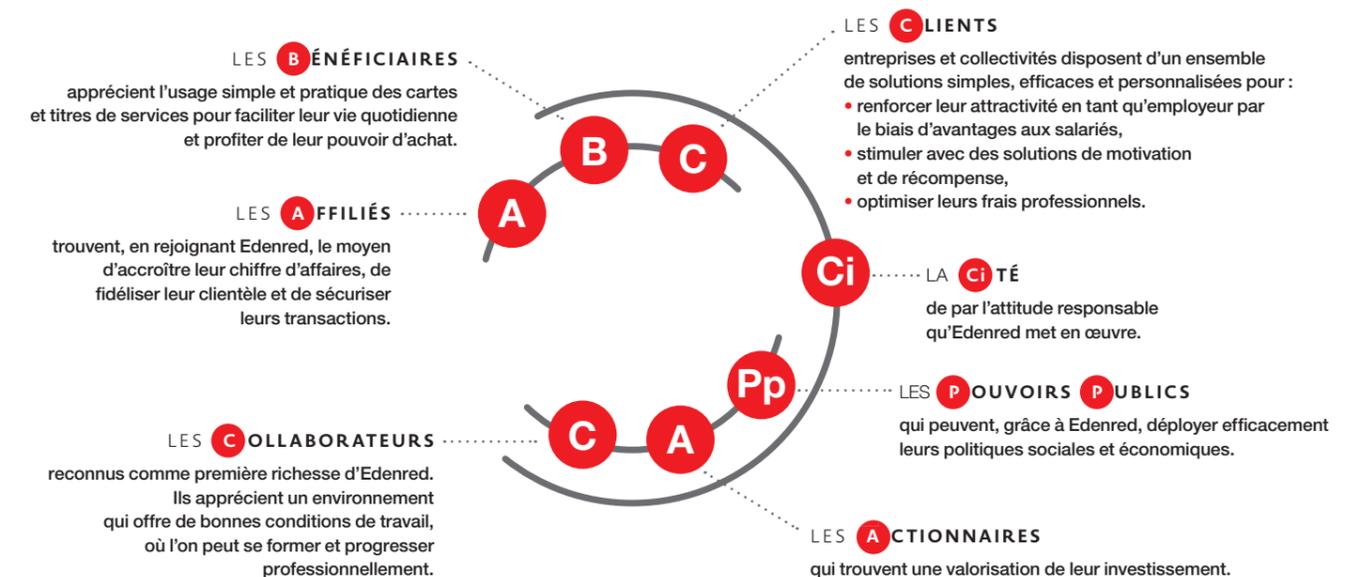
La traçabilité des fonds assure l'efficacité de la diffusion des politiques sociales des collectivités et des gouvernements.

NOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE



NOTRE ÉCOSYSTÈME GAGNANT

Porté par des tendances de fond, le modèle économique d'Edenred est fondé sur une relation « gagnant-gagnant » pour toutes ses parties prenantes.



Edenred entretient avec ses parties prenantes une relation de confiance, fondée sur l'intérêt mutuel et la responsabilité. Au cœur de cette dynamique vertueuse : le bénéfice pour tous.





2010-2016

une dynamique stratégique en 3 temps

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 et exprime clairement son ambition : construire des solutions différenciées et proposer une qualité de service unique pour répondre aux besoins des « Customers » et ainsi devenir la référence. Définie en 2010, la stratégie s'articule autour de 3 temps pour répondre à des exigences de performance à court terme et bâtir une croissance à moyen et long termes.

La stratégie d'Edenred s'inscrit dans la durée, autour des 3 phases qui viennent rythmer les progrès de l'entreprise.

RÉUSSIR 2010

La première phase, « Réussir 2010 », consistait pour le Groupe à mettre en place les conditions de son autonomie, depuis sa séparation réussie du Groupe Accor. Edenred a ainsi franchi en 2010 de grandes étapes pour construire le futur : formalisation du projet d'entreprise, mise en place d'une équipe de management et d'une gouvernance d'entreprise, création d'une nouvelle identité, introduction en Bourse, expression de son cœur de métier, structuration de l'offre commerciale et définition d'objectifs financiers.

CONQUÉRIR 2012

Dans cette deuxième phase, il s'agit pour le Groupe de renforcer les fondations pour créer les conditions d'une croissance soutenue et durable. « Conquérir 2012 » repose sur la mise en œuvre de deux priorités stratégiques :

Développer la croissance organique
Cultiver les territoires connus en systématisant le déploiement de ses savoir-faire et succès. Actionner ainsi les leviers

de croissance : développement de nouveaux produits et services, ouvertures de nouveaux pays, conquête de nouveaux clients, augmentation de la valeur faciale des titres.

Accélérer le passage au numérique
« Dématérialiser les solutions », source d'innovation et de relations nouvelles avec les parties prenantes. L'innovation via le passage au numérique va permettre la conquête de nouveaux territoires de croissance en étant au plus près des attentes des clients, bénéficiaires et affiliés. L'objectif est de dématérialiser en 2012 la moitié du volume d'émission.

INVENTER 2016

C'est à partir d'une meilleure connaissance de la relation avec ses parties prenantes, possible grâce au numérique, que le Groupe pourra « Inventer 2016 ». Avec plus de services offerts à ses clients, affiliés et bénéficiaires, l'offre commerciale d'Edenred sera enrichie et différenciée.

LES LEVIERS DE CROISSANCE DU VOLUME D'ÉMISSION

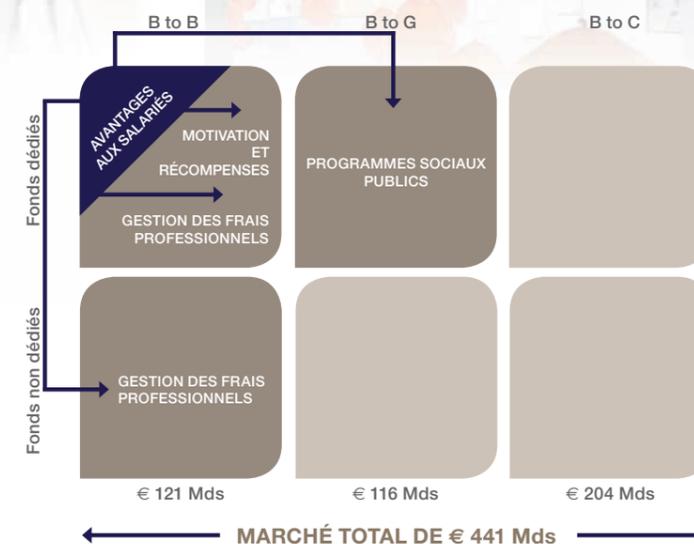
Edenred a identifié quatre leviers de croissance organique, pour mener à bien son objectif de progression du volume d'émission comprise entre 6 % et 14 % par an :

- Augmenter le taux de pénétration sur ses marchés existants : de 2 % à 5 %**
- Créer de nouvelles solutions et déployer les solutions existantes : de 2 % à 4 %**
- Étendre la couverture géographique : de 1 % à 2 %**
- Augmenter la valeur faciale des programmes : de 1 % à 3 %**

Par ailleurs, Edenred pourra être amené à réaliser des acquisitions ciblées

LA CROISSANCE DE LA MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT

de plus de 10 % par an en données comparables.



NOTRE CŒUR DE MÉTIER

Dans le marché du BtoB, Edenred vend ses solutions à l'entreprise qui décide du montant alloué sur les titres (titres papier, cartes...) et les remet à des bénéficiaires, en règle générale, le salarié.

Dans le segment BtoG, Edenred vend ses solutions aux gouvernements (ou collectivités locales ou régionales) pour les distribuer à des citoyens dans le cadre de leurs politiques sociales.

Dans le marché du BtoC, le consommateur est celui qui achète la solution prépayée.

Celui qui décide du montant à distribuer en définit également l'usage. Dans le cas des fonds dédiés, il peut destiner ces fonds à une utilisation spécifique (il s'agit ainsi de restaurants pour Ticket Restaurant®, de supermarchés pour Ticket Alimentación®), utilisables dans un réseau de commerçants affiliés sélectionnés.

Dans le cas des fonds non dédiés, l'utilisation des fonds est plus large, auprès d'un réseau ouvert de commerçants.

Notre marché

Dans un marché des services prépayés aux entreprises estimé à 121 milliards d'euros en 2011, Edenred se positionne comme leader mondial des Avantages aux salariés avec 15,2 milliards d'euros de volume d'émission.

Edenred est expert en gestion des fonds dédiés et non-dédiés attribués par les entreprises (BtoB), ainsi que dans la gestion de fonds dédiés alloués par les institutions publiques ou gouvernements (BtoG).

Le Groupe entend en premier lieu capitaliser sur les Avantages aux salariés et se développer sur des segments en plein essor, comme les solutions de Gestion des frais professionnels et les solutions dans le domaine de la Motivation et des récompenses.

Pour autant, Edenred pourra s'intéresser aux segments de marché adjacents à son cœur de métier, c'est-à-dire aux segments de marché autres que BtoB / BtoG. Ceci est le sens du partenariat avec la société de capital-risque Partech International, initié en décembre 2011, dans lequel Edenred a décidé d'investir 15 millions d'euros.



une année de fondation et de croissance

Edenred a renforcé en 2011 ses fondations, gage d'une croissance future à la fois soutenue et durable, en plaçant l'innovation au cœur de sa stratégie, tout en assurant des résultats à court terme. Le Groupe confirme la solidité de son modèle économique et la pertinence de sa stratégie avec des performances en ligne avec les perspectives annoncées.

● DES FONDATIONS RENFORCÉES

Pour bâtir le socle solide d'une croissance durable, Edenred a mis en place tout au long de 2011 les conditions pour mieux comprendre les besoins de ses clients, mobiliser les compétences et susciter la créativité des équipes. De faire de l'innovation marketing et technologique de puissants ressorts de la croissance.

Rendre possible le passage au numérique

Pas moins de 18 pays ont lancé de nouvelles solutions « digitales » depuis 2010. Pour ce faire, des équipes dédiées ont été constituées pour préparer la transition du papier aux supports numériques (cartes, téléphones portables, Internet...) et les adaptations nécessaires dans la chaîne de valeur.

Préparer le développement de nouveaux pays

Évaluer le potentiel de futurs marchés, en croisant des critères socio-économiques, réglementaires ou encore concurrentiels, telle est la mission de l'équipe de pré-développement. Ainsi, 15 pays ont été étudiés de juin 2010 à décembre 2011 ; des travaux qui permettent au Groupe de confirmer l'ouverture de 6 à 8 pays à horizon 2016 dont 1 à 2 dès 2012.

Créer les conditions pour intensifier l'innovation

Fidèle à son esprit pionnier, Edenred place plus que jamais l'innovation au cœur de sa stratégie et s'est structuré pour stimuler l'imagination et encourager les initiatives de ses équipes opérationnelles.

- La création d'une filière de « business developers » dont la mission prioritaire consiste à concevoir de nouvelles solutions.

- La mise en place d'un pipeline de l'innovation pour favoriser le partage. Depuis son lancement en juillet 2011, ce ne sont pas moins de 120 projets innovants identifiés et examinés par le Groupe.

- La création d'un forum annuel de l'innovation, d'un prix de l'innovation et d'un fonds de l'innovation pour encourager et co-financer le lancement des projets les plus ambitieux.

● DES RÉALISATIONS EN LIGNE AVEC LA STRATÉGIE

L'année 2011 s'est caractérisée par une forte croissance des activités du Groupe.

Premiers résultats de la stratégie de croissance organique

La stratégie de croissance organique du Groupe commence à porter ses fruits.

En 2011, le volume d'émission a progressé de 9,7 %, pour atteindre 15,2 milliards d'euros. Cette croissance du volume d'émission a été portée par le dynamisme des pays émergents, dans lesquels il a progressé de 17,8 %⁽¹⁾ pour représenter 58 % du volume d'émission global. En dépit d'un contexte économique particulièrement difficile en Europe, Edenred a réalisé une croissance de 2,7 % de son volume d'émission. Cette performance globale résulte de plusieurs facteurs :

- Un fort dynamisme commercial, qui se traduit par l'augmentation des taux de pénétration sur les marchés existants à hauteur de 5,3 % du volume d'émission. Cette progression résulte de 1,7 million de nouveaux bénéficiaires dans le monde. En France par exemple, le nombre de bénéficiaires de titres Ticket Restaurant® auprès de sociétés nouvellement démarchées a augmenté de 4,5 % avec 52 000 bénéficiaires en 2011.

- Une accélération du déploiement de nouvelles solutions qui ont généré une hausse de 0,8 % du volume d'émission à l'image de l'accueil réservé au lancement de Ticket Restaurant® au Mexique, avec 46 000 bénéficiaires acquis en 4 mois.

- Une progression de la valeur faciale des titres de services qui a contribué à hauteur de 3,6 % à la croissance du volume d'émission. Elle dépend de l'évolution de l'inflation, qui a été soutenue dans certains

CHIFFRES CLÉS 2011

15,2 milliards €
Volume d'émission

58 %
Volume d'émission dans les pays émergents

1,0 milliard €
Chiffre d'affaires

355 millions €
Résultat d'exploitation courant

257 millions €
Marge brute d'autofinancement⁽²⁾

306 millions €
Flux de trésorerie libres⁽⁴⁾

pays d'Amérique latine et plus modérée en Europe. Elle dépend aussi de la décision des employeurs de la faire progresser dans le cadre de leur politique de ressources humaines.

Belle avancée du passage au numérique

En 2011, le numérique est rentré dans une phase d'accélération de son déploiement. Les solutions dématérialisées ont représenté 41 % du volume d'émission total du Groupe, contre 34 % à fin 2010. En Amérique latine, région la plus avancée, le déploiement est réalisé à 70 % en 2011 (contre 59 % en 2009). En Europe, le passage au numérique en est à ses débuts, avec 11 % de volume dématérialisé à fin 2011 (contre 6 % en 2009).

● UNE POLITIQUE FINANCIÈRE ÉQUILIBRÉE

La situation financière solide d'Edenred lui permet de mener une politique financière qui se traduit par la recherche d'une répartition équilibrée de ses flux de trésorerie entre :

● Une politique visant à augmenter la valeur du dividende de manière récurrente dans les années à venir.

Le Groupe propose de distribuer près de 80 % de son résultat courant après impôts, en versant un dividende de **0,70 euro par action**⁽³⁾, contre 0,50 euro en 2011, soit une augmentation de 40 %,

● Le remboursement de la dette brute.

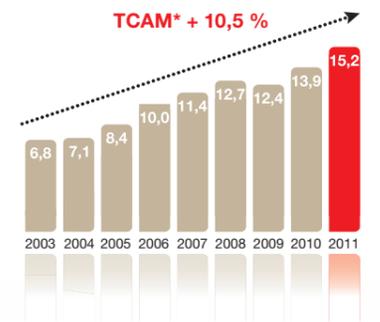
En 2011, le Groupe a procédé au remboursement de 100 millions d'euros, représentant un tiers de la génération de flux de trésorerie libres,

● Des acquisitions ciblées.

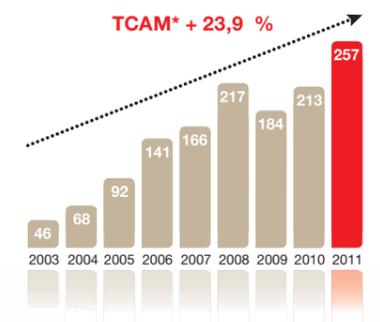
Le Groupe poursuit une stratégie d'acquisitions ciblées pour augmenter ses parts de marché dans les pays où il est présent.

● UNE CROISSANCE SOUTENUE

● VOLUME D'ÉMISSION (En milliards d'euros)



● MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT⁽²⁾ (En millions d'euros)



● RÉSULTAT D'EXPLOITATION COURANT

Le résultat d'exploitation courant s'élève en 2011 à 355 millions d'euros, en hausse de 11,2 % et se situe dans la fourchette haute de l'objectif fixé, compris entre 340 et 360 millions d'euros.

(*) Taux de croissance annuel moyen

(1) En données comparables

(2) Avant éléments non récurrents

(3) Dividende soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 15 mai 2012

(4) Indicateur clé permettant de mesurer la génération des flux de trésorerie du groupe



2012

innover pour préparer l'avenir

Edenred poursuit en 2012 sa croissance autour de deux axes prioritaires : la poursuite de la croissance organique et l'accélération du passage au numérique.

● LA CROISSANCE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE

Dès son introduction en bourse en juillet 2010, Edenred a affiché des objectifs de forte croissance du volume d'émission, comprise entre 6 et 14 % par an. Pour les atteindre, le Groupe s'est fixé les objectifs suivants :

Augmenter le taux de pénétration

Dans la plupart des pays dans lesquels Edenred est implanté, le taux de pénétration des services prépayés aux entreprises est très faible. En moyenne, seuls 15 à 20 % des utilisateurs potentiels en bénéficient. En particulier beaucoup de petites et moyennes entreprises n'ont pas encore recours à Ticket Restaurant® ou Ticket Alimentación®.

Développer de nouvelles solutions

Depuis 2011, Edenred se donne les moyens d'intensifier l'innovation notamment grâce à des solutions digitalisées. Numérique et innovation sont très fortement imbriqués. En effet, les supports numériques permettent de connaître au plus près les bénéficiaires et les commerçants affiliés, ce que le support papier ne permet tout simplement pas. Le pipeline de l'innovation, mis en place en 2011, est une façon simple de canaliser des idées qui naissent dans les filiales du Groupe et qui, au fil du processus de sélection et

d'enrichissement, donnent lieu à la création de programmes et services nouveaux. Avec comme premiers résultats, 26 nouvelles solutions qui seront lancées d'ici fin 2012, représentant une hausse de 20 % de l'offre depuis 2010 et qui devraient contribuer à hauteur de 2 % à 4 % à la croissance du volume d'émission dès 2013, contre 0,8 % en 2011 et 0,6 % en 2010.

Ouvrir de nouveaux pays à potentiel

Edenred cible l'ouverture de 6 à 8 pays d'ici 2016 dont 1 à 2 pays prévus dès 2012, notamment dans les pays où la croissance économique fait émerger une classe moyenne urbaine, dont les besoins évoluent rapidement.

● ACCÉLÉRER LE PASSAGE AU NUMÉRIQUE

Déjà une réalité dans les pays d'Amérique latine où 70 % du volume d'émission est dématérialisé, Edenred accélère le passage au numérique dans les autres zones géographiques, notamment en Europe. Cartes électroniques, services Internet ou encore téléphonie mobile sont autant de formes de dématérialisation.

2012 sera ainsi une année charnière de l'histoire de l'entreprise. Avec 18 projets numériques lancés depuis 2010, Edenred est

en marche pour franchir son objectif de 50 % de volume d'émission numérique fin 2012 et de 70 % en 2016.

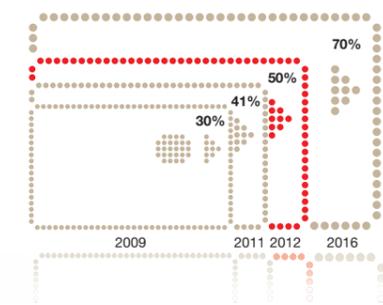
L'ensemble des parties prenantes a des raisons d'apprécier les supports numérisés : processus optimisés et simplifiés pour les clients et prestataires affiliés, rapidité d'usage pour les bénéficiaires et enfin meilleure garantie du contrôle et de la traçabilité des fonds dédiés pour les pouvoirs publics.



- **OBJECTIFS 2012 :**
- **CROISSANCE DU VOLUME D'ÉMISSION ENTRE 6 % ET 14 % ET CROISSANCE DE LA MBA⁽¹⁾ DE PLUS DE 10 % VIA :**

- la hausse continue des taux de pénétration et des valeurs faciales
- la montée en puissance des nouvelles solutions et des nouveaux pays
- une accélération du passage au numérique en franchissant le cap de 50 % du volume d'émission dématérialisé

VOLUME D'ÉMISSION DÉMATÉRIALISÉ



Dématérialisation

Sous ce terme, on entend le passage du titre papier à la technologie numérique (carte à bande magnétique ou puce, téléphone mobile, Internet...).

PREPAY SOLUTIONS



Prepay Solutions assure le « processing » des transactions de cartes prépayées et est émetteur de monnaie électronique pour Edenred en Europe. Créée en 2000, acquise en 2007, la société est détenue conjointement depuis 2009 par Edenred à 68,75 % et MasterCard à 31,25 %.

Pour Edenred, maîtriser la chaîne de valeur constitue un avantage stratégique majeur, particulièrement au moment où le Groupe accélère le passage au numérique, notamment en Europe.

Par ailleurs, Prepay Solutions possède à son actif de beaux succès commerciaux en tant que processeur de cartes prépayées de sociétés de premier plan, comme TUI, PayPal ou Orange.

Autant de réalisations qui démontrent que PrePay Solutions est un acteur reconnu à la pointe de l'innovation, notamment à travers ses offres en matière de technologies dans le paiement mobile sans contact ou dans la conception de « e-wallets ».

(1) Croissance en données comparables de la Marge Brute d'Autofinancement avant éléments non récurrents



Positionner nos « Customers » au cœur de nos actions

Notre approche managériale baptisée « Customer Inside » vise à ancrer nos « Customers » au centre de nos réflexions et prises de décision. Cette démarche d'entreprise, définie et soutenue par le Comité Exécutif, engage chacun des 6 000 collaborateurs du Groupe.

● CUSTOMER INSIDE, NOTRE APPROCHE MANAGÉRIALE

Du mono-produit au multi-solutions, du support papier au support dématérialisé : l'univers d'Edenred change et s'étend à de nouveaux marchés. Le rapport privilégié avec un client se transforme en une relation en réseau alliant de multiples « Customers ». Ces changements nécessitent de partager des repères et des principes managériaux forts pour conserver le cap de la croissance sur l'ensemble des territoires.

« Customer Inside » part d'une intention simple : répondre aux intérêts des « Customers » et satisfaire leurs besoins.

Un objectif commun anime les équipes : faire de nos « Customers » des ambassadeurs de la marque, et être à terme le référent pour toutes nos parties prenantes.

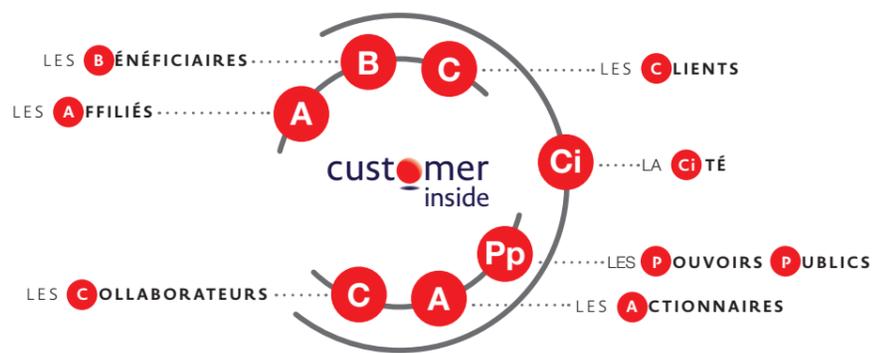
Elle se traduit au quotidien pour chaque collaborateur dans tous les métiers de l'entreprise : viser simplicité et excellence, apporter la bonne réponse au bon moment et créer de la valeur pour nos « Customers ».

L'approche managériale intègre deux leviers de transformation majeurs : l'excellence opérationnelle et la différenciation. Elle s'appuie sur des moyens importants à l'échelle du Groupe et dans les pays : formation du

« Customer Inside, c'est faire chaque jour des choses simples exceptionnellement bien. » Jacques Stern

management, diffusion des principes clés à toutes les équipes, alignement des politiques Ressources Humaines, intégration dans les processus opérationnels.

La démarche de diffusion est ancrée dans la durée, touchant l'ADN même et les fondamentaux de notre culture d'entreprise.



Faire de l'alimentation saine le cœur de notre approche sociétale

En positionnant sa démarche de responsabilité sociétale au cœur de la stratégie, Edenred souhaite être un acteur engagé, à l'écoute des tendances sociales pour répondre aux préoccupations de la Cité. 2012 marque le lancement du projet de responsabilité sociétale du Groupe : un engagement pour une alimentation saine.

Edenred a défini les contours d'une approche sociétale cohérente avec les activités de l'entreprise. Engagé depuis plusieurs années dans la promotion de l'équilibre alimentaire et la lutte contre l'obésité, Edenred souhaite une nouvelle fois **renforcer son action dans le domaine de l'alimentation.**

Il y a 50 ans, le titre Ticket Restaurant® a été créé pour faciliter l'accès des salariés à une véritable pause déjeuner et réduire les problèmes d'hygiène qui pouvaient nuire à leur santé. En 2012, l'enjeu pour les salariés porte sur l'accès à une alimentation saine. La recherche d'une alimentation saine est une problématique de santé publique majeure, mais aussi un combat individuel en particulier pour les salariés.

Pourtant des initiatives existent, à la fois du côté de l'offre des restaurants ou de la grande et petite distribution, qui prennent conscience de l'enjeu d'une bonne alimentation et du côté de la demande avec des consommateurs qui souhaitent être mieux informés et mieux accompagnés.

Dans le cadre de son action sociétale, Edenred va s'appuyer sur les restaurateurs, les distributeurs et les consommateurs déjà convaincus de l'importance d'une alimentation saine et engagés dans des initiatives allant dans ce sens. Avec quelques pionniers, Edenred souhaite **tester des actions innovantes et étudier les nouvelles tendances pour susciter des changements d'habitudes auprès du plus grand nombre.**

La logique de cette action est de faciliter la diffusion des histoires à succès : utiliser des expériences positives de restaurateurs et de consommateurs convaincus des bienfaits d'une alimentation saine comme modèles pour multiplier des bonnes pratiques.

L'objectif du Groupe est d'apporter des méthodes et des moyens de mesurer les résultats comme par exemple des indicateurs de succès de restaurateurs engagés dans des actions exemplaires.

« 2012 donnera le coup d'envoi de notre programme de responsabilité sociétale autour de l'alimentation, proche de notre cœur de métier. »
Jacques Stern

Des solutions inventives au plus près des besoins

Se fondant sur l'écoute, la compréhension et la satisfaction des besoins des parties prenantes, Edenred adapte son offre depuis 50 ans pour répondre aux évolutions des conditions de vie. Edenred invente, au bénéfice de tous, des solutions pour faciliter la vie des salariés et améliorer l'efficacité des organisations.



AVANTAGES AUX SALARIÉS

- Avantages liés à l'Alimentation
 - Restauration
 - Alimentation
- Avantages liés à la qualité de vie
 - Garde d'enfants
 - Transport
 - Culture, sport & Bien-être
 - Santé
 - Services à la personne
 - Achats de produits écologiques

13 094
millions €
de volume
d'émission

86 %
du volume
d'émission
total
Groupe

FRAIS PROFESSIONNELS

- Frais liés aux flottes de véhicules professionnels (essence, entretien, maintenance...)
- Frais de déplacements professionnels et de représentation
- Frais d'entretien et d'achat de vêtements professionnels
- Frais d'indemnisation d'assurance

1 318
millions €
de volume
d'émission

9 %
du volume
d'émission
total
Groupe

MOTIVATION ET RÉCOMPENSES

- Solutions récompenses : chèques-cadeaux, cartes-cadeaux, bons cadeaux électroniques, coffrets d'expérience, catalogues cadeaux
- Services Marketing en conception et gestion de campagnes de :
 - Reconnaissance et Motivation
 - Stimulation de forces de ventes
 - Animation de réseaux de distribution
 - Campagnes de promotion
 - Programmes de fidélité

628
millions €
de volume
d'émission

4 %
du volume
d'émission
total
Groupe

GESTION DES PROGRAMMES SOCIAUX PUBLICS

- Gestion de politiques sociales à l'initiative de pouvoirs publics :
 - Alimentation et restauration
 - Biens de première nécessité
 - Éducation et formation
 - Transport
 - Services à la personne
 - Santé
 - Sport et culture

148
millions €
de volume
d'émission

1 %
du volume
d'émission
total
Groupe



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, garde d'enfants, transport, santé, services à la personne... Répondant à des besoins de première nécessité comme à des besoins plus sophistiqués, les solutions visant à apporter des avantages aux salariés dans leur vie quotidienne sont aujourd'hui principalement proposées en Amérique latine et en Europe.

Les solutions Avantages aux salariés développées par Edenred permettent aux entreprises de faciliter la vie de leurs collaborateurs 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. Déclinées autour des programmes liés à l'alimentation, avec Ticket Restaurant® et Ticket Alimentation®, elles sont aujourd'hui proposées dans plus de 30 pays. Mettant à profit ce savoir-faire acquis avec ces deux programmes, Edenred a développé pour les entreprises toute une gamme de solutions, leur permettant de participer aux frais engagés par leurs salariés pour des services qui améliorent leur vie. La grande majorité de ces solutions s'inscrivent dans le cadre de politiques publiques en matière de nutrition, de cohésion sociale et d'activité économique.

FAVORISER LE POUVOIR D'ACHAT

Les solutions d'Edenred sont particulièrement adaptées dans des contextes économiques difficiles, car elles permettent aux grandes et petites entreprises de donner à leurs salariés un pouvoir d'achat affecté. Les solutions bénéficiant d'une exonération totale ou partielle de charges sociales ou fiscales, s'intègrent dans la politique de ressources humaines de l'entreprise en termes de motivation et fidélisation des collaborateurs. Elles répondent aux tendances sociales de fond : l'augmentation du nombre de femmes salariées avec des couples recherchant des solutions pour la garde d'enfants, le besoin d'un mode de consommation responsable, la prise en charge totale ou partielle du coût des transports urbains.

ÊTRE AU PLUS PRÈS DES BESOINS ESSENTIELS DES SALARIÉS

Les solutions Avantages aux salariés ont fait l'histoire du Groupe depuis 50 ans. La croissance du volume d'émission réalisé en 2011 est restée soutenue reflétant une forte demande, en particulier des petites et moyennes entreprises. Edenred souhaite accompagner les Etats des pays émergents qui entendent développer une politique sociale destinée à mieux répartir les fruits de la croissance et conquérir plus de clients dans ses marchés existants, où entreprises et gouvernements cherchent à répondre à des besoins ciblés (garde d'enfant, transport, culture, sport, écologie...). Ainsi, 11 nouveaux programmes seront lancés d'ici fin 2012 venant compléter les 69 solutions existantes.

CHIFFRES CLÉS 2011



UNE GAMME COMPLÈTE DE SOLUTIONS :

- Restauration et alimentation
- Garde d'enfants
- Transport
- Culture, sport et bien-être
- Santé
- Services à la personne
- Achats de produits écologiques

Les principales solutions Alimentation



Restauration

2012 marquera le 50^e anniversaire de **Ticket Restaurant**[®], le premier titre-repas inventé en France par le Groupe en 1962. Il permet au salarié de déjeuner dans un restaurant ou assimilé de son choix. Cette solution constitue une alternative aux restaurants d'entreprise, notamment pour les PME et permet de fidéliser les salariés qui apprécient une véritable pause-déjeuner et l'accès à une alimentation saine. La participation de l'employeur au financement du repas, correspondant à tout ou partie de la valeur faciale du titre, est le plus souvent exonérée en partie de charges sociales ou fiscales. Pour le salarié, cet abondement n'est généralement pas assujéti à l'impôt sur le revenu.



DES SOLUTIONS INSCRITES DANS LES POLITIQUES DE NUTRITION

Les programmes proposés par Edenred autour de l'alimentation répondent non seulement aux besoins des entreprises mais répondent également 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.



Alimentation

Ticket Alimentación[®] permet d'augmenter le pouvoir d'achat de ses bénéficiaires en garantissant une bonne alimentation non seulement aux salariés mais également à l'ensemble de leur famille. Il leur permet de se procurer des produits alimentaires et des biens de première nécessité dans des grandes surfaces et commerces de proximité affiliés. Lancée par Edenred en 1983 au Mexique, cette solution a ensuite été diffusée principalement en Amérique latine, notamment au Brésil et introduite plus récemment dans certains pays d'Europe centrale comme la Bulgarie.



AFFILIÉ

« Grâce à Ticket Restaurant[®], le nombre de clients dans mon restaurant a significativement augmenté le midi. »

B « Ticket Alimentación[®] me permet d'acheter des produits plus équilibrés et frais pour nourrir toute ma famille. »

C « Ici en Amérique latine, il est parfois difficile pour les collaborateurs de nourrir convenablement leurs familles, Ticket Alimentación[®] leur vient en aide. »

C « Ticket Restaurant[®] est une solution simple permettant à mes salariés de déjeuner dans de bonnes conditions et de manger équilibré. »

BÉNÉFICIAIRE

« Ticket Restaurant[®] me permet tous les midis de déjeuner à l'extérieur de l'entreprise et faire une véritable pause avant de repartir travailler. »

B « Pour moi, Ticket Alimentación[®], c'est un véritable pouvoir d'achat supplémentaire que me donne mon employeur. »

AFFILIÉ



Krishna MAQUET
Le Pain Quotidien
Ixelles
Belgique

« La carte Ticket Restaurant[®] nous apporte un gain de rapidité dans l'encaissement, particulièrement quand on a du monde à la caisse et un moyen de paiement bien plus sûr que les titres papier. »

C « Ticket Restaurant[®] permet aux salariés d'accéder à une alimentation sans avoir à dépenser beaucoup et de les utiliser dans un grand nombre de restaurants. Cela nous a rendus plus compétitifs sur le marché du travail, avec des salariés bien plus motivés. »

A « Depuis que j'accepte Ticket Restaurant[®], j'ai embauché un salarié supplémentaire pour faire face à l'augmentation de ma clientèle. »

C « Mon entreprise est trop petite pour que j'investisse dans une cafétéria. Depuis que je propose Ticket Restaurant[®] à mes salariés, j'offre une solution simple et efficace pour déjeuner. »

De nouvelles solutions



Edenred a lancé fin 2011 la carte **Ticket Restaurante**[®] au **Mexique**, où Edenred bénéficie déjà d'une position de leader sur le marché, grâce à Ticket Alimentación[®]. La nouvelle Loi d'Aide à l'Alimentation des Travailleurs (LAAT) permet aux entreprises d'octroyer un avantage en faveur de l'alimentation de leurs salariés. Outre les titres destinés à l'achat de produits alimentaires, ils peuvent dorénavant bénéficier également de titres pour déjeuner pendant leur semaine de travail.



ENTRETIEN
DIEGO FRUTOS
Directeur Général
Edenred Mexique

« Nous venons de lancer au Mexique notre programme Ticket Restaurante[®]. Après avoir historiquement octroyé un avantage aux salariés pour faire leurs courses au supermarché, les entreprises leur donnent dorénavant un accès à une bonne alimentation pendant leur journée de travail. Un nouveau défi que nous avons relevé avec une équipe pluridisciplinaire dédiée à 100 % sur ce lancement, réunissant des personnes de différents départements – Ventes, Produits, Affiliations. Nous souhaitons doubler encore notre réseau et atteindre 25 000 affiliés fin 2012. Nous venons également de lancer une campagne « J'aime Ticket

Restaurante[®] » pour lui donner une personnalité distinctive. Proposé à la fois sur support papier mais aussi sur carte électronique, 46 600 bénéficiaires profitent déjà de Ticket Restaurante[®]. Alors que les entreprises sont de plus en plus soucieuses de la nécessité de venir en aide aux salariés spécifiquement dans le domaine de l'alimentation, ce marché pourrait concerner près d'un million de personnes d'ici 2016. »

Les principales solutions

Qualité de vie

Childcare Vouchers®

Garde d'enfants

Avec ce titre, développé au Royaume-Uni en 1989 sous l'appellation **Childcare Vouchers®**, l'employeur permet à ses salariés de réduire leurs frais de garde d'enfants, leur permettant ainsi de travailler l'esprit libre, tout en faisant lui-même des économies de charges patronales. Fin 2011, Childcare Vouchers®, solution dématérialisée à 98 % via le Web, compte 13 800 clients, 40 000 affiliés actifs et a enregistré 25 000 nouveaux bénéficiaires pendant l'année. Cette solution est déclinée depuis au Portugal, en Espagne, en République tchèque, en Autriche et aussi en Amérique latine.



Commuter Check®

Transport

Lancé aux Etats-Unis, **Commuter Check®** permet aux entreprises du secteur privé ou public de financer une partie des frais de transport habituellement payés par leurs salariés pour se rendre sur le lieu de travail depuis leur domicile. 4 formules flexibles et 3 cartes mises au point avec MasterCard® sont proposées selon les besoins quotidiens des voyageurs. 450 000 salariés de 12 000 entreprises situées dans toutes les villes du pays, profitent de Commuter Check® ainsi que des avantages et facilités proposés sur la plateforme web.



Ticket CESU

Services à la personne

Principalement développé en France avec les pouvoirs publics depuis 2006, **Ticket CESU** est un Chèque Emploi Service Universel, financé en tout ou partie par les entreprises, les comités d'entreprise ou les employeurs publics. Il permet aux bénéficiaires d'accéder, à moindre coût, à différents types de services pour les aider dans leur vie quotidienne (garde d'enfant, soutien scolaire, entretien du domicile, aide aux personnes âgées...). Créateur d'emplois et facteur de professionnalisation des métiers de services à la personne, Ticket CESU s'inscrit pleinement dans les enjeux actuels de société. En 2011, Ticket CESU comptait 175 000 bénéficiaires.



Ticket EcoCheque®

Achats de produits écologiques

Ticket EcoCheque® a été lancé en Belgique en 2009 à l'initiative des pouvoirs publics désireux de soutenir la consommation de produits ou services écologiques. Il 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. Ce titre compte aujourd'hui 31 000 clients, plus de 500 000 bénéficiaires et un réseau d'acceptation de plus de 10 000 commerces affiliés.



De nouvelles solutions

Ticket Transporte®

Quelques mois seulement après l'entrée en vigueur d'un cadre fiscal et social qui encourage l'usage des transports en commun, Edenred lance en **Espagne** au 2nd semestre 2011 la carte **Ticket Transporte®**. Cette solution permet aux salariés de bénéficier d'une aide de leurs employeurs pour financer leurs frais de transport en commun de leur domicile à l'entreprise. Avec près de 5 000 cartes vendues en quelques mois, Ticket Transporte® a contribué aux 7 % de croissance du volume d'émission du pays en 2011.



Ticket Mind&Body®

Fin 2011, Edenred a lancé en **Finlande**, la carte à puce **Ticket Mind & Body®**, permettant aux entreprises de motiver et fidéliser leurs salariés en leur proposant l'accès à des offres sportives et culturelles auprès de 2 000 affiliés. Aujourd'hui, 83 % des employeurs proposent ce type d'avantage, soutenu par une exemption fiscale de 400 euros par an et par salarié.



A FFILIÉ

« J'ai eu beaucoup de mal à faire démarrer ma boutique d'articles de décoration écologiques. Dès que j'ai accepté Ticket EcoCheque® comme paiement, j'ai vraiment vu la différence. »

B

« J'utilise tous les mois la carte Commuter Check® comme laissez-passer dans les transports en commun pour aller et revenir du travail. Au total, simplification et économies sur mes frais de transport ! »

A

« Depuis que j'accepte Ticket CESU comme mode de règlement, de plus en plus de mamans dans le quartier font appel à mes services pour suivre les devoirs de leurs enfants après l'école. »

C

« Ticket CESU, c'est un moyen pour nos collaborateurs d'équilibrer vie professionnelle et vie privée. »

C LIENT



Pere Soto EJARQUE
Ressources Humaines
Planification et rémunération
CATALUNYA
CAIXA
Espagne

« La carte Ticket Transporte® vient compléter la gamme d'avantages sociaux que nous proposons à nos salariés. En l'espace de 3 mois, leur adhésion au programme est remarquable et témoigne de leur grande satisfaction quant au pouvoir d'achat supplémentaire qu'offre la solution. »

A FFILIÉ



Oliver BEHRENS
Responsable
Carte-Réseau de
STATIONS-SERVICE
STAR ORLEN
Allemagne

« Nous nous réjouissons de coopérer avec Edenred, qui comme nous, innove sur ce marché. Leur programme Ticket Plus® Card va apporter une grande facilité de paiement à nos clients. »

B

« Depuis que mon entreprise me fait bénéficier de Childcare Vouchers®, je pars travailler en toute sérénité, je laisse tous les matins mes enfants à garder auprès d'une nourrice agréée. »

C

« J'ai constaté une baisse de l'absentéisme, depuis que nous faisons profiter nos collaborateurs de Childcare Vouchers®. »

Ticket Plus® Card

Premier acteur sur ce marché, Edenred finalise le lancement en **Allemagne** de **Ticket Plus® Card**, un nouveau programme destiné aux salariés qui leur permet d'acheter des produits de consommation courante (nourriture, carburant). Résultant d'une mesure réglementaire autorisant un abondement employeur, cette solution est exonérée de charges sociales et de taxes à hauteur de 44 € par mois.



ENTRETIEN
CHRISTIAN AUBRY
Directeur Général
Edenred Allemagne

« Les salaires nets ayant baissé de 8 à 18 % ces dix dernières années en Allemagne, bénéficier d'un pouvoir d'achat supplémentaire possible de 528€ par an pour leurs courses au supermarché, leur essence est un véritable « plus » pour les salariés. Pour l'employeur l'avantage est double : attirer, motiver et fidéliser ses salariés en leur montrant qu'il se soucie de leur bien-être et communiquer sa marque employeur grâce à la personnalisation des cartes aux couleurs de l'entreprise. Acceptée dans un réseau de commerçants multi-enseignes, notre carte présente un avantage concurrentiel majeur. Les 7 000 restaurateurs, supermarchés et stations-service affiliés sont déjà convaincus de son fort potentiel. »





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... Deuxième activité d'Edenred en termes de volume d'émission, ces solutions connaissent une forte croissance notamment en Amérique latine où elles sont majoritairement présentes et constituent un axe majeur de développement sur le continent européen.

CAPITALISER SUR UNE EXPERTISE RECONNUE

Il s'agit de solutions facilitant le contrôle des dépenses engagées par les salariés pour le compte de leur entreprise, visant à optimiser le processus de reporting et générer des économies de coût. Pour les salariés, ces solutions permettent d'éviter l'avance de fonds et facilitent la gestion de leurs notes de frais. Cela concerne les frais liés à la flotte de véhicules (essence, entretien...), aux déplacements professionnels (train, avion, hôtels...), ou encore à l'entretien d'uniformes ou de tenues de travail.

Le marché de la Gestion des frais professionnels se décompose principalement en deux segments : d'une part, la gestion de flotte de véhicules légers et utilitaires ; d'autre part, les frais de déplacement et de représentation. Edenred dispose d'une expertise reconnue et d'une position de leader en Amérique latine, via Ticket Car®, qui permet de gérer les frais d'essence et d'entretien de flottes de véhicules. À fin 2010, Edenred comptait ainsi 16 solutions à même de satisfaire les entreprises en quête d'un meilleur contrôle de leurs frais professionnels et d'une simplification des procédures.

SAISIR UNE VÉRITABLE OPPORTUNITÉ DE CROISSANCE

S'appuyant sur son savoir-faire acquis depuis plus de 20 ans, Edenred entend dès 2012 accélérer la conquête de nouveaux marchés, par le déploiement d'offres à forte valeur ajoutée dans le domaine de la gestion de flotte de véhicules et des dépenses liées aux déplacements professionnels, intégrant la gestion des dépenses avant, pendant et après les déplacements. Cette activité constitue un axe majeur de développement, notamment au Brésil (avec la carte Ticket Frete®) et en Europe (en France, Italie et en Espagne) et offre de véritables opportunités de croissance pour les cinq prochaines années.

CHIFFRES CLÉS 2011

16 solutions
à fin 2010

+9 nouvelles solutions
en 2011/2012

1 318 Millions €
de volume
d'émission

9%
du volume
d'émission
total Groupe

+21%
de croissance
du volume
d'émission



UNE GAMME COMPLÈTE DE SOLUTIONS POUR GÉRER :

- Les frais liés aux flottes de véhicules professionnels (essence, entretien, maintenance...)
- Les frais de déplacements professionnels et de représentation
- Les frais d'entretien et d'achat de vêtements professionnels
- Les frais d'indemnisation d'assurance

Les principales solutions



Gestion de flotte de véhicules professionnels

Ticket Car® a été lancé au Brésil en 1990 comme solution fournie par les entreprises à leurs salariés pour acheter du carburant lors de leurs déplacements professionnels. Aujourd'hui étendu aux dépenses de maintenance du véhicule, **Ticket Car®** est devenu un véritable outil de gestion des flottes de véhicules légers et utilitaires, permettant aux entreprises de tracer la gestion de leurs dépenses, grâce au paramétrage en amont des profils d'utilisation (kilométrage, type d'essence, dépenses d'entretien...). Solution dématérialisée depuis 1998, elle compte à fin 2011 plus de 330 000 bénéficiaires, 7 700 entreprises clientes et 12 000 affiliés au Brésil et s'est étendue au Mexique, en Argentine et au Chili, en Grèce ou encore au Liban sous l'appellation **Ticket Auto®**.



Entretien et achat de vêtements professionnels

Lancée en France en 1995, la carte pressing prépayée **Ticket Clean Way®** a été la toute première solution lancée en Europe visant à simplifier la gestion de l'entretien des vêtements professionnels, tant pour les entreprises clientes que pour leurs utilisateurs. Un « crédit nettoyage » sur carte à puce est donné par l'entreprise au salarié, utilisable dans un réseau de plus de 1 300 professionnels affiliés, soit 1/3 des pressings en France. Depuis son lancement, **Ticket Clean Way®** compte 350 entreprises clientes et 80 000 utilisateurs. La solution a été introduite sous la forme de chèques dans d'autres pays comme l'Italie, le Royaume-Uni ou encore la République tchèque ou sous format carte aux Pays-Bas.



Déplacements professionnels

Edenred a lancé en mars 2011 en Italie une solution innovante dédiée à la gestion des frais de déplacement professionnel, répondant à la problématique des avances de frais, jusqu'alors effectuées en espèces par leurs salariés : **ExpendiaSmart®**. Cette solution se compose de 3 éléments : une plateforme web dédiée à la planification des budgets de déplacements selon la politique voyage de l'entreprise, une carte de paiement pré-chargée personnalisée ou non au nom du salarié, ainsi qu'un système de reporting personnalisable pour assurer le contrôle et le suivi des frais. En 2011, 150 entreprises clientes ont opté pour cette solution et gèrent un portefeuille de plus de 2 000 cartes.



Déplacements professionnels

Lancée en Espagne et fruit d'une collaboration avec Solred, filiale du groupe Repsol, la carte **Ticket Corporate®** facilite la gestion des frais professionnels. Combinant les avantages d'une carte de paiement à celle d'une carte essence, elle permet le contrôle complet des dépenses en temps réel grâce à une plateforme web. Les entreprises sont ainsi en mesure de gérer elles-mêmes le portefeuille de cartes de leurs salariés (chargement des fonds, règles d'utilisation...) et de suivre leurs dépenses. Acceptée dans 3 800 stations-service des marques Repsol, Campsa et Petronor, avec des réductions sur les prix du carburant, cette carte permet aussi de régler les notes d'hôtels, de restaurants ou de transports en commun et taxis.

De nouvelles solutions



La « carte EPI » **Ticket Clean Way®** est une solution inédite lancée fin 2011 en France, pour gérer la traçabilité de l'entretien des Equipements de Protection Individuelle et répondre ainsi aux obligations d'une directive européenne sur la sécurité. La solution permet à l'employeur de s'assurer de la qualité de protection optimale des équipements de ses salariés à travers le suivi précis du nombre de nettoyages effectués. Cet enjeu de sécurité concerne chaque jour en France 4 millions de professionnels (BTP, industrie, défense, transports). Cette solution différenciante ouvre un marché potentiel de 128 millions d'euros en France.

C LIENT



Rocío PALOMINO
Directrice financière
ACNUR - Espagne

« Dorénavant, nos employés n'ont plus à avancer les fonds pour leurs frais professionnels. Avec **Ticket Corporate®**, ils se sentent faire partie d'une entreprise qui les soutient. »

B « **Ticket Car®** est d'une grande simplicité d'utilisation. »

C « **Ticket Clean Way®** contribue à l'image de notre établissement, car nos salariés ont toujours des uniformes parfaitement entretenus. »

B **ÉNÉFICIAIRE**

« **Distrait de nature, je perdais régulièrement mes reçus de note de frais. ExpendiaSmart® m'a facilité la vie, dorénavant je ne les cherche plus !** »

A « En acceptant la carte **Ticket Clean Way®**, je prends en charge l'entretien de tenues d'hôtesses de l'air et de certains uniformes griffés de grandes maisons de couture. »

C « Avec **Ticket Car®**, nous avons réduit de 15 % nos frais professionnels l'an passé. »

C « Je peux enfin suivre, en temps réel, les frais engagés par mes commerciaux lors de leurs déplacements professionnels directement sur la plateforme **ExpendiaSmart®**. »

C LIENT



Elton BAPTISTELLA
Gestionnaire de
FLOTTE NATURA
Brésil

« **Ticket Car®** apporte de nombreux avantages à la société grâce au contrôle des frais et l'accès aux informations en temps réel. »

C LIENT



Mauro SERVADEI
Credit Control Assistant
General Manager
Finance Department
PANASONIC
Italie

« **ExpendiaSmart®** nous a permis de rationaliser le processus administratif des notes de frais, de les gérer avec plus de flexibilité et surtout, de réduire les coûts. »

B « Avec ma carte **Ticket Clean Way®** remise par l'entreprise, mon uniforme est toujours impeccable et je ne fais plus l'avance du paiement. »

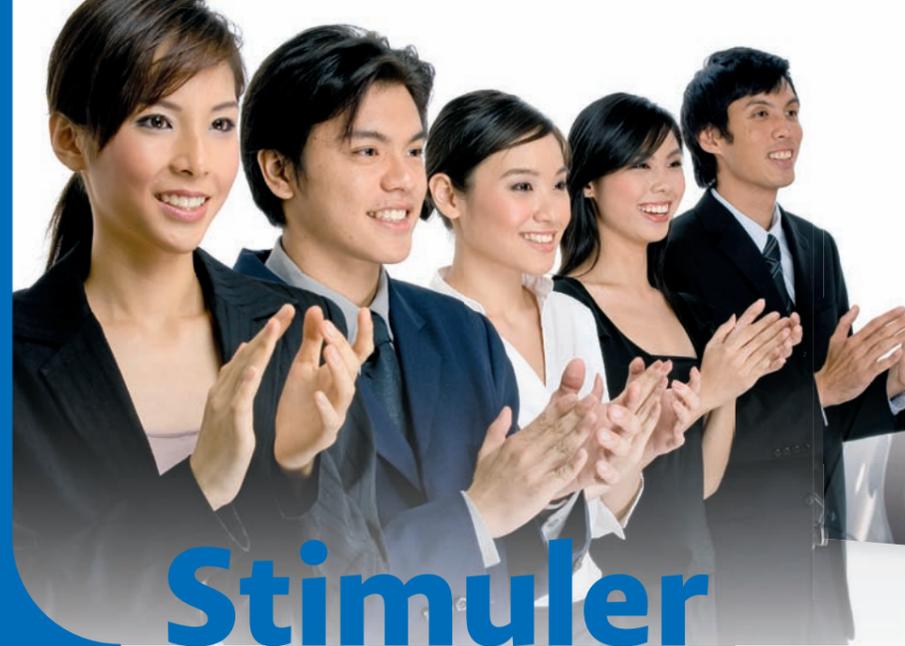


Lancé au Brésil fin 2011, **Ticket Frete®** est un nouveau programme destiné aux chauffeurs de poids lourds indépendants et aux sociétés de transport routier, qui répond à une exigence réglementaire imposée aux chauffeurs pour améliorer la collecte fiscale. Sous forme de carte pré-chargée, **Ticket Frete®** permet de régler notamment les frais d'essence, d'hôtellerie ainsi que la rémunération des camionneurs. Cette nouvelle réglementation brésilienne représente un marché potentiel de 23 milliards d'euros et 500 000 chauffeurs de camions.



ENTRETIEN
ELIANE MARIA AERE
Directrice de l'activité Gestion des Frais Professionnels
Edenred Brésil

« Edenred bénéficie d'un portefeuille significatif de plus de 7 000 entreprises clientes qui utilisent notre programme **Ticket Car®** pour leurs flottes de véhicules. Le fait d'avoir au sein de ce portefeuille un très grand nombre d'entreprises travaillant également avec des chauffeurs indépendants, nous donne une fabuleuse opportunité de vendre notre solution **Ticket Frete®**. Ces deux programmes nous permettent de nous imposer sur le marché et de proposer une réponse globale aux besoins des entreprises dans la gestion des frais liés aux véhicules professionnels et à celle du fret. »



Stimuler et reconnaître la performance

Edenred propose toute une gamme de programmes et services destinés 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 encore augmenter la fidélité dans la relation client. Des solutions qui comprennent la création et la distribution de récompenses, notamment sous la forme de chèques et cartes-cadeaux, ainsi que des prestations de services en marketing relationnel.

SATISFAIRE LES BESOINS DE PERFORMANCE DES ENTREPRISES

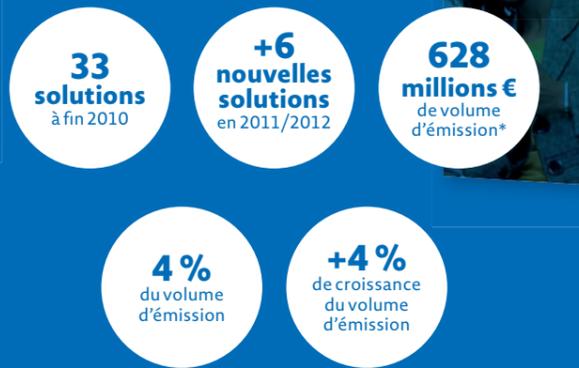
Edenred propose aux entreprises des solutions globales : le conseil en matière de conception de campagnes de stimulation ou motivation, les outils standardisés ou personnalisés pour gérer ces campagnes, ainsi que les récompenses attribuées dans le cadre de ces campagnes. Une expertise qui couvre les domaines de la motivation, de la stimulation, de la promotion ou encore de la fidélisation. Les solutions développées permettent de répondre à des besoins ciblés :

- reconnaître et valoriser la performance individuelle des salariés,
- stimuler des forces de vente ou animer des réseaux de distribution,
- gérer des programmes de fidélité et animer la relation avec les clients,
- lancer des campagnes de promotion pour les entreprises qui cherchent à dynamiser leurs ventes, faire connaître et tester leurs produits ou encore créer des animations dans le cadre d'opérations commerciales.

PROPOSER UNE GAMME COMPLÈTE DE RÉCOMPENSES...

Résultat d'un phénomène de société vécu depuis plus d'une dizaine d'années dans de nombreux pays, les cartes ou chèques-cadeaux prépayés représentent sans conteste la forme de récompense la plus plébiscitée des entreprises et des bénéficiaires. Créées et développées dans la majorité de ses filiales, les solutions de récompense d'Edenred sont destinées aux entreprises en quête de solutions souples et pratiques. Selon les pays, ces récompenses sont proposées sous la forme de chèques, bons électroniques et cartes-cadeaux, que les bénéficiaires peuvent utiliser auprès d'une ou plusieurs enseignes affiliées, y compris sur des boutiques en ligne, ou de façon universelle auprès de tout commerçant sur le territoire national. Des coffrets d'expérience et catalogues cadeaux viennent compléter l'offre d'Edenred. Par ailleurs, ces offres cadeaux sont également proposées dans certains pays dans le cadre d'Avantages aux salariés.

CHIFFRES CLÉS 2011



* (hors BtoC)



... ET DE SERVICES DE MARKETING

Par ailleurs, dans une dizaine de pays, Edenred fournit diverses prestations de services aux entreprises pour les accompagner dans leurs stratégies de marketing relationnel (stimulation, motivation, fidélisation...) permettant au Groupe de leur proposer une offre intégrée et différenciante. Ces services portent sur la conception et la mise en œuvre de campagnes personnalisées, faisant appel à différentes expertises selon les besoins : conseil tactique et opérationnel, plates-formes technologiques, outils de gestion de données...

À fin 2010, Edenred comptait 33 solutions à son actif dans plus de 30 pays. En 2011 et 2012, ce sont 6 nouveaux programmes qui seront lancés, augmentant ainsi son offre de 18 % sur cette activité. Visant le long terme, le Groupe souhaite capitaliser sur son expertise reconnue dans le domaine de la Motivation et récompenses, pour approfondir et mieux appréhender ses relations avec ses affiliés, clients et bénéficiaires.

UNE GAMME COMPLÈTE DE SOLUTIONS :

- Solutions récompenses : cartes-cadeaux, chèques-cadeaux, coffrets, catalogues cadeaux, bons cadeaux électroniques
- Services Marketing en conception et gestion de campagnes de :
 - Reconnaissance et Motivation
 - Stimulation de forces de ventes
 - Animation de réseaux de distribution
 - Campagnes de promotion
 - Programmes de fidélité

Les principales solutions



Solutions de récompense

La marque **Ticket Compliments**® signe dans une trentaine de pays les solutions de chèques et cartes-cadeaux prépayés proposées aux entreprises par Edenred. Ces titres cadeaux sont généralement admis dans un large réseau d'enseignes nationales.



Solutions de récompense

Ticket Kadéos® est une gamme complète de solutions cadeaux : chèques cadeaux, catalogues on et offline ou encore coffrets voyages Compliments® Passeport. Présent en France, Ticket Kadéos® répond à des dotations dans le cadre de campagnes destinées à stimuler les réseaux de distribution, à motiver des équipes internes ou encore apporter des solutions dans le cadre de campagnes de parrainage ou de fidélisation. En 2011, 25 000 entreprises clientes utilisent cette solution.



Marketing Services

Le Groupe possède une forte expertise dans le domaine des « Marketing Services » notamment en Asie, en Europe et au Brésil et propose aux entreprises une offre intégrée : de la conception et gestion de programmes à la distribution de solutions récompenses (chèques-cadeaux, cartes-cadeaux, coffrets d'expérience, voyages, etc.), avec l'appui, selon les besoins clients, d'outils standard ou de solutions technologiques innovantes personnalisées. La marque **Accentiv**® signe la plupart de ces services.



De nouvelles solutions



Edenred a lancé en **Inde** fin 2011 : **Ticket Medica**® **Health & Wellness**, un nouveau titre de service prépayé qui répond aux besoins grandissants des entreprises de motiver leurs salariés au travers de solutions favorisant le bien-être. Véritable outil de motivation, cette solution permet aux salariés de s'offrir des soins ou des moments de bien-être pour rester en pleine forme. Ticket Medica® peut être utilisé auprès de 1 000 commerçants affiliés de grandes enseignes, dans plus de 250 villes.



Septembre 2011 marque le lancement en **Espagne** de deux nouvelles cartes cadeaux pour les entreprises. La première, **Ticket Regalo**®, est une carte cadeau pré-chargée, jetable et anonyme. La seconde, **Ticket Regalo**® **Premium**, est une carte cadeau rechargeable. Toutes deux viennent s'inscrire dans les politiques RH comme récompenses pour motiver les salariés ou reconnaître leurs performances mais également comme dotations de campagnes de promotion ou de fidélisation. La carte **Ticket Regalo**® **Premium** ainsi que son portail Internet dédié aux bénéficiaires sont personnalisables aux couleurs de l'entreprise constituant un atout concurrentiel de poids.



A « Mes clients me demandaient souvent si j'acceptais Ticket Kadéos®. Dès que j'ai su que les conditions d'acceptation étaient aussi simples, j'ai foncé ! »



Javier MATEOS
Ressources Humaines
DIAVERUM
Espagne

« Ticket Regalo® nous offre des prestations très larges. Nous apprécions la simplicité du système, la qualité du service et l'attention qui nous est réservée après-vente. »

B « Mon employeur m'a offert des chèques Ticket Compliments® pour me récompenser du travail effectué dans l'année, et pour moi la reconnaissance est essentielle. »



« Après avoir évalué différentes propositions de solutions chez la concurrence, l'offre d'Edenred est clairement la meilleure. Le service apporté est très bon et adapté à nos besoins. »

Vijay JAIN
Responsable marketing
MYDENTIST
Inde



ENTRETIEN
IVAN DE PONTEVES
Directeur Général
Edenred Espagne

« En septembre 2011, nous avons lancé deux cartes cadeaux valables dans tout le réseau Mastercard en Espagne, afin de répondre aux différents besoins des entreprises et améliorer notre positionnement dans un marché devenu très concurrentiel. Nous visons particulièrement deux segments de marchés : la motivation pour les entreprises dans le cadre de challenges internes et la promotion pour celles qui organisent des campagnes externes auprès de leurs propres clients.

Nous avons signé de beaux contrats commerciaux avec notamment l'Instituto Nacional de Estadísticas, Manpower ou encore Nielsen et Vodafone et avons émis depuis son pré-lancement près de 39 000 cartes pour le compte de 70 clients. Le lancement de ces cartes nous a permis d'augmenter les ventes du chèque cadeau Ticket Compliments®. Cette offre globale et l'élargissement de notre réseau d'acceptation renforce notre positionnement. »



Ángeles ALONSO
Global Business
Services Data
Acquisition
Leader Iberia
AC NIELSEN
Espagne

« Dans notre quotidien, en tant que société de sondage, Ticket Regalo® nous permet d'offrir une gratification à nos collaborateurs. J'apprécie en particulier sa facilité d'utilisation. »

B « La carte cadeaux Ticket Compliments® est très simple à utiliser, elle fonctionne aussi facilement qu'une carte de paiement. »



Aurélie DELRUE
Responsable
Administratif et
Financier
AOYAMA
France

« Ticket Kadéos®, c'est le meilleur choix pour animer mon réseau de distribution. »

C « Cette année, mes équipes ont vraiment réalisé un travail formidable. Pour les récompenser, j'ai pensé à Ticket Kadéos®. »



Accompagner la gestion des programmes sociaux publics

Edenred accompagne les collectivités et les organismes publics dans le cadre de la distribution des aides sociales, pour une meilleure efficacité de leurs politiques sociales, en garantissant notamment la traçabilité des fonds alloués à certaines catégories de citoyens. Ces programmes favorisent la transparence et le suivi des aides octroyées tout en offrant des dispositifs flexibles, simples et efficaces.

Edenred met son savoir-faire et son expertise au service des organisations publiques dans le cadre de la mise en œuvre de leurs politiques sociales et développe avec elles des solutions adaptées aux besoins des citoyens, en matière d'alimentation, de santé, d'éducation, d'aide à domicile ou encore de culture. Véritable alternative au versement d'allocations versées en espèces, ces solutions apportent la garantie que les aides attribuées seront efficacement affectées à l'usage pré-déterminé. Conciliant à la fois flexibilité et simplicité dans leur mise en place et leur utilisation, ces solutions interviennent dans de nombreux domaines :

ACCÈS À DES BIENS DE PREMIÈRE NÉCESSITÉ

Edenred intervient notamment pour le compte d'entités publiques sociales et d'ONG, en développant des solutions qui viennent en aide aux personnes en situation de précarité. A l'aide de titres émis sous la forme de chèque ou de carte électronique, ces personnes peuvent se procurer des biens de première nécessité dans un réseau de prestataires affiliés. Ticket Service® est aujourd'hui décliné dans 8 pays à travers le monde.



Créé en France en 1992 pour répondre à la demande de l'organisation internationale de la Croix Rouge, le Groupe a créé le titre **Ticket Service®**, une solution simple pour remplacer les espèces ou les dons en nature et permettre aux populations fragiles d'acheter des biens de première nécessité. Ce titre peut être utilisé à des fins différentes : l'alimentaire, l'habillement, l'hébergement, l'énergie, le transport, la culture et l'éducation, le sport et les loisirs. En Italie, une réforme de l'assistance sociale a permis aux régions et aux municipalités de garantir l'aide sociale à travers un système de titres papier. Edenred émet et distribue ainsi pour 200 partenaires publics plus de 500 000 titres Ticket Service® par an, valables auprès de chez plus de 2 800 commerçants affiliés.

AIDE ALIMENTAIRE

Edenred développe également des solutions à la demande des Etats qui souhaitent promouvoir l'égalité des chances, prévenir l'exclusion sociale et favoriser l'accès à de bonnes habitudes alimentaires à leurs citoyens.



CHIFFRES CLÉS 2011

148
Millions €
de volume
d'émission

Plus de
10
domaines
d'intervention

Plus de
50
programmes
sur-mesure dans
14 pays



En Inde, Edenred aide la province du Madhya Pradesh à gérer efficacement l'aide publique alimentaire auprès des populations les plus démunies de la région. Ce programme permet à 30 millions de personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté de bénéficier de cette aide, grâce à un titre papier émis par Edenred et valable dans un vaste réseau d'épicerie sociale de la région. (Lire l'entretien en page 33)



Au Chili, à la demande du gouvernement, Edenred a lancé le programme de prise en charge de la subvention alimentaire « Superior JUNAEB » en mettant en place la carte **Ticket Restaurant™ JUNAEB**. Ce programme permet de distribuer et contrôler les subventions alimentaires attribuées aux étudiants défavorisés ayant accès à l'enseignement supérieur, afin qu'ils puissent se nourrir convenablement à l'heure du déjeuner pendant leurs études. Les étudiants peuvent, de cette manière, utiliser leur carte dans un vaste réseau de cantines d'universités, cafétérias, restaurants et supermarchés dans tout le pays. En 2011, 110 000 étudiants ont bénéficié de la carte.



Créée en Suède en 1998, la carte **Ticket Elevkortet®** offre la possibilité aux étudiants du secondaire de payer

leur déjeuner dans la cafétéria de leur école ou dans les restaurants avoisinants. Ce programme vient répondre aux besoins d'établissements de veiller à la bonne alimentation des étudiants, d'offrir un meilleur cadre de vie pour leurs études et de gérer de façon optimale le budget alloué à leur alimentation, via une application. Edenred sélectionne les restaurants affiliés qui offrent des menus équilibrés pour le montant alloué aux étudiants par l'école. Un reporting d'utilisation faite des cartes auprès des restaurants permet d'adapter le réseau aux pratiques alimentaires des étudiants. Les montants non utilisés par les étudiants sont reversés à l'établissement scolaire à l'issue de chaque semestre. En 2011, près de 11 000 étudiants de 53 écoles bénéficient de la carte dans 300 restaurants.

UNE GAMME COMPLÈTE DE SOLUTIONS DANS LES DOMAINES DE :

- Alimentation et restauration
- Biens de première nécessité
- Éducation et formation
- Transport
- Services à la personne
- Santé
- Sport et culture...

Accompagner la gestion des programmes sociaux publics

SERVICES À LA PERSONNE



En France, le titre emploi service universel **Ticket CESU** a été conçu par le gouvernement dans le but de créer de l'emploi dans le cadre des services à la personne et de lutter contre l'économie informelle. Aujourd'hui, ce titre est utilisé par les collectivités et plus particulièrement par les départements comme moyen de versement d'aides sociales à des citoyens répondant à des critères définis par la législation ou la collectivité (ressources financières, âge, situation familiale...). L'utilisation de Ticket CESU garantit la bonne utilisation des dépenses et le pilotage des plans d'aide. Ces solutions sont également présentes en Belgique au travers du chèque ALE et en Italie via Ticket Family, qui reçoit des financements du Fonds Social Européen.



ACCÈS À LA SANTÉ



Au Chili, le Conseil national de l'aide scolaire et des bourses JUNAEB, a renouvelé sa confiance à Edenred, convaincu par l'efficacité de ses solutions dans le domaine de la distribution des prestations sociales. La carte **Ticket Farmacia**® a été lancée dans le cadre de l'aide sociale en Juillet 2010, pour permettre l'accès aux médicaments aux personnes défavorisées et en particulier les enfants. Entièrement financée par le gouvernement, cette carte permet à 2 000 enfants d'accéder aux médicaments, dans 300 pharmacies affiliées.



ACCÈS AU TRANSPORT



Les titres transport sont utilisés par les autorités publiques pour venir en aide à certaines catégories de population en difficulté, ayant besoin d'accéder aux moyens de transport pour se déplacer (personnes âgées, chômeurs, étudiants...). Venant ainsi remplacer le versement d'allocations en espèces, ces titres peuvent être utilisés pour des déplacements en train, tramway, taxi... Ces solutions sont utilisées en France au travers de **Ticket Service**® et d'autres chèques émis pour le compte de collectivités, mais aussi au travers de **Chèque Taxi** en Belgique.



ACCÈS AU SPORT ET À LA CULTURE

Edenred propose également des solutions adaptées aux collectivités, pour la mise en œuvre d'aides sociales dans les domaines du sport et de la culture. En France par exemple, le Conseil général de l'Essonne a mis en place un programme ambitieux d'accompagnement des jeunes vers leur indépendance, avec la **Carte Jeune** comme élément central de la politique jeunesse du Département. Ce dispositif permet l'accès à la formation (permis de conduire, Brevet d'Aptitude aux Fonctions d'Animateur...), aux loisirs et à la culture (concerts, théâtre, cinémas, piscines, librairies...) ainsi qu'aux transports sur le territoire national et européen. Devenu référence dans le paysage des politiques d'aides sociales en France, ce dispositif a concerné 60 000 jeunes essonnais de 16 à 19 ans et 400 partenaires affiliés en 2011.



ACCÈS À L'ÉDUCATION



En Inde, Edenred développe et gère deux projets d'action sociale dans le domaine éducatif, à la demande d'organismes indépendants à but non lucratif. Le programme **School Choice Vouchers** vise la prise en charge financière pendant 4 ans de l'éducation de 400 jeunes filles issues de milieux défavorisés, dans 80 écoles de Delhi. Outre la prise en charge des frais de scolarité, les titres remis pour l'achat de manuels scolaires, d'uniformes et des repas sont utilisables auprès d'un réseau de prestataires affiliés. Edenred gère l'intégralité du dispositif, depuis l'affiliation des écoles, jusqu'au processus de remboursement de celles-ci, en passant par l'émission et la personnalisation des titres. Edenred s'est vu également confier la gestion d'un 2^e programme éducatif d'une durée de 5 ans, offrant à 850 enfants défavorisés la possibilité d'accéder à une éducation de qualité à faible coût, le programme **Enable Vouchers Education**.



A « Grâce au dispositif de Ticket Restaurant™ Junaeb, de nombreux jeunes viennent se restaurer dans notre cafétéria et manger des plats équilibrés. »



Helena BARRUETA
Gérant du Restaurant "EL MERENDERO"
Chili

AFFILIÉ

« Grâce à la convivialité et à la facilité d'utilisation de la Carte Ticket Restaurant™ Junaeb, la fréquentation de notre restaurant par les étudiants a augmenté de 40 % . »



Amitav VIRMANI
Directeur ABSOLUTE RETURN FOR KIDS
Inde

CLIENT

« Le programme ARK ENABLE a permis à des enfants défavorisés d'accéder à l'éducation à Delhi à un coût réduit. C'est le premier programme de ce type géré par Edenred. Il permet de couvrir les frais de scolarité, les livres, les uniformes et les repas quotidiens des enfants. »

C « Ticket Service® correspond parfaitement aux demandes de première urgence, comme l'alimentation et l'hygiène. Il permet de répondre très vite. Nous savons exactement à quoi sera employé le secours que nous offrons. »



Nori POLI
Restaurateur CAFÉ LIMONE
Suède

AFFILIÉ

« Je suis ravi d'accueillir des étudiants qui bénéficient de la carte Ticket Elevkortet® dans mon restaurant et de leur servir des repas qui leur conviennent avec des menus variés et de qualité. »



Aurélie
bénéficiaire de la Carte Jeune 91 du Département de l'Essonne
France

BÉNÉFICIAIRE

« La Carte Jeune 91 m'a permis d'acheter des places de concert que je n'aurais pu me payer autrement. »

B « Depuis cette année, je bénéficie grâce à ma collectivité de Ticket Service® pour payer mes frais de transport jusqu'à l'université. C'était une dépense trop lourde dans mon budget. »



Gustavo A. VEGA GALLARDO
Responsable FARMACIAS SALCOBRAND
Chili

AFFILIÉ

« Conçu à la demande de l'institution Junaeb, Ticket Farmacia™ permet d'apporter une réponse adaptée et personnalisée aux bénéficiaires, en gérant différentes variables d'attribution (type de produit, liste de médecins, prix fixes, etc.). »

B « Avec les titres School Choice Vouchers, notre fille va désormais pouvoir suivre des cours à l'école pendant 4 ans. »



ENTRETIEN SANDEEP BANERJEE
Directeur Général Edenred Inde

« Je suis particulièrement fier de la mise sur pied du programme PSD (Public System Distribution) destiné à assurer l'aide alimentaire de plus de 5 millions de familles en-dessous du seuil de pauvreté soit 30 millions de personnes au Madhya Pradesh, un des Etats les plus peuplés en Inde avec 60 millions d'habitants. L'organisation de ce programme s'est révélée complexe car il s'agissait de coordonner des expertises avec différents partenaires (informatique, technologie nouvelle en matière de biométrie...) et la distribution auprès d'un réseau d'épicerie sociale. Edenred assure l'émission des coupons, leur livraison, la collecte et le traitement des coupons utilisés. Ce qui est remar-

quable, c'est la combinaison des expertises comme l'utilisation de techniques nouvelles (reconnaissance biométrique des utilisateurs), et aussi des actions de sensibilisation des parties prenantes (épiciers, bénéficiaires...) pour une attitude citoyenne. Cette expertise mise en place au Madhya Pradesh est une formidable opportunité de diversifier nos activités et de nous orienter vers d'autres programmes sociaux publics touchant par exemple les domaines de la santé et de l'éducation. »



Faire des collaborateurs

les acteurs de la construction d'Edenred

Edenred, c'est une aventure partagée par 6 000 femmes et hommes, engagés autour de la transformation de leur entreprise. Ils permettent au Groupe d'accomplir son ambition : être le partenaire de référence de ses parties prenantes. Quelles que soient leurs cultures, tous partagent la même passion pour leur métier, la même volonté de participer à la croissance et la même fierté de faire partie de l'aventure.

Depuis l'impression du premier titre Ticket Restaurant®, la « Success story » d'Edenred repose sur la force de sa culture interne, la mise en œuvre d'un esprit entrepreneurial tourné vers le service et l'innovation et l'attention individuelle portée aux 6 000 talents qui contribuent au succès collectif. Dans les 38 pays, chaque collaborateur incarne et contribue à la diffusion d'un principe d'action commun : **« faire exceptionnellement bien des choses simples tous les jours »**. C'est ainsi qu'Edenred promeut le travail en réseau et l'excellence opérationnelle qui lui permettent **d'apporter une valeur-ajoutée différenciante en se plaçant à l'écoute de ses parties prenantes.**

« Entreprendre Différemment ENsemble », projet d'entreprise conçu au moment de la scission du Groupe, traduit également une volonté partagée de **construire « une entreprise où il fait bon travailler »**. En support de la stratégie du Groupe, les politiques Ressources Humaines visent ainsi à répondre aux besoins des collaborateurs par des actions ciblées, **déclinées au niveau global et local.**

CINQ ENGAGEMENTS

- **Disposer d'un cadre de travail de qualité**
Edenred est soucieux de proposer à ses collaborateurs des services alliant confort et sécurité, garantissant à tous d'exercer leur travail efficacement ; en fonction du contexte et des besoins exprimés localement par les collaborateurs.
- **Travailler dans un climat serein et de confiance**
Edenred cherche à mettre en place les conditions d'une atmosphère de travail propice au développement et à l'épanouissement individuel. Chaque filiale d'Edenred mesure régulièrement la qualité du climat de travail par le biais d'enquêtes internes et de certifications, telles que Great Place to Work, Investors in People, Aon Hewitt. À ce jour près de 50 % des collaborateurs Edenred travaillent dans un environnement certifié. Edenred a pour ambition d'engager l'ensemble de ses pays dans un processus de certification d'ici 2016.

TOUJOURS PLUS DE FILIALES CERTIFIÉES "BEST PLACE TO WORK"



En 2011, 10 pays ont été certifiés, représentant près de 50 % des collaborateurs du Groupe, notamment :

- **Edenred Uruguay** a obtenu pour la deuxième année consécutive la 1^{re} place des entreprises où il fait bon travailler.
- **Edenred Mexique** est au 5^e rang des entreprises respectant l'égalité.
- **Edenred Autriche** a été élu dans le trio de tête des entreprises les plus populaires du pays selon une évaluation de ses salariés, devant Ikea, Microsoft ou Coca-Cola.
- **Edenred Brésil** figure au palmarès depuis 14 ans.
- **Edenred Venezuela** et **Edenred Argentine** ont renouvelé leur certification en 2011.
- **Edenred Chili** a intégré pour la première fois le classement en 2010.



TALENTS EDENRED

Edenred a mis en place un programme spécifique pour les Talents et collaborateurs à potentiels. Ce programme consiste à proposer une semaine de formation et d'échange aux collaborateurs appelés à grandir au sein du Groupe ainsi qu'un suivi personnalisé par les membres du Comité Exécutif.

• Pouvoir se former régulièrement et se développer

La formation est au cœur des priorités afin d'accompagner le changement et d'aider chacun à partager le même langage. Placée au service de la performance de l'entreprise et du développement individuel de chacun, elle est ancrée dans chaque entité, chaque métier et chaque équipe... Talents, managers et experts sont les cibles principales de programmes de formation définis localement.

• Pouvoir évoluer quelle que soit la responsabilité professionnelle exercée

L'ensemble des processus de l'entreprise (recrutement, mobilité, évaluation...) sont définis et mis en œuvre dans un principe d'équité, de transparence et de promotion de la diversité. Objectif : donner à chacun la possibilité d'avancer à son rythme. C'est dans ce principe qu'a été lancé, dès juin 2010, le site de recrutement « Epeople, careers by Edenred » accessible sur le site du groupe : www.edenred.com.

• Reconnaître la contribution individuelle de chacun

Edenred s'attache à reconnaître à sa juste valeur le travail de chacun à travers une politique de rémunération équitable. Par ailleurs, pour valoriser les actions menées individuellement et collectivement, Edenred récompense internationalement et localement les collaborateurs les plus méritants. Le Groupe attribue ainsi chaque année des « Eward » individuels et d'équipe à celles et ceux qui ont contribué à faire d'Edenred une référence parmi ses parties prenantes. Un témoignage de reconnaissance qui renforce la fierté d'appartenance et permet à chacun de comprendre le sens de ses actions.



Assemblée Générale

13 mai 2011

Edenred

Associer les actionnaires

à une stratégie de croissance forte et durable

Edenred a le souci d'apporter tout au long de l'année à ses actionnaires une information rigoureuse, régulière et facile d'accès, et de maintenir un lien continu avec la communauté financière, afin de lui présenter sa stratégie de développement, son modèle économique, ses performances et son actualité.

● TRANSPARENCE DE L'INFORMATION ET QUALITÉ DES RELATIONS

Depuis son introduction en bourse en juillet 2010, Edenred informe régulièrement les analystes financiers et investisseurs français et étrangers. Rencontres individuelles, réunions et conférences téléphoniques sont ainsi organisées plusieurs fois dans l'année et à l'occasion de l'annonce des résultats annuels et semestriels. En 2011, Edenred a rencontré près de 590 représentants de 277 institutions financières, et a réalisé 14 roadshows en Europe, aux États-Unis et au Canada ; Edenred a participé à 11 conférences en France et aux États-Unis.

● DIALOGUE ET PROXIMITÉ AVEC LES ACTIONNAIRES INDIVIDUELS

Les actionnaires individuels d'Edenred bénéficient d'outils d'information et de communication mis à leur disposition afin de renforcer la proximité et le dialogue :

- **Le numéro vert 0805 652 662** (appel gratuit depuis un poste fixe en France) propose des informations générales sur l'actualité et la vie du Groupe (résultats, chiffres d'affaires, montant du dividende, etc.), le cours de l'action Edenred en direct et l'agenda. Il donne accès au service actionnaires de 9h à 18h du lundi au vendredi, ainsi qu'au service Titres au nominatif.
- **Une adresse mail** dédiée pour s'abonner aux mailings, aux communiqués de presse... et poser 24h/24 des questions au Groupe : relations.actionnaires@edenred.com

• **Un espace dédié aux actionnaires** sur le site du Groupe www.edenred.com, pour consulter l'ensemble de la documentation financière, dont la présentation des résultats, le document de référence enregistré auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) ainsi que le cours de Bourse disponible en direct.

• **La Lettre aux actionnaires**, diffusée 2 fois par an, pour suivre l'actualité et obtenir des informations précises sur la stratégie du Groupe, ses résultats, l'évolution du cours de l'action ou encore les événements marquants. La Lettre aux actionnaires est consultable sur le site internet, rubrique Finance et peut être adressée par email.

• **Des rencontres à Paris et en régions** organisées et animées par l'équipe des Relations Actionnaires. En décembre 2011, Edenred est allé à la rencontre de près de 400 actionnaires individuels à Strasbourg.

PREMIER INVESTOR DAY

Le 29 novembre 2011, Edenred organisait à Londres son premier Investor Day (journée investisseurs). La stratégie du Groupe y a été détaillée auprès d'une centaine d'investisseurs, banquiers et analystes financiers venus du monde entier, à travers trois thèmes : le positionnement d'Edenred sur le marché des services prépayés, le développement des nouvelles solutions et le passage au numérique. La journée a été rythmée par plusieurs sessions de questions/réponses avec la Direction générale ainsi que des Directeurs opérationnels, soulignant l'intérêt des participants pour le modèle économique d'Edenred.

L'Assemblée Générale des actionnaires a rassemblé plus de 200 personnes et a été retransmise en direct puis en différé sur le site Internet du Groupe www.edenred.com.

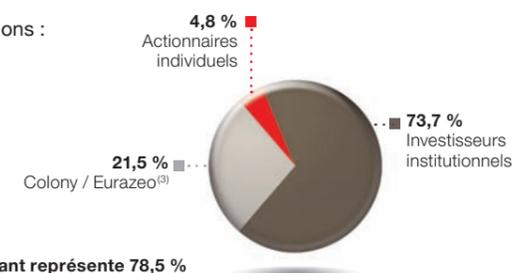


● DIVIDENDE PAR ACTION ⁽¹⁾ 0,70 €

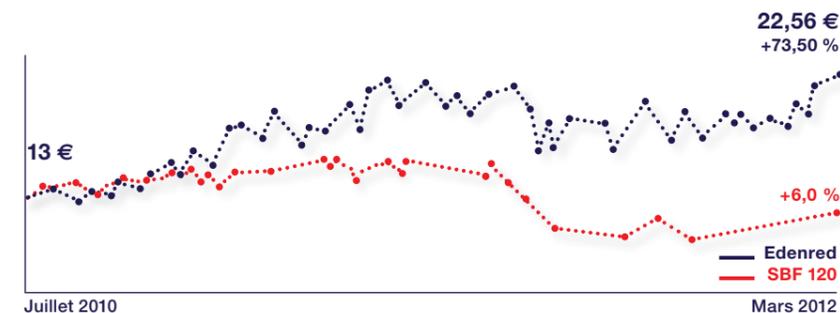
Proposé au titre de l'exercice 2011, en progression de 40 % par rapport à 2010.

● RÉPARTITION DE L'ACTIONNARIAT EDENRED AU 15 JANVIER 2012 ⁽²⁾

Nombre total d'actions : 225 897 396



● VIE DU TITRE



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. Par rapport au premier cours d'ouverture du 2 juillet 2010 à 13 euros, l'action Edenred a progressé au 30 mars 2012 de 73,50 % contre une hausse de 6,0 % pour le SBF 120. À cette date, le cours de l'action Edenred s'établissait à 22,56 euros et la capitalisation boursière d'Edenred atteignait 5,1 milliards d'euros.

● FICHE SIGNALÉTIQUE

Place de cotation : Euronext Paris
Lieu d'échange : Compartiment A
Indices : CAC large 60, CAC Next20, SBF 120, SBF 250, CAC High Dividend, CAC All-Share, Euronext 100, MSCI Standard Index Europe
Code valeur : FR0010908533

● TITRES AU NOMINATIF

Société Générale
 32, rue du Champ de Tir
 BP 81236 - 44312 Nantes Cedex 3
 Tel : +33 (0) 2 51 85 67 89
 (coût d'un appel local)

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration reflète la présence géographique d'Edenred et intègre des connaissances reconnues en matière de technologie du numérique et de ressources humaines. Le Conseil est composé de :

JEAN-PAUL BAILLY*
Président du Groupe La Poste

SÉBASTIEN BAZIN
Directeur Général Exécutif de Colony Capital Europe

ANNE BOUVEROT*
Directrice Générale de la GSMA, l'association internationale des opérateurs de télécommunications

PHILIPPE CITERNE*
Ancien Directeur Général Délégué de la Société Générale

GABRIELE GALATERI DI GENOLA*
Président de Assicurazioni Generali S.p.A.

FRANÇOISE GRI*
Présidente de Manpower France

ROBERTO OLIVEIRA DE LIMA*
Managing Partner de Grau Gestão de Ativos et administrateur de Telefonica Brasil

BERTRAND MEHEUT*
Président du Directoire du Groupe Canal+

VIRGINIE MORGON
Membre du Directoire d'Eurazeo

NADRA MOUSSALEM
Principal de Colony Capital

PATRICK SAYER
Président du Directoire d'Eurazeo

JACQUES STERN
Président-directeur général d'Edenred

*Administrateurs indépendants

(1) Dividende proposé par le Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale des actionnaires du 15 mai 2012 au titre de l'exercice 2011

(2) Sur la base des déclarations AMF et de l'étude d'identification des actionnaires réalisée au 31 décembre 2011.

(3) Au 15 janvier 2012, détention de concert entre ColDay (Colony Capital, LLC), qui détient 25 506 869 actions et droits de vote et Legendre Holding 19 (contrôlé par Eurazeo), qui détient 23 061 291 actions et droits de vote.



S'engager dans la cité

pour promouvoir des modes de vie responsables

Edenred porte une vision sociale dans son cœur de métier. Avec Ticket Restaurant®, le Groupe propose un outil essentiel pour favoriser l'accès des salariés à un repas dans le cadre de leur journée de travail. Être à l'écoute des nouvelles tendances sociales et répondre aux préoccupations de la Cité est la mission qu'Edenred se donne en tant qu'entreprise responsable. Edenred est donc engagé dans une démarche de responsabilité sociétale en cohérence avec ses activités.

TROIS ENGAGEMENTS FORTS

● AUTOUR DE L'ALIMENTATION

La nature des activités d'Edenred a amené le Groupe à faire de la promotion de l'équilibre alimentaire, son chantier prioritaire en matière de responsabilité sociétale. En 2011, l'ensemble des actions menées dans les différents pays du Groupe a permis de sensibiliser près de 11 millions de bénéficiaires.

FOOD Depuis 2009, Edenred coordonne notamment 25 partenaires européens autour du projet **FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand)** qui a pour but de promouvoir l'équilibre alimentaire en utilisant Ticket Restaurant® comme vecteur de communication privilégié auprès des salariés et des restaurateurs dans 6 pays européens (Belgique, Espagne, France, Italie, République tchèque, Suède). En 2011, une conférence s'est tenue au Parlement européen à Bruxelles pour présenter les principaux résultats du projet, qui a permis de sensibiliser 4,2 millions d'employés, 185 000 entreprises et 352 000 restaurants.

À l'issue de la période de cofinancement de la Commission européenne, les partenaires ont décidé de poursuivre le projet, sous la

forme d'un programme. Deux nouveaux pays ont rejoint le programme FOOD en 2011 : la Slovaquie et le Portugal, portant à 8 le nombre de pays engagés.

Au Chili, Edenred est engagé dans la promotion d'une alimentation équilibrée depuis plusieurs années. Les bénéficiaires peuvent poser des questions à une nutritionniste salariée du Groupe et bénéficier d'un coaching en ligne. En 2011, un programme pilote a été lancé auprès d'une vingtaine de restaurants affiliés pour mesurer l'impact des recommandations du programme représenté par la mascotte « Gustino ».

● AUTOUR DE L'ENVIRONNEMENT



La majorité des filiales d'Edenred dans le monde utilisent des ma-

tériaux respectueux de l'environnement (FSC ou papier recyclé) pour la production de leurs titres papier. Depuis 2012 en France, l'ensemble des titres Ticket Restaurant® et Ticket Service® émis par Edenred sont imprimés sur du **papier 100 % recyclé** et certifiés **FSC**. Edenred est ainsi le seul émetteur français à combiner certification FSC et papier recyclé. Ce changement va permettre d'économiser 7 650 arbres par an, près de 25 millions de litres d'eau et 1 125 000 KWh d'énergie consommée lors de la production, d'après les données du bilan carbone conduit par la filiale française.

Le management environnemental se traduit par la démarche de certification **ISO 14 001**. Quatre filiales Edenred sont certifiées, représentant 33,5 % des collaborateurs. Au niveau du Groupe, cette année a marqué le lancement du premier reporting environnemental pour l'ensemble des filiales, sur une vingtaine d'indicateurs recouvrant les consommations d'eau, d'énergie, de déchets, de papier et de gaz à effet de serre et disponible sur le site Internet du Groupe www.edenred.com.

Pour la troisième année consécutive, les collaborateurs de Groupe ont participé à la **journée de la Terre**. En 2011, ce sont plus de 2 800 personnes dans 33 filiales qui ont

été sensibilisées et qui ont participé à des actions en faveur de la préservation de l'environnement.



Edenred intègre également dans le développement de ses nouvelles solutions des problématiques environnementales pour répondre aux préoccupations de la Cité. Dans certains pays, le Groupe affine des enseignes proposant des produits écologiques ou les référence directement dans ses catalogues.

Le programme Ticket Car® Carbon Control permet aux clients de Ticket Car® au Brésil et depuis cette année au Mexique, de calculer la quantité de gaz à effet de serre émise par leurs véhicules professionnels.



UNE DÉMARCHE RECONNUE

En reconnaissance de son engagement en matière de responsabilité sociétale, Edenred a intégré en 2011 la série d'indices boursiers éthiques FTSE4Good. Évalué par un organisme indépendant, Edenred a ainsi satisfait aux exigences requises pour intégrer la série d'indices. Le FTSE4Good a pour objet de faciliter les investissements dans des sociétés répondant aux normes mondialement reconnues en matière de responsabilité sociétale.



● AUTOUR DE LA SOLIDARITÉ

Edenred s'engage localement auprès de ses communautés dans des projets de solidarité sous forme de collectes, de mécénat de compétences et d'actions de lien social associant très souvent les parties prenantes de l'entreprise, comme les affiliés et les clients. En 2011, les collaborateurs ont consacré 689 jours à des actions de mécénat pour des projets associatifs. Plus de 400 associations ont été soutenues sur des projets d'aide alimentaire, d'éducation et d'aide à la réinsertion professionnelle.



En Inde, Edenred a lancé cette année une idée innovante et solidaire pour renouveler l'identité visuelle des titres de services, en organisant un concours de peinture par des enfants défavorisés originaires de trois villes indiennes. Les meilleurs tableaux ont été choisis pour illustrer le millésime 2012-2013 des titres Ticket Restaurant® et Ticket Compliments®. 275 enfants pris en charge par l'association SOS Village d'Enfants ont ainsi participé à l'opération « Arts from the Heart ».



Contacts et informations utiles

INFORMATIONS FINANCIÈRES

■ Actionnaires individuels

Contactez le Service Relations Actionnaires Individuels :
Par téléphone de France :

 **N° Vert 0 805 652 662**
APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

appel gratuit depuis un poste fixe en France métropolitaine

Par e-mail depuis l'étranger :

relations.actionnaires@edenred.com

Retrouvez chaque jour des informations financières
sur www.edenred.com

■ Analystes financiers et investisseurs institutionnels

Par e-mail : investor.relations@edenred.com

RELATIONS PRESSE GROUPE

Par e-mail : presse@edenred.com

RESSOURCES HUMAINES GROUPE



Sur Internet : Découvrez les engagements du Groupe, les métiers, les postes disponibles dans le monde...
Déposez votre dossier de candidature sur notre site Internet :
www.edenred.com > Ressources humaines « Postuler avec E-people »

Par e-mail : hr.contact@edenred.com

PUBLICATIONS

La **brochure annuelle** est disponible sur le site Internet d'Edenred où l'ensemble des publications du Groupe peuvent être consultées et téléchargées.



Le document de référence



La lettre aux Actionnaires



Actualités du Groupe : www.edenred.com

La brochure annuelle est également disponible en anglais et en espagnol sur le site Internet www.edenred.com.

EDENRED

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 451.794.792 euros, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés sous le N° RCS Nanterre 493 322 978.

Conception et rédaction :

Direction de la Communication Edenred – 178 boulevard Gabriel Péri – 92245 Malakoff Cedex – France
Directeur de la Publication : Eliane Rouyer-Chevalier - Rédacteur en Chef : Valérie Cordebas
Comité de Rédaction : Virginie Poulin - Design et Réalisation : Agence Lonsdale

Crédit Photos :

Grégoire KORGANOW/Agence LACOMPANY, Crédit Gilles ROLLE/REA, Yves Forestier, Ümit Zagli, Métamis Création, Thinkstock, Photononstop, Shutterstock, Corbis, Getty Images, PhotoAlto, Fotolia, DR – Parution 05/2012

Nous remercions nos clients, affiliés, bénéficiaires et les collaborateurs d'Edenred qui ont participé à la réalisation de cette brochure.

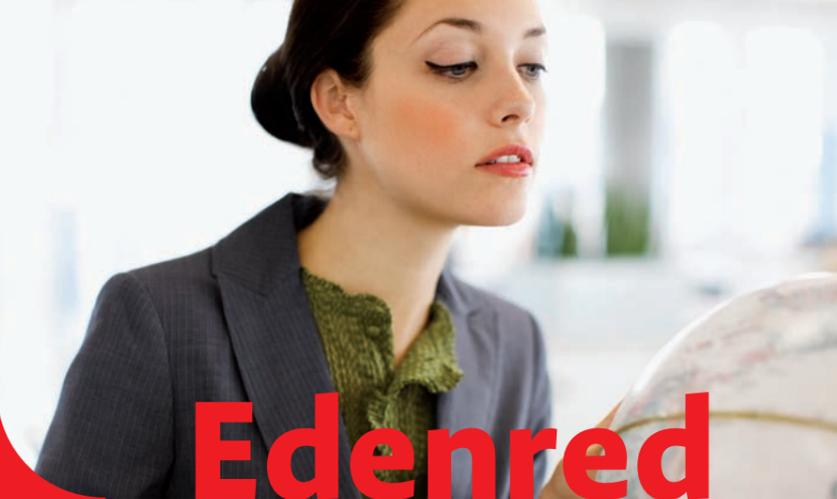
Ce document participe à la protection de l'environnement.

Dans une logique de développement responsable, Edenred a fait le choix d'imprimer ce document sur un papier 100% recyclé et certifié FSC® (Forest Stewardship Council) et Ecolabel Européen, attestant de la gestion durable des forêts. L'impression de la publication a été réalisée par le groupe SIP IMPRESSIONS et a obtenu le label Imprim'vert.



EDENRED DANS LE MONDE, VOS CONTACTS





Edenred dans le monde

-  Avantages aux salariés
-  Frais professionnels
-  Motivation et récompenses
-  Gestion des programmes sociaux publics

Afrique du Sud

Depuis 2005
Basé à Johannesburg
Solutions phares : Compliments®
Exclusive - Ticket Compliments® -
Marketing Services
www.edenred.co.za

Allemagne

Depuis 1976
Basé à Munich
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Plus® Card -
Ticket Shopping® Card - Ticket
Service®
www.edenred.de

Argentine

Depuis 1988
Basé à Buenos Aires
Solutions phares : Ticket
Mantenimiento de Flota® -
Ticket Restaurant® Electronico -
Ticket Car® -
Ticket Premium Electrónico® -
Beneficio Club®
www.edenred.com.ar

Autriche

Depuis 1993
Basé à Vienne
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Service® -
Ticket Compliments Universal® -
Ticket Junior®
www.edenred.at

Belgique

Depuis 1976
Basé à Bruxelles
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket EcoCheque® -
Ticket Compliments® - Accentiv™ -
Ticket à la Carte®
www.edenred.be

Brésil

Depuis 1976
Basé à Sao Paulo
Solutions phares : Ticket
Restaurante® - Ticket Alimentação® -
Ticket Car® - Ticket Frete® - Ticket
Transporte® - Accentiv/Mimetica
www.edenred.com.br

Bulgarie

Depuis 2003
Basé à Sofia
Solutions phares : Ваучер Храна® -
Ticket Compliments® -
Beneficio Club®
www.edenred.bg

Chili

Depuis 1998
Basé à Santiago
Solutions phares : Ticket
Restaurant™ - Ticket Sala Cuna -
Ticket Compliments® - Ticket
Vestuario™ - Ticket Restaurant™
Junaeb - Ticket Experiencia
www.edenred.cl

Chine

Depuis 2000
Basé à : Shanghai & Hong Kong
Solutions phares : Accentiv® -
E Card Reloadable - Ecard
Disponible - FlexBenefit®
www.edenredchina.com

Corée du Sud

Depuis 1999
Basé à Séoul
Solutions phares : Accentiv™ -
Ticket Express™
www.edenred.co.kr

Espagne

Depuis 1976
Basé à Madrid
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Guarderia® -
Ticket Regalo® - Ticket Regalo®
Premium - Ticket Compliments® -
Delicard® - Ticket Corporate®
www.edenred.es

États-Unis

Depuis 1985
Basé à Newton, MA
Solutions phares : Commuter
Check® - Wired Commute® -
Compliments®
www.edenredusa.com

Finlande

Depuis 2011
Basé à Helsinki
Solutions phares : Ticket Mind &
Body® - Ticket Restaurant®
(printemps 2012) - Delicard® - Fruit Box
www.edenred.fi

France

Depuis 1962
Basé à Malakoff
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket CESU - Ticket
Clean Way® - Ticket Kadéos® -
Stim & Go® - Ticket Service®
www.edenred.fr

Grèce

Depuis 1996
Basé à Athènes
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Restaurant®
Meal Expenses - Ticket Car® -
Ticket Compliments®
www.edenred.gr

Hongrie

Depuis 1993
Basé à Budapest
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Compliments® -
Ticket Service® - Ticket Wellness® -
Ticket Web & Media® - Ticket Sport®
www.edenred.hu

Inde

Depuis 1997
Basé à Mumbai
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Accentiv® - Ticket
Compliments® - Ticket Medica
Health & Wellness® - Ticket Service®
www.edenred.co.in

Italie

Depuis 1976
Basé à Milan
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Compliments® -
Ticket Cultura® - Ticket Family® -
ExpendiaSmart® - Ticket Service®
www.edenred.it

Liban

Depuis 2001
Basé à Beyrouth
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Carte Auto -
Ticket Auto®
www.edenred.com.lb

Luxembourg

Depuis 1993
Basé à Luxembourg
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Compliments® -
Accentiv™
www.edenred.lu

Mali

Depuis 2009
Basé à Bamako
Solutions phares : Ticket Agr®

Maroc

Depuis 2007
Basé à Casablanca
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Compliments® -
Ticket Mission®
www.edenred.ma

Mexique

Depuis 1981
Basé à Mexico
Solutions phares : Ticket
Restaurante® - Ticket Vale
Despensas® - Ticket Alimentación
Electrónico® - Ticket Car® - Ticket
Vale Gasoline™ - Ticket Uniforme® -
Ticket Regalo®
www.edenred.mx

Pays-Bas

Depuis 1997
Basé à 's-Hertogenbosch
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Clean Way® -
Tintelingen - E-zees! - Strikk
www.edenred.nl

Pérou

Depuis 2003
Basé à Lima
Solutions phares : Ticket
Alimentación® - Ticket
Alimentación® Electrónico - Ticket
Compliments® Regalo - Ticket
Regalo® Card - Ticket Combustible®
www.edenred.com.pe

Pologne

Depuis 1997
Basé à Varsovie
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Compliments®
Premium - Ticket Dla Ciebie® -
Ticket Twoja Premia® - Ticket
Relax® - Ticket Holiday®
www.edenred.pl

Portugal

Depuis 1984
Basé à Lisbonne
Solutions phares : Euroticket® -
Cheque Creche® - Cheque
Estudante® - Webcentiv® -
Compliments® - Kadeos®
www.edenred.pt

République tchèque

Depuis 1993
Basé à Prague
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Compliments® -
Ticket Holiday® - Ticket Benefits®
Card - Ticket Service® -
Benefity Café
www.edenred.cz

Roumanie

Depuis 1998
Basé à Bucarest
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Cresa® -
Ticket Vacanta® - Compliments® -
Ticket Cadou® - Ticket Asist®
www.edenred.ro

Royaume-Uni

Depuis 1982
Basé à Londres
Solutions phares : Childcare
Vouchers® - Employee savings -
Capital Bonds® - Flexible Benefits® -
Incentive Award Card - Eyecare
Vouchers®
www.edenred.co.uk

Singapour

Depuis 1999
Basé à Singapour
Solutions phares : Ticket Xpress® -
Accentiv™ - Ticket Max™
www.edenred.com.sg

Slovaquie

Depuis 1994
Basé à Bratislava
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Compliments® -
Ticket Service® - Benefity Café -
Beneficio Club®
www.edenred.sk

Suède

Depuis 1992
Basé à Stockholm
Solutions phares : Ticket
Rikskuponger® - Ticket Rikskortet® -
Delicard® - Ticket Elevkortet®
www.edenred.se

Suisse

Depuis 1996
Basé à Lausanne - Crissier
Solutions phares : Ticket
Restaurant®
www.edenred.ch

Taiwan

Depuis 2000
Basé à Taipei
Solutions phares : Ticket Xpress® -
Accentiv™ - Ticket Max®
www.edenred.com.tw

Turquie

Depuis 1992
Basé à Istanbul
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket Compliments® -
Ticket Plus® - Ticket Service®
www.edenred.com.tr

Uruguay

Depuis 1987
Basé à Montevideo
Solutions phares : Ticket
Restaurant® - Ticket
Alimentación® - Ticket Transporte® -
Ticket Navidad® - Ticket
Compliments® - Ticket Bienestar®
www.edenred.com.uy

Venezuela

Depuis 1990
Basé à Caracas
Solutions phares : Ticket
Alimentación® - Ticket Alimentación
Electrónico® - Ticket Restaurant® -
Ticket Guarderia® - Ticket Juguete® -
Ticket Plus®
www.edenred.com.ve

For
an
easier
life*



Direction de la Communication Corporate, Financière et Responsabilité Sociétale
Immeuble Columbus - 166-180 Boulevard Gabriel Péri
92245 Malakoff Cedex - France
Tél. : +33 (0)1 74 31 75 00
Site Internet : www.edenred.com

* Pour une vie plus facile