



# Le groupe Carrefour et le Développement Durable

Nos réponses à 6 grands enjeux de société

**97,24**

MD€ DE CHIFFRE  
D'AFFAIRES TTC  
SOUS ENSEIGNES  
EN 2006

**12 547**

MAGASINS DANS

**29**

PAYS

**456 295**

COLLABORATEURS

**3**

MILLIARDS  
DE PASSAGES  
EN CAISSE PAR AN  
TOUS FORMATS



groupe **carrefour**

“Le Développement Durable fait partie intégrante de la stratégie du groupe Carrefour. Cela nous permet d’apporter des réponses concrètes aux nouveaux enjeux économiques, sociaux et environnementaux, liés à notre activité.

Au-delà des grands engagements historiques pris par le Groupe et de leur mise en œuvre, nous nous sommes particulièrement concentrés, cette année, sur six grands dossiers que nous considérons comme de grands enjeux pour un Groupe tel que le nôtre et qui nous tiennent particulièrement à cœur :

- › la nutrition ;
- › l’offre de produits responsables et durables pour tous les budgets ;
- › la promotion de la diversité en entreprise ;
- › le respect des droits de l’Homme au travail ;
- › les changements climatiques ;
- › la réduction des impacts environnementaux de nos magasins.

Nous avons souhaité exposer dans ce dépliant quelques-unes des réponses apportées par notre Groupe à ces grands défis sociétaux.”

José Luis Duran  
Président du Directoire



# Nos engagements au quotidien



## Pour un progrès économique et commercial

- › Apporter à nos clients le meilleur prix associé à la meilleure offre commerciale dans chaque enseigne, dans chaque pays.
- › Apporter à nos partenaires associés, franchisés ou affiliés, des enseignes et des marques leaders, un savoir-faire commercial, une puissance d’achat et des techniques de progrès constants.
- › Apporter à nos fournisseurs des débouchés, la connaissance des clients, une coopération pour l’amélioration des produits dans le cadre de relations durables et équilibrées.
- › Apporter à nos actionnaires la rentabilité dans la durée de leur investissement et les perspectives de croissance d’un groupe international et multiformat.



## Pour un progrès social

- › Apporter à nos collaborateurs la possibilité de s’épanouir dans un climat de confiance et de progresser ; un travail et une rémunération motivants.
- › Apporter aux collectivités publiques, locales et nationales, l’engagement concret, dans la vie de la cité, d’un acteur économique responsable et citoyen.



## Pour un progrès environnemental

- › Renforcer la prise en compte de l’environnement dans la conception de nos produits et emballages.
- › Renforcer la prise en compte environnementale dans l’activité logistique.
- › Réduire les impacts environnementaux liés à la construction et à l’exploitation des magasins.



1992  
Filières Qualité  
Carrefour



1996  
Application  
du principe  
de précaution  
aux OGM



1997  
Carrefour Bio

fidh

2000  
Charte Sociale  
en collaboration  
avec la FIDH



2001  
Adhésion  
au Pacte  
mondial des  
Nations unies

uni  
UNION NETWORK INTERNATIONAL

2001  
Signature  
d’un protocole  
d’accord  
avec l’UNI

2004  
• Adoption du Code  
Éthique Groupe  
• Signature de la *Charte  
de la Diversité  
dans l’Entreprise*



2004  
Lancement  
de Carrefour  
Attitude



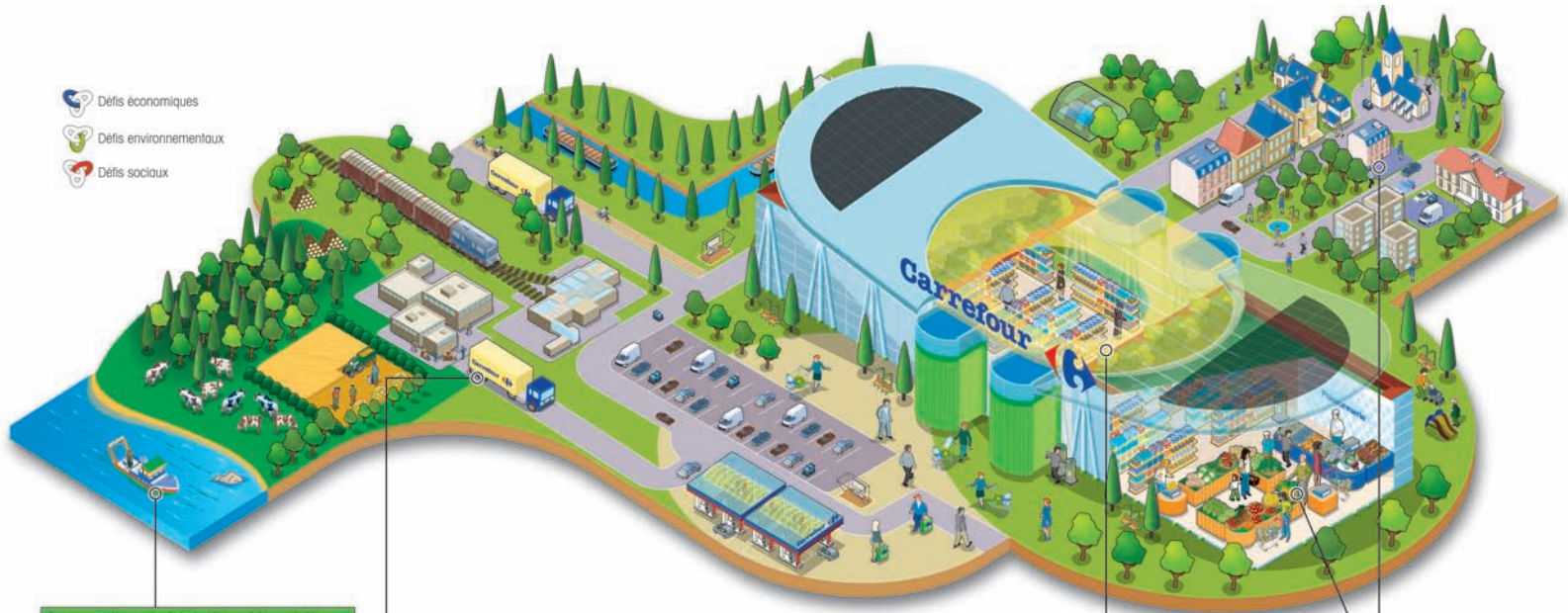
2005  
Gamme  
“Pêche  
responsable”



2006  
Gamme  
Carrefour AGIR

# Notre chaîne de responsabilités du producteur au client

- Défis économiques
- Défis environnementaux
- Défis sociaux



## Les conditions de fabrication et les relations avec les fournisseurs et le monde agricole

### NOS RESPONSABILITÉS

- Relations durables avec nos fournisseurs.
- Promouvoir les fournisseurs et les produits locaux.
- S'approvisionner de façon responsable (conditions sociales et environnementales de fabrication, préservation des ressources naturelles).
- Promouvoir des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement.

Voir • **ZOOM** sur les produits responsables  
• **ZOOM** sur les conditions sociales de fabrication

## Le transport des produits

### NOS RESPONSABILITÉS

- Optimisation de la chaîne logistique.
- Réduction des émissions de gaz à effet de serre.
- Réduction du bruit.

Voir **ZOOM** sur les changements climatiques

## La gestion des magasins

### NOS RESPONSABILITÉS POUR LES MAGASINS

- Réduction de la consommation de ressources et d'énergies.
- Tri des déchets et réduction du gaspillage.
- Maîtrise des pollutions.
- Intégration de critères environnementaux dans la construction/remodeling des magasins.
- Sécurité des personnes en magasins.

### NOS RESPONSABILITÉS POUR LES PRODUITS

- Prix correspondant aux différents pouvoirs d'achat.
- Large choix de produits.
- Qualité et sécurité des produits.
- Réduire les emballages.
- Proposer des produits permettant d'avoir une consommation durable.

Voir • **ZOOM** sur la nutrition  
• **ZOOM** sur les produits responsables

### NOS RESPONSABILITÉS FACE AUX COLLABORATEURS

- Conditions de travail.
- Management des équipes.
- Juste rétribution.
- Respect de la diversité.
- Sécurité du personnel sur nos sites (magasins, entrepôts...).

### NOS RESPONSABILITÉS FACE AUX CLIENTS

- Informer et sensibiliser nos clients au Développement Durable en magasin.
- Promouvoir la réduction, le tri et le recyclage des déchets (bornes de collecte, alternatives aux sacs de caisse...).
- Accessibilité aux personnes handicapées.
- Accessibilité par transports en commun.

Voir • **ZOOM** sur la diversité en entreprise  
• **ZOOM** sur les impacts environnementaux de nos magasins

## Les relations avec les clients et les collectivités

### NOS RESPONSABILITÉS FACE AUX CLIENTS

- Écoute et satisfaction des attentes des clients.
- Démocratisation de la consommation.
- Promouvoir une consommation durable auprès des clients.

### NOS RESPONSABILITÉS DANS LE TISSU LOCAL

- Promotion de l'emploi local.
- Intégration dans le tissu urbain.
- Créer des lieux de vie.
- Actions de mécénat et de solidarité.
- Dialogue avec les communautés locales.

Voir • **ZOOM** sur la nutrition  
• **ZOOM** sur les produits responsables  
• **ZOOM** sur les changements climatiques



Matières grasses



Sucres simples



Sucres complexes



Protéines



Fibres



Sel

**ZOOM sur :**

# La nutrition

25 millions de clients par jour toutes enseignes

- **Les enjeux :** Permettre à tous nos clients d'acquérir les bons réflexes pour une vie saine et une alimentation équilibrée.

## Nos réponses :

### Offrir un assortiment de produits équilibrés et des gammes "nutrition"

- Réduction des teneurs en sel, sucres et matières grasses dans les formules de nos produits à marques propres ou d'enseignes.
- Lancement dans plusieurs pays de gammes "nutrition" élaborées avec des nutritionnistes.
- Offre de produits permettant à tous les budgets de manger équilibré (produits N°1).



### Informez de la qualité nutritionnelle

- Étiquetage clair sur nos produits à marques propres ou d'enseignes avec des cadrans nutritionnels indiquant pour les 6 nutriments majeurs la part quotidienne couverte par le produit.
- Conseils pour une vie équilibrée sur nos packagings.

### Sensibiliser activement nos clients

- Conseils et informations sur l'alimentation équilibrée sur nos sites Internet et catalogues.
- Organisation en magasin d'événements comme les Semaines de la Nutrition pour sensibiliser et informer les clients.



### Nous engager dans la cité

- Soutien, à travers notre Fondation Internationale Carrefour, de programmes de santé publique tels que le programme EPODE "Ensemble Prévenons l'Obésité Des Enfants" en France, en Belgique et en Espagne ou le programme VIASANO en Belgique.



**ZOOM sur :**

# Les produits responsables

324 références de produits équitables

367 Filières Qualité Carrefour dans le monde

- **Les enjeux :** Encourager une consommation responsable pour préserver l'environnement ou favoriser un développement solidaire.

## Nos réponses :

### Démocratiser l'accès aux "produits responsables"

- Produits à marques propres ou d'enseignes "responsables", accessibles à tous les pouvoirs d'achat : gamme Carrefour AGIR proposant des produits Bio, Nutrition, Solidaire, Éco-Planète ; gammes Champion Éco-Planète, Champion Bio ; gamme Grand Jury Bio (enseignes de proximité)...

### Nous engager pour un développement solidaire

- Produits équitables.
- Développement d'actions sociales auprès de certains de nos fournisseurs Filières Qualité Carrefour.
- Produits à marques propres dits "du terroir" pour promouvoir le savoir-faire et les produits locaux.

### Préserver notre environnement

- Produits Filières Qualité Carrefour ou produits Bio favorisant les pratiques agricoles durables.
- Gamme "Pêche responsable" proposée en France et en Belgique qui garantit au consommateur une bonne gestion des stocks et de l'écosystème.
- Gammes de produits Droguerie Parfumerie Hygiène à marques Carrefour AGIR Éco-Planète et Champion Éco-Planète pour lesquelles nous avons privilégié en 2006 l'écobellisation.

### Guider au mieux le choix de nos clients

- Signalisation en magasin des "produits responsables".
- Sensibilisation et information sur le Développement Durable en magasin, sur nos sites internet ou lors des grands rendez-vous comme la Journée Mondiale de l'Environnement.



J'agis responsable avec Carrefour



**ZOOM sur :**

# La diversité en entreprise

**7 833** collaborateurs handicapés dans le Groupe  
**31 %** de femmes managers

■ **Les enjeux :** Être le reflet des sociétés dans lesquelles nous sommes implantés en luttant contre toutes les formes de discrimination.

■ **Nos réponses :**

### Déployer dans tous les pays une politique de diversité

- Signature par le groupe Carrefour en 2004 de la *Charte de la Diversité en Entreprise*, l'engageant à n'appliquer aucune politique discriminante à l'embauche ni en cours de carrière.
- Partenariats avec les agences locales pour l'emploi.
- Méthodes de recrutement innovantes, basées sur les seules compétences techniques.

### Donner leur chance à tous les profils

- Recrutement local voire de proximité autour des magasins.
- Plus de 30 métiers proposés.
- Une chance donnée à tous les profils : jeunes ou moins jeunes, débutants ou experts, avec ou sans diplôme...

### Promouvoir les femmes autant que les hommes

- Lancement de programmes mixité.
- Signature d'accords d'égalité professionnelle hommes-femmes.

### Tendre la main aux personnes en difficulté

- Programmes favorisant l'intégration des personnes handicapées et l'insertion des personnes éloignées de l'emploi.



**ZOOM sur :**

# Les conditions sociales de fabrication

**390** audits sociaux menés en 2006

■ **Les enjeux :** Veiller au respect des droits de l'Homme et des normes internationales du travail par l'ensemble de nos fournisseurs.

■ **Nos réponses :**

### Nous appuyer sur l'expertise de la FIDH

- Coopération dès 1997, avec la FIDH (Fédération internationale des ligues des droits de l'Homme).

## fidh

### Lier nos fournisseurs par une Charte Sociale

- Adoption en 2000 de notre Charte Sociale (révisée en 2005) liant l'ensemble de nos fournisseurs de nos marques d'enseignes.

### Contrôler l'application de notre Charte

- Réalisation d'audits sociaux : en 6 ans, 1 460 audits sociaux ont été réalisés dont 251 ré-audits permettant de suivre dans les pays sensibles notre parc fournisseurs de produits à marques d'enseignes. Ces audits ont été menés principalement en Chine, Inde, Bangladesh, Pakistan et Vietnam pour les secteurs textile, sport, jouets et articles de maison.

### Œuvrer pour l'émergence d'une norme internationale

- Prise de position en faveur d'une norme sociale internationale sur les droits de l'Homme au travail, pour clarifier les responsabilités des entreprises.
- En 2006, travail à une convergence des systèmes d'audits sociaux dans le secteur de la distribution.





**ZOOM sur :**

# Les changements climatiques

**863 GWh** de consommation d'énergie (gaz/fuel) pour le Groupe en 2006 (magasins intégrés)

■ **Les enjeux :** Lutter contre les changements climatiques en réduisant directement ou indirectement les émissions de gaz à effet de serre.

■ **Nos réponses :**

## Promouvoir un management environnemental de nos sites

- Suivi des indicateurs de performance sur l'énergie, l'eau, les déchets, les émissions de CO<sub>2</sub>...
- Réduction et amélioration du suivi de la consommation d'énergie : déploiement de la GTC (gestion technique centralisée), installation de portes vitrées pour les meubles froid...
- Réalisation d'analyses de cycle de vie sur les sacs de caisse et les catalogues permettant au Groupe d'orienter sa politique :
  - baisse du grammage et utilisation de papier dont les fibres de bois sont recyclées et/ou certifiées pour nos catalogues ;
  - alternatives aux sacs de caisse jetables, proposées à nos clients.



## Optimiser les flux logistique pour réduire le nombre de camions sur les routes et les kilomètres parcourus

- Adaptation de la fréquence et des circuits de livraisons.
- Optimisation du remplissage des camions.
- Utilisation de modes alternatifs de transport (voie fluviale, feroutage).

## Agir sur le transport et le mode de consommation de nos clients

- Commercialisation de carburants moins polluants.
- Participation à l'extension des voies de bus pour garantir la desserte de nos magasins.
- Sensibilisation des clients et offre de produits de consommation durable (ampoules basse consommation, produits écolabellisés).



**ZOOM sur :**

# La réduction des impacts environnementaux de nos magasins

**12 547** magasins dans le monde

■ **Les enjeux :** Intégrer l'environnement dans la construction et la rénovation de nos magasins.

■ **Nos réponses :**

## Promouvoir une "construction durable"

- Diffusion d'un guide à l'international reprenant l'ensemble des initiatives concluantes en matière de construction, rénovation et gestion environnementale des magasins.
- Démarche environnementale globale menée sur deux magasins pilotes en France (Haute Qualité Environnementale) et en Italie.
- Tests effectifs sur les énergies renouvelables : centrales hydrauliques, panneaux solaires...



## Nous intégrer dans l'environnement

- Aménagement de nos centres commerciaux et de leurs abords en concertation avec les collectivités.
- Création d'espaces verts, intégration dans le paysage...

## Privilégier des matériaux durables

- Analyse des matériaux disponibles sur le marché et préférence donnée aux matériaux durables.

## Gérer l'eau

- Maîtrise de nos consommations en eau en rationalisant l'usage de l'eau de ville et en collectant les eaux de pluie.
- Minimisation des pollutions rejetées.



# Le groupe Carrefour en France et le Développement Durable

45,725 Md€ de chiffre d'affaires TTC sous enseignes

3 879 magasins

140 514 collaborateurs

2 298 GWh de consommation d'énergie

## Défis économiques et commerciaux

### *Sensibilisation des fournisseurs au Développement Durable*

Carrefour, Champion et les enseignes de proximité ont conçu le premier outil d'autoévaluation des fournisseurs qui intègre l'ensemble des facettes du Développement Durable (environnementales, sociétales et managériales). L'objectif de cet autodiagnostic Développement Durable est de proposer aux fournisseurs un outil complet pouvant les aider à mettre en place et à suivre une politique Développement Durable, et de les sensibiliser à l'importance de leur implication en leur montrant les différents leviers d'actions sur lesquels ils peuvent agir, puis en valorisant les fournisseurs exemplaires.

## Défis sociaux

### *Mission Handicap, mission accomplie !*

Mobilisés pour tendre la main aux personnes handicapées, les Hypers et les Supers France mettent en œuvre leurs programmes Mission Handicap ! En 2006, les Hypers ont recruté plus de 200 collaborateurs handicapés et les Supers 150, en s'appuyant, sur le recrutement par simulation pour détecter, au-delà du handicap lourd ou léger, la fibre commerciale !

## Défis environnementaux

### *Le tri, un geste citoyen !*

Pour sensibiliser au tri des déchets, toutes les enseignes en France ont déployé sur le packaging de leurs produits alimentaires à marques propres, un pavé "info emballage". Il encourage au tri et explique la portée de ce geste en termes accessibles aux enfants comme aux adultes.

Pour plus d'informations consultez  
le *Rapport Développement Durable 2006*  
sur [www.carrefour.com](http://www.carrefour.com)

