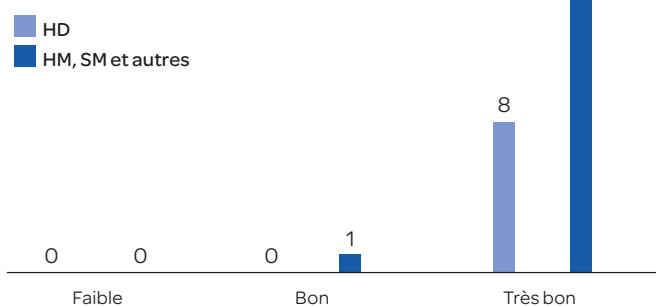


Indicateurs clés par zone géographique

Les indicateurs clés choisis pour leur pertinence par rapport à l'impact des activités du Groupe mesurent l'efficacité de sa politique et la réalité des plans d'action mis en place.

INDICATEUR CLÉ QUALITÉ

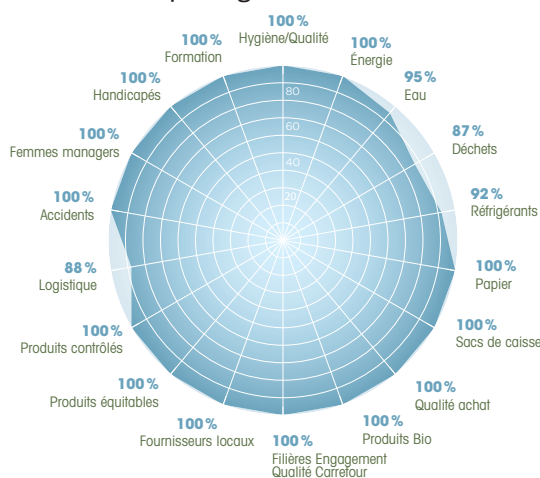
Niveau de la démarche qualité pour les produits alimentaires contrôlés (en nombre de pays)



Cet indicateur évalue l'actualisation des cahiers des charges, la mise en place des audits fournisseurs et des plans de contrôle des produits, ainsi que le suivi des non-conformités et des réclamations consommateurs.

INDICATEUR GLOBAL

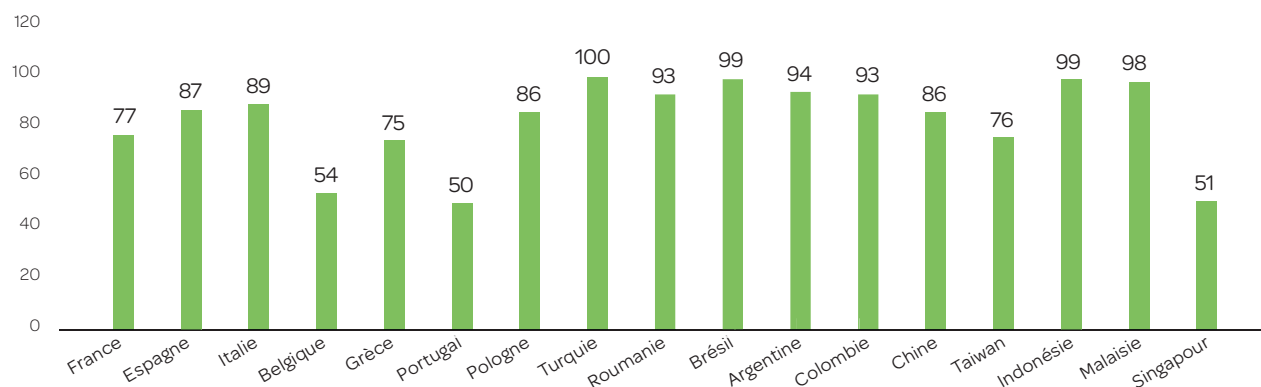
Périmètre de reporting



Part du chiffre d'affaires consolidé (HT) couvert par le reporting 2010.

INDICATEUR CLÉ DÉVELOPPEMENT LOCAL

Part des ventes de produits alimentaires à marques de Carrefour achetés auprès de fournisseurs locaux par pays (en %)

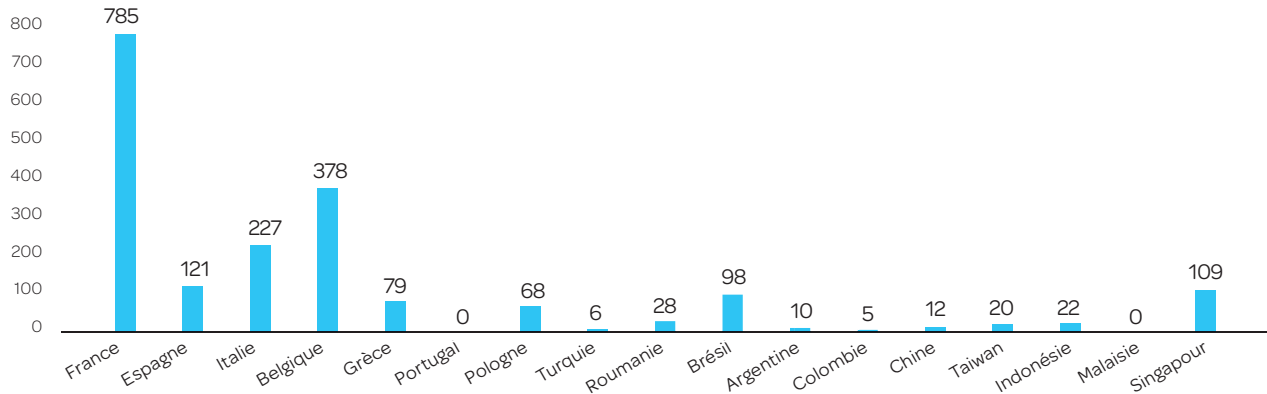


Un fournisseur local est un fournisseur de produits alimentaires à marques de Carrefour fabriqués dans le pays où ils sont commercialisés. Grâce à ces produits, le Groupe contribue au développement du tissu économique local et réduit l'impact environnemental du transport des marchandises importées.

Chiffres 2010.

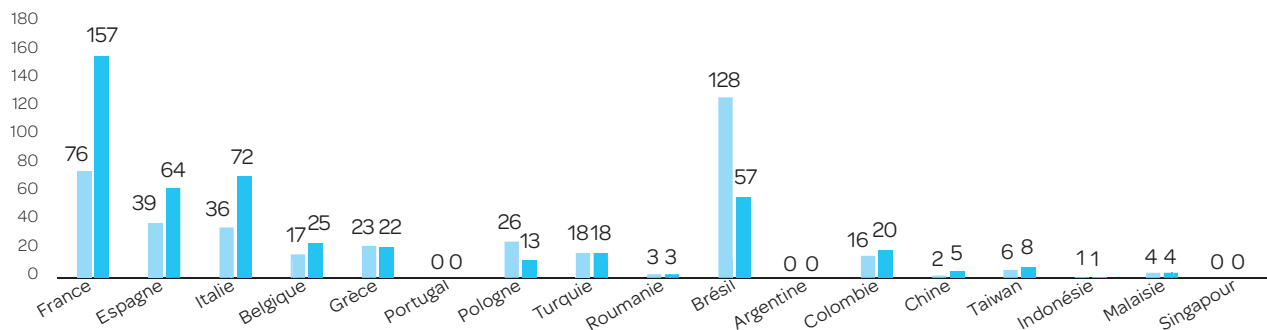
INDICATEURS CLÉS PRODUITS

Nombre de références de produits alimentaires bio ou écologiques certifiés à marques de Carrefour par pays



En 2010, l'Argentine a développé ses premières références de produits biologiques à marques de Carrefour afin de répondre à la demande croissante des consommateurs pour ces produits. Si le nombre de références est en augmentation dans la plupart des pays, on assiste également à une rationalisation de l'assortiment, notamment dans le but de proposer des gammes communes dans les différents formats du Groupe présents dans un même pays.

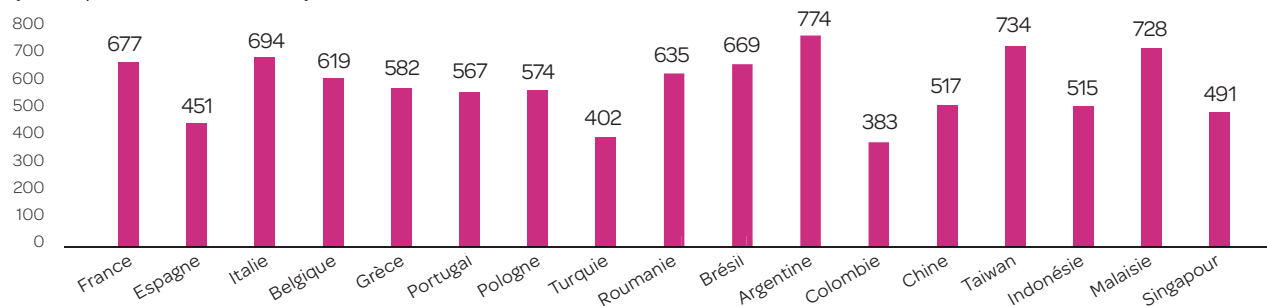
■ Nombre de produits filières Engagement Qualité Carrefour par pays
■ Nombre de contrats filières Engagement Qualité Carrefour par pays



En 2010, le Groupe a signé 30 nouveaux projets de filières Engagement Qualité Carrefour. La baisse du nombre de contrats dans certains pays est liée aux signatures avec des coopératives et non plus directement avec les différents producteurs. Dans le cadre de ces filières, le groupe Carrefour a noué des partenariats avec plus de 27 300 producteurs dans le monde.

INDICATEURS CLÉS MAGASINS

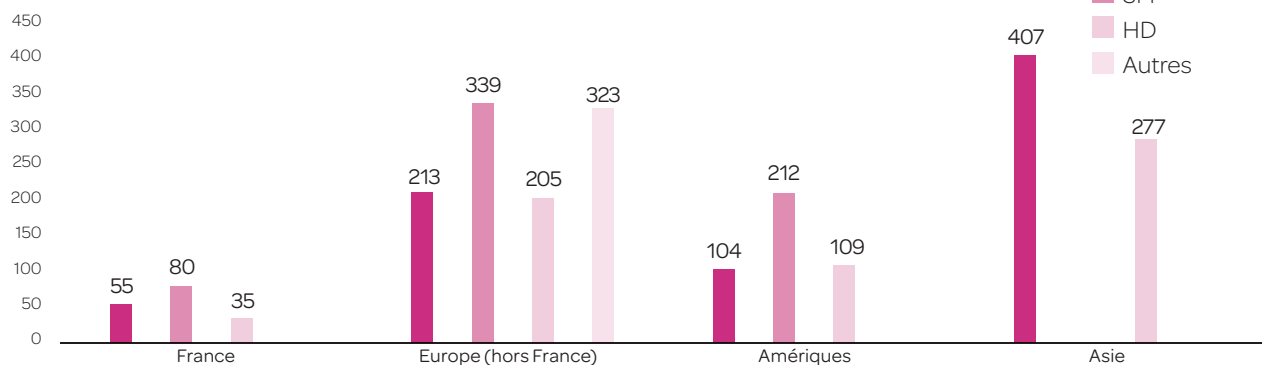
Consommation d'énergie par pays (en kWh/m² de surface de vente)



À fin 2010, le Groupe a réduit de 18,2% sa consommation d'énergie par m² de surface de vente par rapport à 2004, l'objectif étant d'atteindre 30% de réduction d'ici fin 2020. Les nouveaux magasins ouverts dans la plupart des pays présentent une efficacité énergétique de plus en plus intéressante, intégrant les meilleures pratiques constatées.

Émissions de CO₂ liées à la consommation de fuel, gaz et électricité par zone et par format

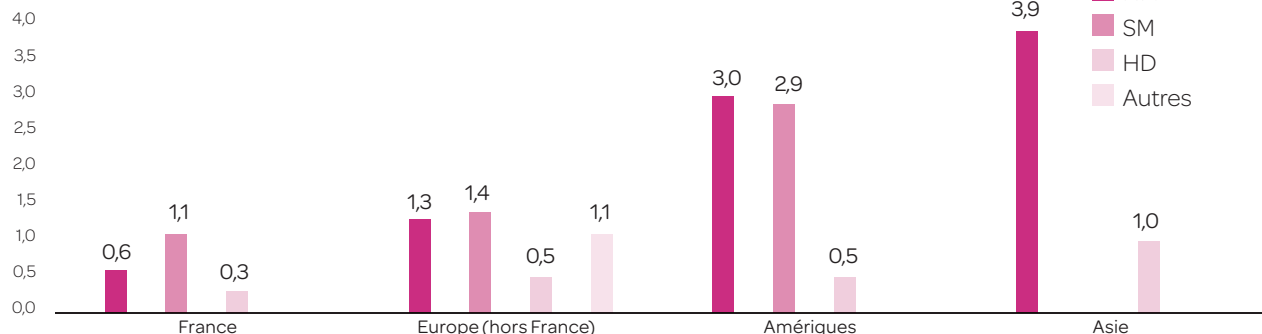
(en kg CO₂/m² de surface de vente)



Parce que la consommation d'énergie représente la première source d'émissions de gaz à effet de serre du Groupe, les efforts de réduction passent essentiellement par l'efficacité énergétique des magasins. En 2010, les réductions d'émissions de CO₂ sont principalement réalisées grâce aux hypermarchés avec une baisse de 3,3% par m² de surface de vente sur l'année.

Consommation d'eau par zone et par format

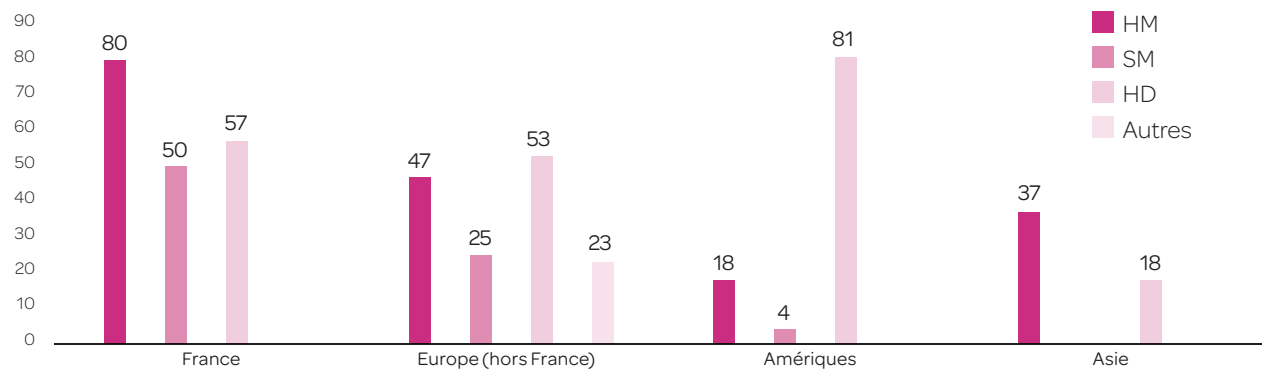
(en m³/m² de surface de vente)



Appuyées par la mise en place de systèmes permettant un meilleur suivi des consommations d'eau, les bonnes pratiques se développent dans les pays afin de réduire leurs consommations. En 2010, la consommation d'eau a ainsi diminué de 1,8% par rapport à 2009. Hors : HM : BE / SM : BE / HD : AR

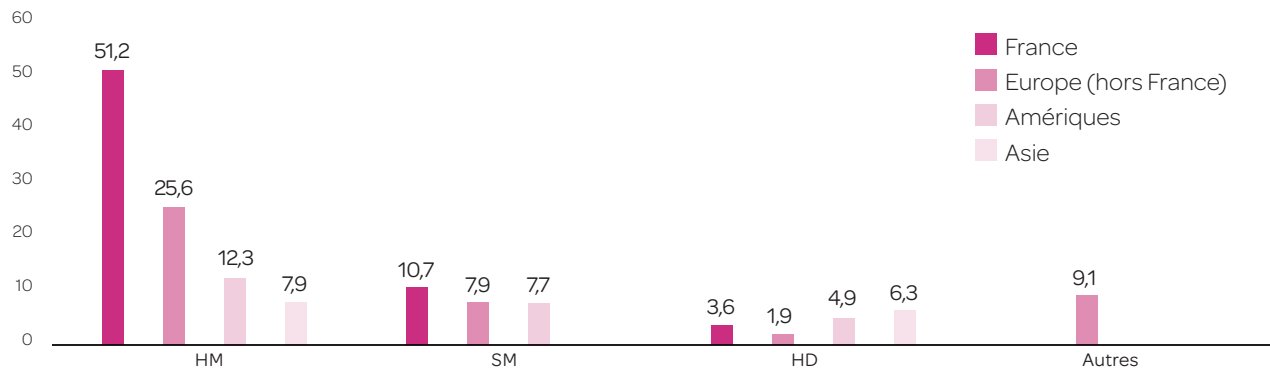
Déchets recyclés par zone et par format

(en kg / m² de surface de vente)



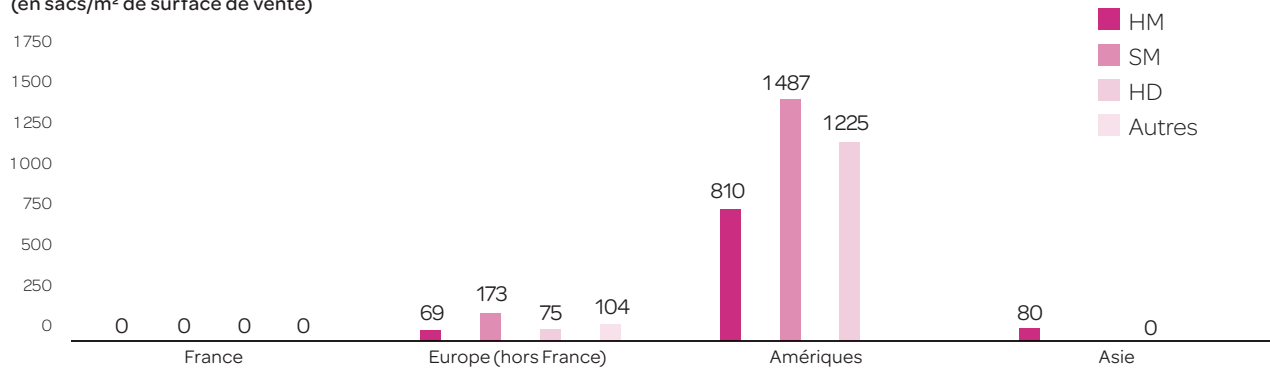
Le Groupe poursuit ses efforts afin d'améliorer le recyclage des déchets dans les pays où il est implanté. Cependant, les données chiffrées dont il dispose ne témoignent pas strictement de cette évolution. En effet, il est parfois difficile de mesurer les quantités de déchets recyclés, notamment lorsque la collecte est effectuée par les municipalités et non par des prestataires privés. Les déchets recyclés intègrent les dons de produits invendus à des organismes caritatifs. Hors : HM : BR / SM : BE

Quantité de papier acheté pour les publications commerciales par zone et par format (en kg/m² de surface de vente)



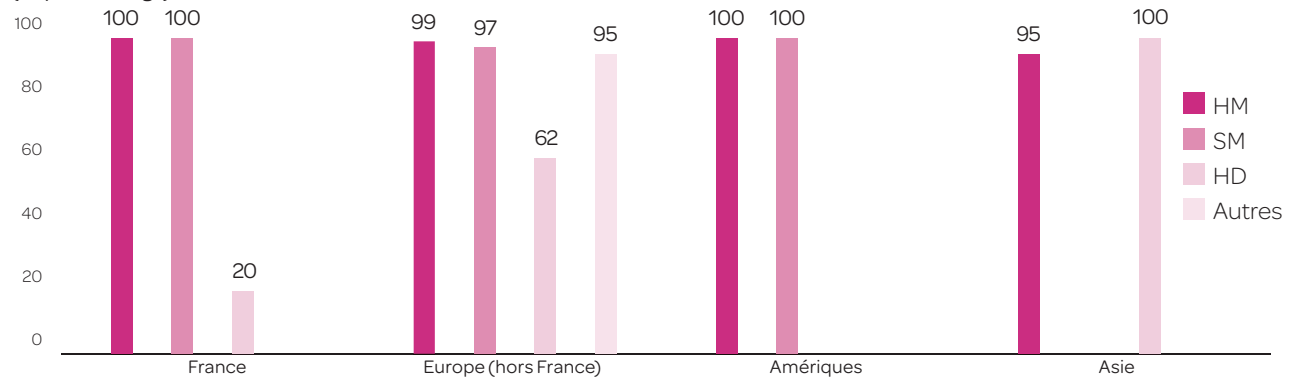
Si la consommation des hypermarchés représente toujours près de 85% des volumes utilisés par le Groupe pour ses publications commerciales, elle est en baisse de 3,2% par rapport à 2009 par m² de surface de vente. Après avoir concentré sa politique papier sur la réduction des grammages et l'optimisation de la distribution, Carrefour concentre désormais ses efforts sur l'approvisionnement en fibres recyclées et/ou certifiées.

Nombre de sacs plastiques jetables gratuits distribués en caisse par zone et par format (en sacs/m² de surface de vente)



Dans les derniers pays distribuant des sacs de caisse plastiques jetables gratuits, le groupe Carrefour mène des politiques volontaristes pour inciter ses clients à utiliser des sacs réutilisables. Le Groupe a pour objectif de ne plus distribuer de sacs plastiques jetables en caisse à fin 2012.

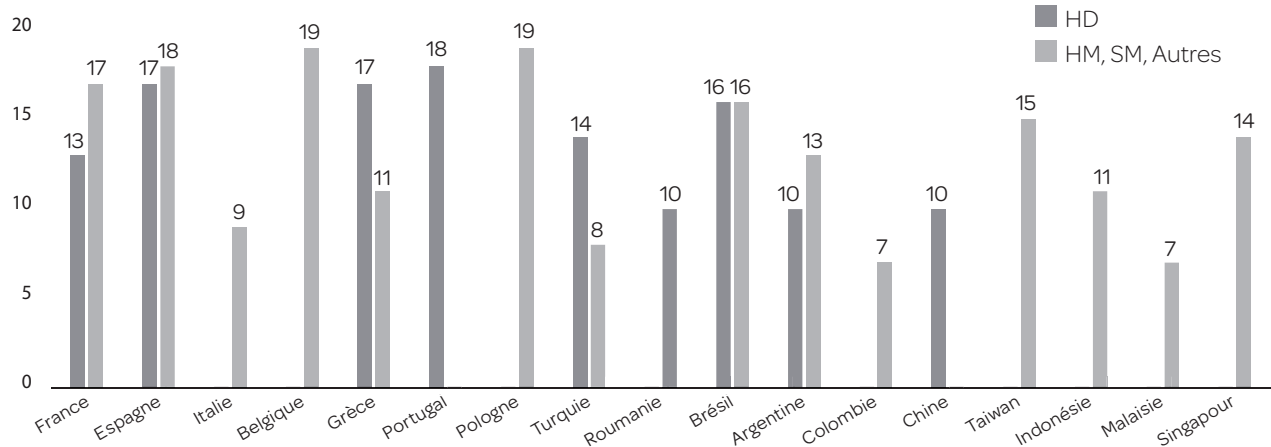
Part des magasins intégrés audités sur les critères hygiène et qualité par zone et par format (en pourcentage)



Pour les formats équipés de laboratoires et de rayons frais traditionnels, un minimum de deux audits par an est exigé et réalisé par des laboratoires indépendants. Hors : HD AR

INDICATEURS CLÉS LOGISTIQUE

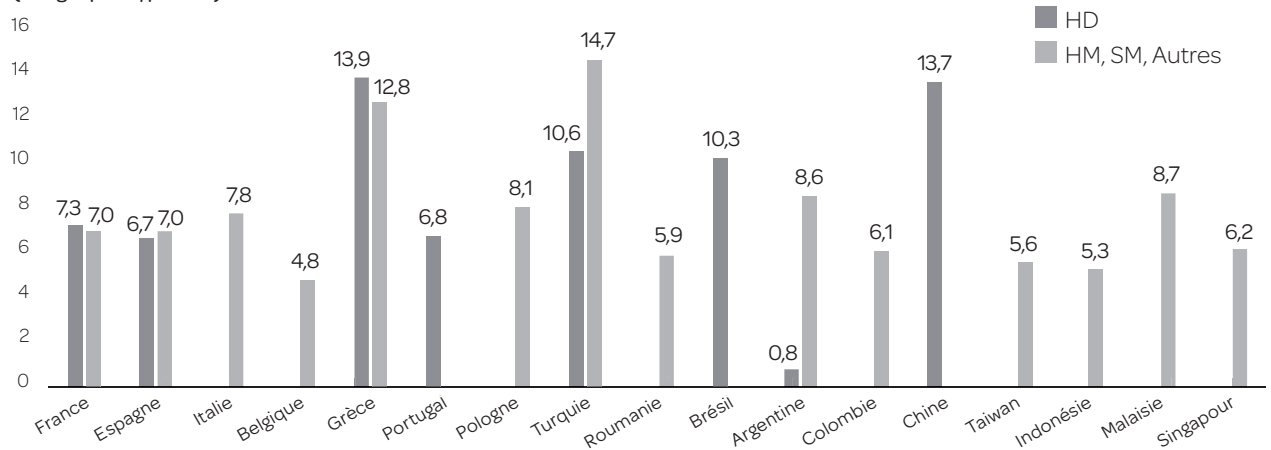
Niveau de maturité de la démarche logistique par pays



La démarche logistique auto-évaluée concerne la mise en œuvre des opérations de massification, la traçabilité des produits, le respect de la chaîne du froid, l'optimisation du remplissage des camions et des tournées, ainsi que la démarche de gestion des impacts environnementaux. La note maximale est 20.

Émissions de CO₂ par unité de transport par pays

(en kg éq. CO₂/palette)

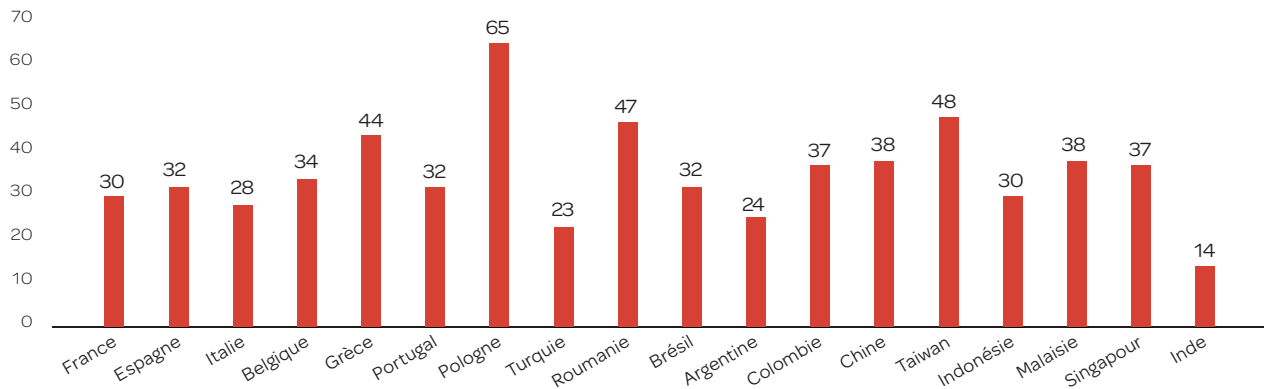


Les émissions les plus importantes (dépassant 13 kg éq. CO₂ par palette) correspondent aux pays pour lesquels le contrat signé avec le prestataire logistique couvre à la fois la livraison magasin et le retour à l'entrepôt. L'utilisation de camions plus performants en termes de volume se poursuit en Europe, ainsi que la généralisation d'une flotte respectant les normes Euro 4 et Euro 5. Hors : HM: BR / SM : BR

Chiffres 2010.

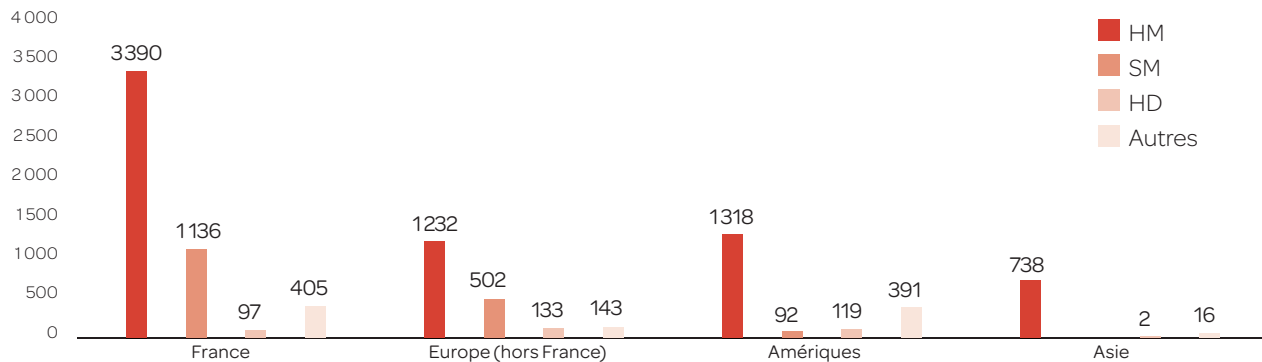
INDICATEURS CLÉS RESSOURCES HUMAINES

Pourcentage de femmes dans le management



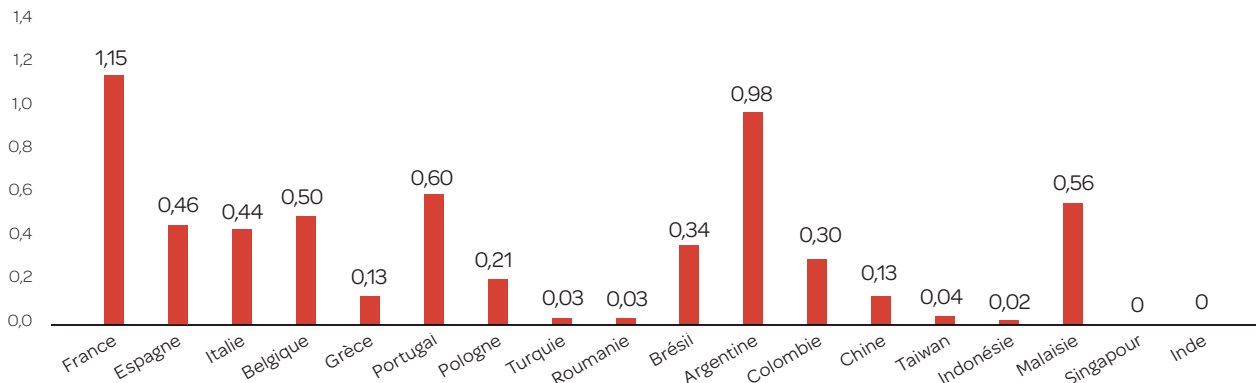
Carrefour, entreprise engagée en faveur de la diversité, emploie plus de 50% de femmes dans ses effectifs. Elles représentent également plus du tiers des cadres. Un plan d'action d'envergure internationale a été validé par le Comité exécutif du Groupe en 2011 afin de faire progresser la part des femmes dans le management et particulièrement dans le Top Management. Hors : HD : GR

Nombre de salariés déclarés handicapés par zone et format



Carrefour multiplie les actions en faveur de l'emploi des personnes handicapées dans les pays où il est implanté, notamment en France, Espagne, Pologne, Italie, Brésil, Colombie, Malaisie, Chine, Taiwan. La baisse du nombre de salariés handicapés est proportionnelle à la baisse des effectifs globaux constatée sur 2010. Des accords en faveur du recrutement et du maintien dans l'emploi des personnes handicapées ont été renouvelés en hypermarchés et supermarchés en 2010. Hors : HD : GR

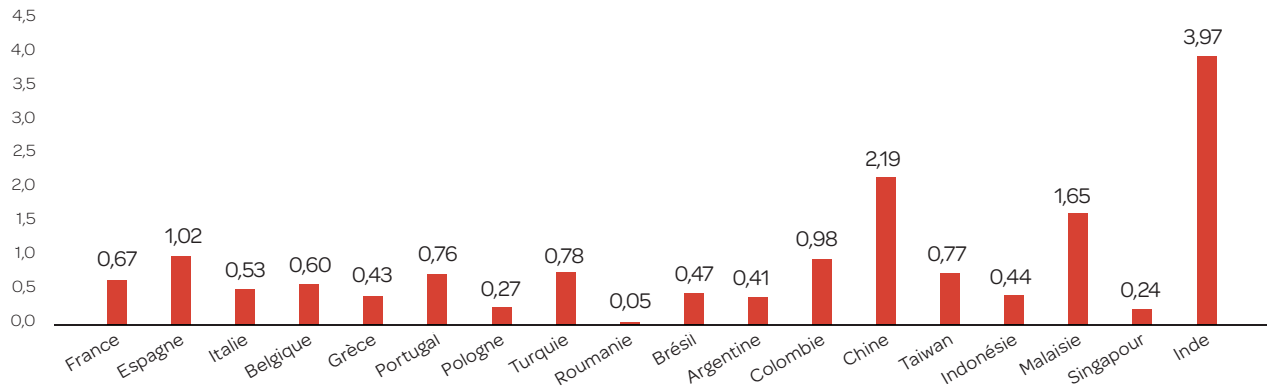
Taux d'absence pour motif d'accident par pays (en pourcentage)



La sensibilisation des collaborateurs afin de limiter les accidents du travail et de trajet reste un engagement fort du Groupe. En 2010, le taux d'absence lié aux accidents est d'ailleurs en baisse : 0,53%. Hors : HD : GR

INDICATEURS CLÉS RESSOURCES HUMAINES

Taux de formation par pays
(en pourcentage des heures théoriques travaillées)



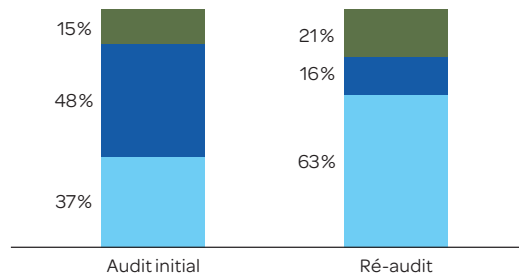
Le taux de formation du Groupe reste stable, avec des taux très importants dans les pays à forte expansion, notamment en Chine et en Inde où le premier magasin a été inauguré en décembre 2010. Hors : HD : GR

Chiffres 2010.

INDICATEURS CLÉS AUDITS SOCIAUX

Bangladesh

- Actions immédiates et impératives – critique
- Actions correctives et ré-audit requis
- Actions correctives mais pas de ré-audit immédiat

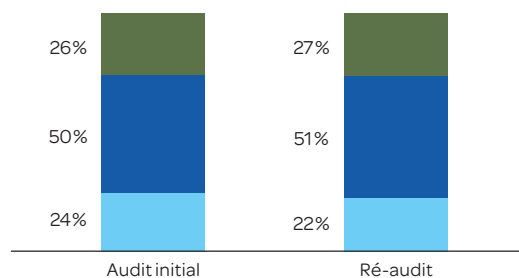


27 AUDITS INITIAUX / 19 AUDITS DE SUIVI

En 2010, au travers de ses équipes locales, Carrefour a poursuivi les actions de suivi et de sensibilisation auprès des fournisseurs afin d'améliorer les conditions de travail. En septembre, le Groupe a rappelé à l'ensemble de ses fournisseurs l'importance du respect de la liberté d'association et de la reconnaissance du droit à la négociation collective suite à des mouvements de travailleurs. Ces actions ont permis aux ouvriers du secteur textile de voir le salaire minimum revalorisé de 80 % en novembre 2010. Les non-conformités constatées concernent de manière récurrente les horaires et salaires. Au Bangladesh, Carrefour travaille activement avec les autres donneurs d'ordre internationaux afin de développer des outils de formation et de sensibilisation communs.

Chine

- Actions immédiates et impératives – critique
- Actions correctives et ré-audit requis
- Actions correctives mais pas de ré-audit immédiat

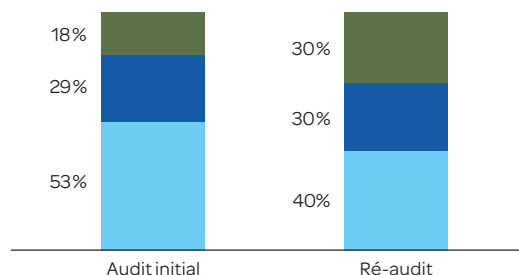


677 AUDITS INITIAUX / 351 AUDITS DE SUIVI

En 2010, la Chine reste le principal pays d'approvisionnement du Groupe. Elle représente d'ailleurs plus de 85% des audits sociaux menés pendant l'année. 100% des audits ont été non annoncés. Le principe de l'audit inopiné se révèle en effet indispensable pour juger des conditions de travail réelles. 34% des audits sont des audits de suivi. Cette année a été l'occasion de constater une nouvelle fois la récurrence de certaines non conformités en Chine (horaires de travail, salaires et non-respect de la liberté d'association). En renforçant le processus et les critères de sélection du Groupe, le pourcentage de fournisseurs nécessitant des actions immédiates ou ne pouvant être référencés a augmenté. Ce constat s'explique notamment par un contexte économique particulier en 2010 et par un délai de mise en œuvre des nouvelles réglementations concernant le salaire minimum. Pour 16% des usines concernées par la mise en œuvre d'actions immédiates et impératives, les modifications à apporter concernaient à la fois les salaires et les horaires.

Inde

- Actions immédiates et impératives – critique
- Actions correctives et ré-audit requis
- Actions correctives mais pas de ré-audit immédiat



28 AUDITS INITIAUX / 17 AUDITS DE SUIVI

En 2010, 59% des usines auditées sont jugées conformes et ne nécessitent pas d'audit de suivi immédiat (audit de suivi sous 24 mois maximum). Cependant, les non conformités rencontrées portent fréquemment sur les salaires, les horaires de travail et les heures supplémentaires. Au cours de cette année, les équipes locales ont renforcé leurs actions de suivi et de sensibilisation auprès des fournisseurs. Carrefour a également intensifié son action via différents groupes de travail locaux avec d'autres marques internationales mais aussi des ONG et des syndicats. Conformément aux objectifs qui avaient été fixés, une formation sur la responsabilité sociale à destination de tous les fournisseurs indiens du Groupe a été réalisée en 2010.

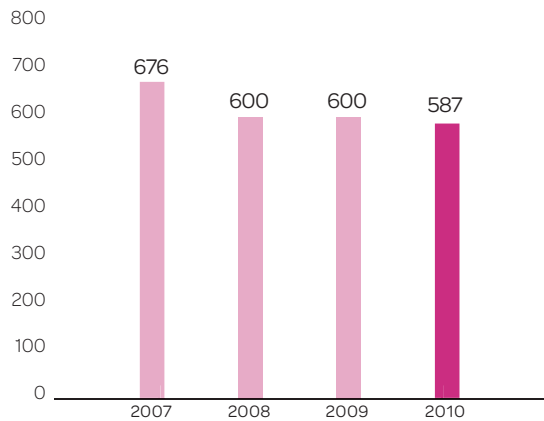
PRODUITS	Définition des indicateurs				Commentaires	
	HM	SM	Autres	HD		
<ul style="list-style-type: none"> Nombre de références de produits alimentaires bio contrôlés (en unités) Ventes de produits alimentaires bio contrôlés (en millions d'euros) Ventes de produits filières qualité (en millions d'euros) 	1 790	1 424	945	70	Cet indicateur prend en compte que les produits bénéficient d'une certification reconnue. Sont donc exclus les produits développés par les pays dans une démarche responsable mais dont la certification n'est pas assurée. Carrefour Argentine a développé 10 premières références de produits biologiques alimentaires à marque de Carrefour en 2010. On constate également une forte augmentation de l'assortiment et du montant des ventes de produits biologiques distribués par les supermarchés.	
<ul style="list-style-type: none"> Nombre de références de produits issus du commerce équitable (en unités) 	724	196	7	0	Les produits filières Engagement Qualité Carrefour demeurent, dans tous les pays où ils sont distribués, une garantie de qualité et de traçabilité pour les clients. Leurs ventes ont augmenté de 27% dans les supermarchés.	
<ul style="list-style-type: none"> Nombre de produits contrôlés alimentaires (en unités) 	1 009	645	199	2	Les ventes de produits équitables atteignent 32 millions d'euros, en progression de 3,4% par rapport à 2009. Si des initiatives considérées comme équitables se développent dans tous les pays du Groupe, la distribution de produits certifiés équitables reste une attente des consommateurs européens.	
<ul style="list-style-type: none"> Émissions de CO₂ par unité de transport (en kg/palette) Émissions de CO₂ (en milliers de tonnes) 	70 400	13 250			Les synergies se poursuivent dans les pays entre les différents formats de magasins ainsi qu'au niveau du Groupe à l'exception de la réduction du nombre de références différentes distribuées par les magasins.	
LOGISTIQUE						
<ul style="list-style-type: none"> Émissions de CO₂ par unité de transport (en kg/palette) Émissions de CO₂ (en milliers de tonnes) 	7,7	369		7,6	Les chiffres présentés intègrent uniquement l'impact du transport routier. Ils concernent le transport en aval et ne tiennent pas compte des livraisons directes aux magasins effectuées par les fournisseurs ou de l'impact positif du transport alternatif. A périmètre comparable, les émissions de CO ₂ par palette ser d'isent de 6,2% par rapport à 2009. Hors : LOG : BR	
MAGASINS						
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	572	766	681	476	En 2010, Carrefour a poursuivi son programme d'efficacité énergétique en magasins avec le déploiement dans les différents pays du Groupe de solutions moins énergivores pour le fonctionnement des magasins. La baisse de la consommation d'énergie par m ² de surface de vente sur l'année est de 2,3% par rapport à 2009 avec un impact plus important sur les hypermarchés.	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	5 045	1 891	86	934	Après la mise en place de systèmes de suivi des consommations et la réparation conséquente des fuites, les magasins commencent à développer des solutions plus économiques, notamment pour les sanitaires qui représentent la plus grande part de la consommation des magasins. Hors : HM : BE, SM : BE et HD : AR	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	1 813	525	38	289	Sur 2010 et 2011, des tests sur des équipements utilisant des fluides alternatifs génèrent moins de CO ₂ sont mis en place. Ils seront déployés en 2011/2012. Hors : HM : GR, SM : GR et HD : ES, BR	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	2,1	1,4	1,0	0,5	La quantité de déchets recyclés progresse grâce au développement des filières de tri à la fois pour les déchets des magasins et pour ceux des clients.	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	17,5	3,3	0,1	1,0	Ce sont ainsi près de 11 000 tonnes de déchets retours clients (hors dons alimentaires aux organismes) qui ont été récoltées par les magasins cette année pour être valorisées.	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	57	83	58	45	Les volumes de papier utilisés sont en légère diminution : -1,6% par rapport à 2009. Après la réduction des grammages de papier, les efforts se concentrent sur l'approvisionnement avec des papiers issus de fibres certifiées et/ou recyclées afin de limiter l'impact sur la déforestation.	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	43	26		55	La quantité de sacs plastiques jetables distribués en caisse par m ² de surface de vente a baissé de 24% en 2010 par rapport à 2009, notamment grâce à l'abandon des sacs plastiques jetables en Espagne et en Italie. Dans les autres pays qui continuent à en distribuer, les efforts se concentrent sur la communication avec les consommateurs et le déploiement de sacs réutilisables.	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	449	2		111	Le taux de fréquence de 31 (nombre d'accidents/millions d'heures de travail théorique). Taux de gravité : 0,59 (nombre de jours d'absence pour motif d'accident du travail/1 000 heures de travail). Les pays du Groupe mettent en place des actions adaptées à leur contexte afin d'améliorer la sécurité au travail, notamment via des écrans tactiles interactifs d'information pour les salariés en Espagne ou des kits de bonnes pratiques pour les magasins en Roumanie. Hors : HD : GR	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	31	ND	0,2	0,2	La part des femmes dans le management atteint 34,3% en 2010. Un plan international a été élaboré pour 2011 visant à faire progresser davantage leur présence dans le management. De plus, des mesures en faveur de la parentalité sont proposées en France afin de contribuer à améliorer l'équilibre vie professionnelle/vie privée et ainsi favoriser l'évolution des femmes (crèches près des sièges, aide à la garde d'enfant (CESU) en supermarchés, Guide de la parentalité...). Hors : SM : ID, HD : GR	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	921	1	28		Le Groupe compte 97 144 salariés déclarés handicapés ; nombre en baisse par rapport à 2009 proportionnellement à la réduction générale des effectifs. Des accords en faveur du recrutement et du maintien dans l'emploi des personnes handicapées ont été renouvelés en hypermarchés et supermarchés en 2010. De plus, Carrefour est impliquée dans les actions de l'OIT en faveur de l'emploi des personnes handicapées.	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	25,1	9,2	3,4	2,8	Dans un groupe où la promotion interne est très forte, la formation est vécue comme un véritable moyen de progression mais également d'insertion : alphabétisation, formation qualifiante, e-learning... sont autant d'opportunités d'accroître l'employabilité et les perspectives d'évolution des salariés de Carrefour. Hors : HD : GR	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	228	32	5	7	Le nombre d'heures de formation est de 800 heures de formation officielle comptabilisées.	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	1 674	636	125	393	Le nombre d'heures de formation est de 800 heures de formation officielle comptabilisées.	
<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie (en kWh/m² de surface de vente) Consommation d'énergie (électricité, gaz, fuel) (en GWh) Émissions CO₂ de la consommation de fuel, gaz et électricité (en milliers de tonnes équ CO₂) Consommation d'eau (en m³/m² de surface de vente) Consommation d'eau (en millions de m³) Consommation de réfrigérants (en kg/1 000 m² de surface de vente) Déchets recyclés (en kg/m² de surface de vente) Déchets recyclés (en milliers de tonnes) Dons à des organismes caritatifs (en milliers de tonnes) Quantité de piles récoltées (en tonnes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en kg/m² de surface de ventes) Quantité de papier acheté pour les publications commerciales (en milliers de tonnes) Nombre de sacs plastiques jetables distribués gratuitement en caisse (en unités/m² de surface de vente) 	185	168	108	154	Le nombre d'heures de formation est de 800 heures de formation officielle comptabilisées.	
RESSOURCES HUMAINES						
<ul style="list-style-type: none"> Taux d'absence pour motif d'accident (en %) 	0,51	0,69	0,32	0,69	Le nombre d'heures de formation est de 800 heures de formation officielle comptabilisées.	
<ul style="list-style-type: none"> Part des femmes dans le management (en %) 	29	38	43	34	Le nombre d'heures de formation est de 800 heures de formation officielle comptabilisées.	
<ul style="list-style-type: none"> Part des salariés déclarés travailleurs handicapés (en %) 	2,4	2,3	1,5	0,7	Le nombre d'heures de formation est de 800 heures de formation officielle comptabilisées.	
<ul style="list-style-type: none"> Nombre d'heures de formation (en milliers) 	5 270	560	740	800	Le nombre d'heures de formation est de 800 heures de formation officielle comptabilisées.	

✓ Chiffres 2010 ayant fait l'objet d'une vérification par le Commissaire aux comptes KPMG Audit.

Évolution 2010 de la performance du Groupe

MAGASINS

Consommation d'énergie
(en kWh/m² de surface de vente)

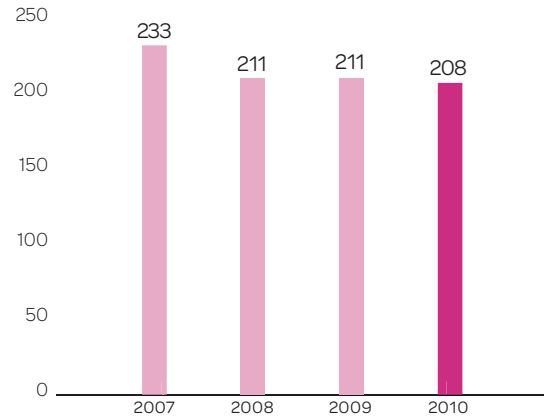


– 13,1% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

Business Units (BU) comparables (88% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM : BR / SM : BR

Émissions de gaz à effet de serre liées à la consommation de fuel, gaz et électricité des magasins intégrés

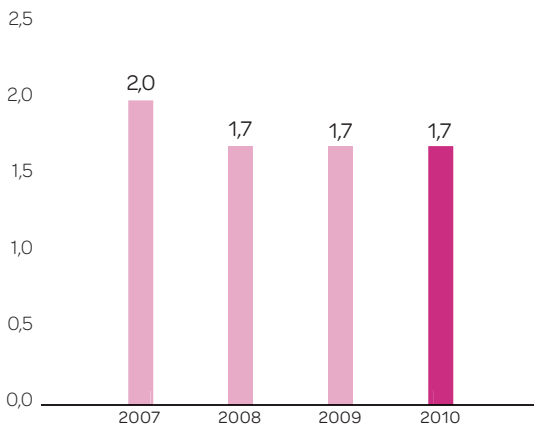
(en éq. kg CO₂/m² de surface de vente)



– 10,7% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (88% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM : BR / SM : BR

Consommation d'eau
(en m³/m² de surface de vente)

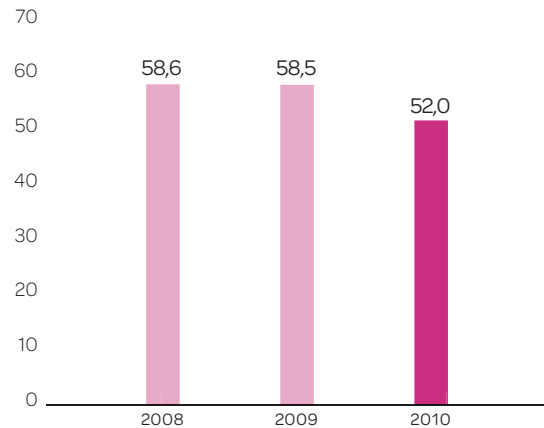


– 16,7% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (79% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM : BE, AR / SM : FR, BE, AR / HD : AR

Quantité de fluides réfrigérants rechargés suite à des fuites

(en kg/m² de surface de vente)

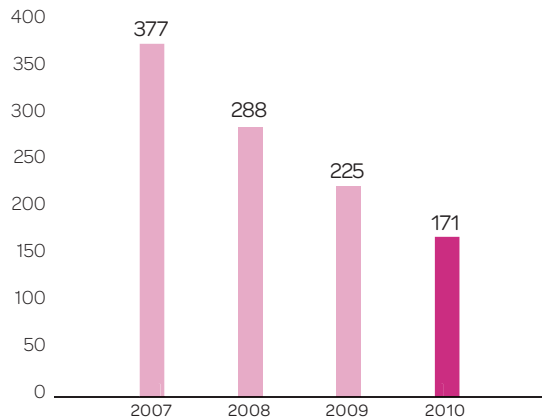


– 11,2% EN 2010 PAR RAPPORT À 2008

BU comparables (76% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM : GR, BR, CO / SM : GR, BR, ID / HD : ES, TR, BR, AR

MAGASINS

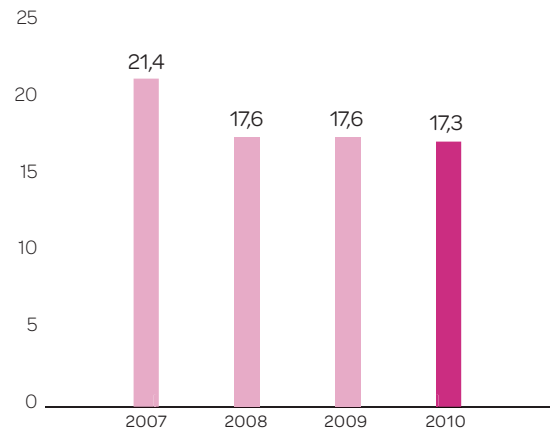
Nombre de sacs plastiques jetables gratuits
achetés par les magasins et distribués en caisse
(en sacs/m² de surface de vente)



– 54,6% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (100% du périmètre CA HT consolidé 2010)

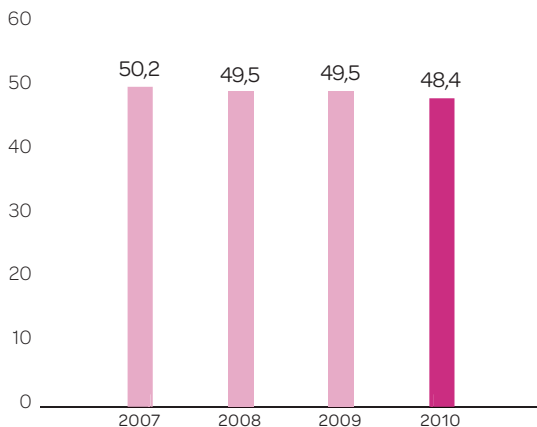
Quantité de papier acheté
pour les publications commerciales
(en kg/m² de surface de vente)



– 19,0% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (94% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM : CO, CN

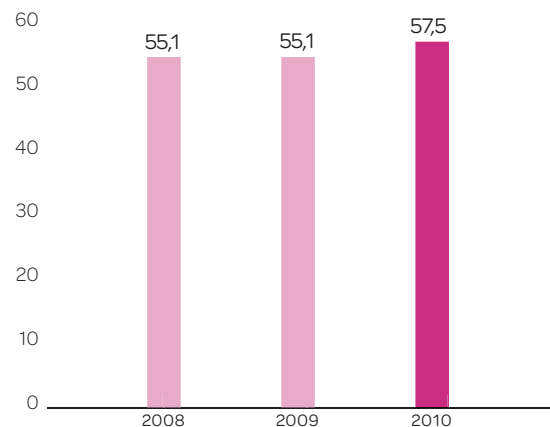
Grammage moyen des papiers achetés
pour les publications commerciales
(en g/m²)



– 3,6% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (90% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM : CO, CN, ID / HD : FR

Part des déchets recyclés par les magasins (dons inclus)
(en pourcentage du total de déchets)

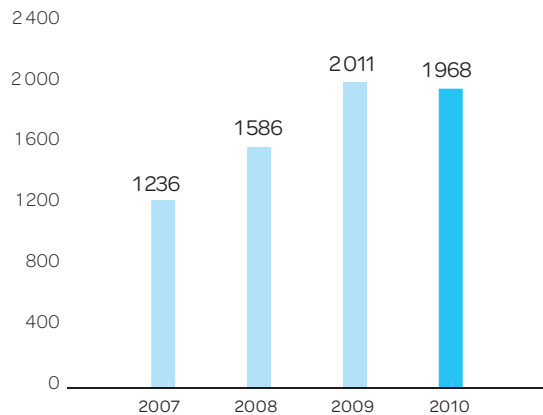


+4,2% EN 2010 PAR RAPPORT À 2008

BU comparables (71% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM : GR, RO, BR, CO, CN, ID / SM : IT, BE, GR, PL, BR, ID

PRODUITS

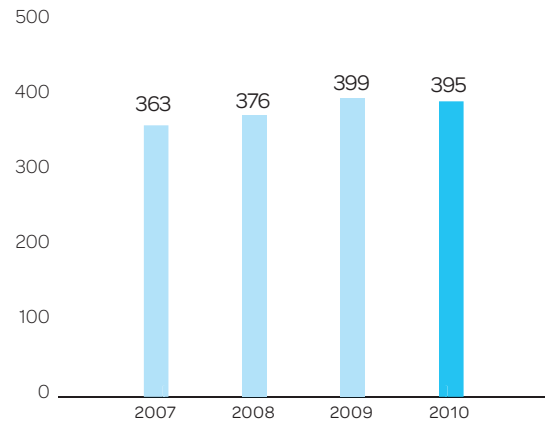
Nombre de produits bio alimentaires à marques de Carrefour (en unités)



+59,2% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (100% du périmètre CA HT consolidé 2010)

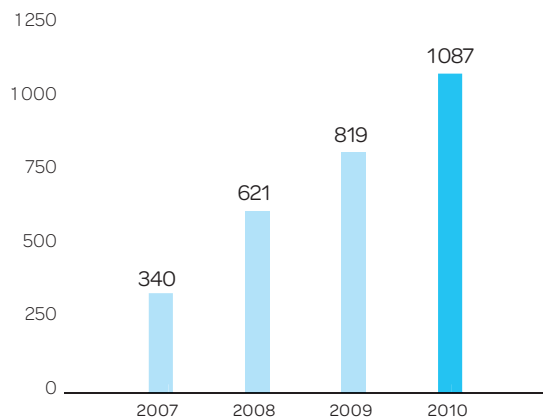
Nombre de produits filières Engagement Qualité Carrefour (en unités)



+8,8% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (100% du périmètre CA HT consolidé 2010)

Nombre de produits issus du commerce équitable à marques de Carrefour et à marques nationales (en unités)

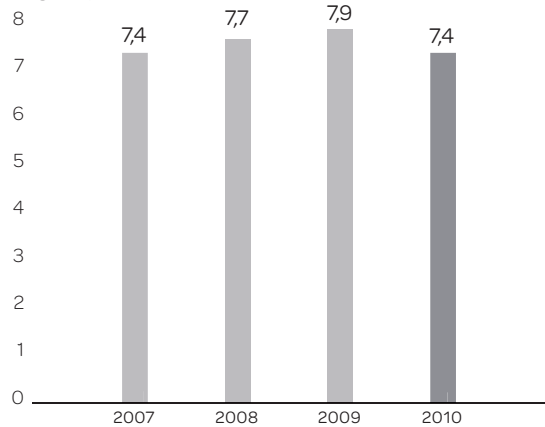


+220% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (100% du périmètre CA HT consolidé 2010)

LOGISTIQUE

Émissions de CO₂ par unité de transport (en kg CO₂/palette)



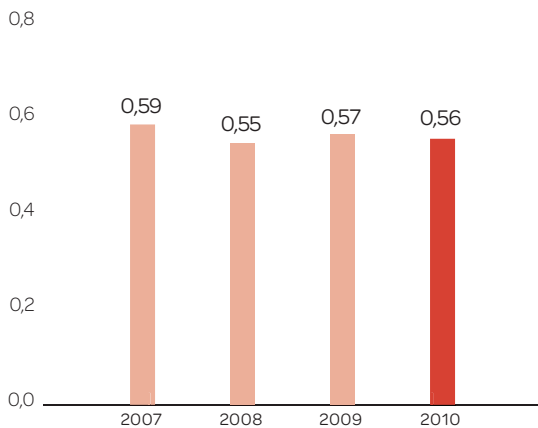
-0,1% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (87% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM & SM : BR / HD : AR

Chiffres 2010.

RESSOURCES HUMAINES

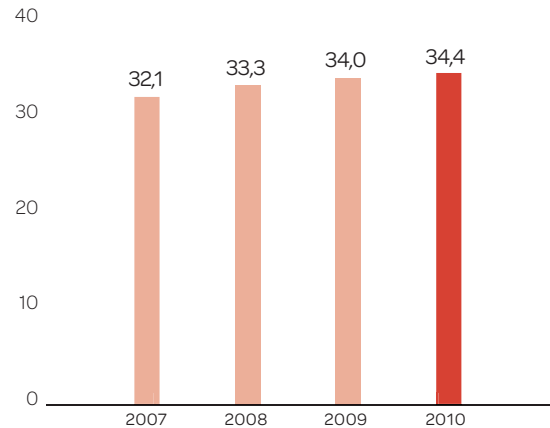
Taux d'absence pour motif d'accidents
(en pourcentage)



- 4,5% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (88% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HM : BR, MY / SM : BR, ID / HD : GR

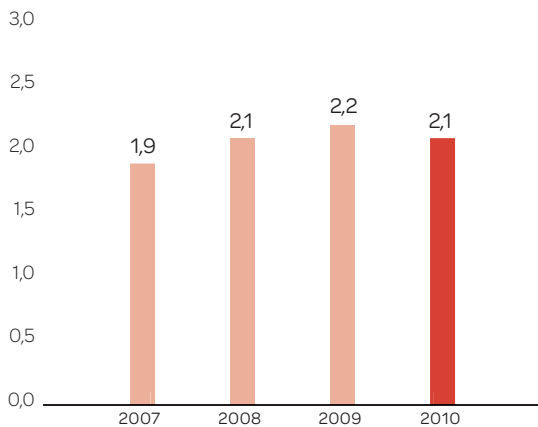
Part des femmes dans le management
(en pourcentage)



+ 7,0% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (100% du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HD : GR

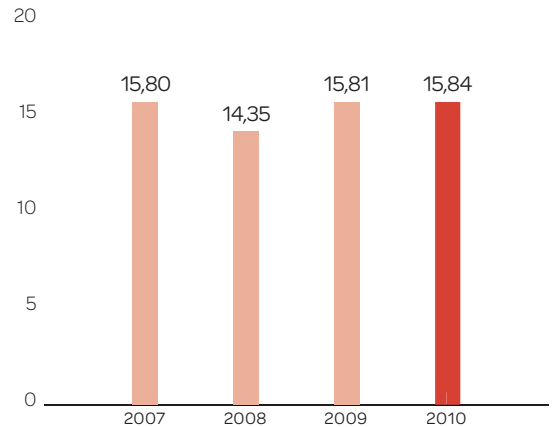
Pourcentage de salariés déclarés handicapés



+ 10,2% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (100 % du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : GR : HD

Nombre moyen d'heures de formation par salarié



+ 0,3% EN 2010 PAR RAPPORT À 2007

BU comparables (100 % du périmètre CA HT consolidé 2010)
Hors : HD : GR

Chiffres 2010.