



Garantir la qualité, conformité et sécurité des produits

Contexte

Les consommateurs admettent de moins en moins de ne pas être assurés de la qualité de ce qu'ils mangent. Ils veulent un accès facilité à l'information et des standards de qualité clairs. Carrefour veille à assurer la qualité et la sécurité des produits de ses marques propres, du suivi logistique à la mise en œuvre de procédures de retrait et de rappel si nécessaire, et à respecter les normes d'hygiène dans ses magasins. Ces enjeux sont essentiels pour le Groupe : ils peuvent avoir des impacts importants sur sa réputation, ses performances financières et, le cas échéant, engager sa responsabilité.

En cohérence avec sa raison d'être, Carrefour s'est donné pour mission de proposer des services, des produits et une alimentation de qualité, accessibles à tous. Ainsi, pour répondre à son ambition de « devenir leader de la transition alimentaire pour tous », le Groupe souhaite répondre aux attentes de ses clients en matière de qualité, sécurité et démocratiser une alimentation saine et de qualité.

Dans le contexte de la Covid 19, le Groupe Carrefour a tout mis en œuvre pour protéger la santé de ses clients ainsi que celle de ses équipes, en s'adaptant constamment aux dispositions et règles sanitaires recommandées par les pouvoirs publics dans chaque pays. Des certifications délivrées par des organismes tiers indépendants ont d'ailleurs été obtenues en France, en Espagne, en Roumanie et au Brésil, preuve supplémentaire de l'engagement du Groupe face à la pandémie et aux risques qui lui sont associés.

Notre ambition

Carrefour a mis en place des processus sur la qualité, la conformité et la sécurité des produits permettant de répondre à trois objectifs :

- 1 Assurer la qualité et la sécurité des produits Carrefour : la qualité des produits et la sécurité alimentaire tout au long de la chaîne de production et de distribution sont contrôlées par les spécifications des produits Carrefour, les plans de contrôle, les processus qualité en magasin ou encore les systèmes d'alerte et retrait. Carrefour a également pour ambition d'impliquer ses clients dans une logique d'amélioration continue de la qualité des produits et des processus (panels externes, service consommateurs, etc.).
- 2 Garantir la transparence et la traçabilité des produits Carrefour : Carrefour a été le pionnier de l'utilisation de la technologie blockchain pour une traçabilité complète des produits alimentaires, et depuis 2020, étendu au textile. Le système de traçabilité digitale est opérationnel pour les consommateurs qui peuvent accéder aux données tracées par un QR Code, et les consulter grâce à une interface créée par le Groupe. La technologie blockchain garantit l'immuabilité des données enregistrées et l'historique de l'information du produit de la filière. Plus largement, Carrefour utilise également des certifications tierces parties afin d'apporter des garanties au consommateur sur la qualité et la traçabilité des produits. Enfin, le Groupe teste de nouvelles solutions innovantes de traçabilité pour aller plus loin, en collaboration avec les parties prenantes de ses chaînes d'approvisionnement.
- 3 Supprimer les substances controversées pour la santé et l'environnement : Carrefour mène une veille permanente pour identifier les produits controversés présents dans ses produits. Des actions sont menées dans les différents pays afin de supprimer les substances controversées, réduire l'utilisation de pesticides ou encore exclure les OGM.

Nos objectifs et notre performance

Carrefour met en place un ensemble d'exigences et de procédures afin de garantir la qualité et la conformité des produits qu'il distribue. 100 % des sites de fabrication de marques Carrefour sont certifiés par l'intermédiaire des standards internationaux International Featured Standard ou British Retail Consortium (89 % en 2020) ou audités par Carrefour (11 % en 2020). Les plans de contrôles de Carrefour incluent également des panels consommateurs et des analyses de la fraîcheur et de l'origine des produits en entrepôt et en magasin.

Outre la garantie de standards de qualité élevés, le Groupe promeut la transparence et la traçabilité en déployant la technologie blockchain sur ses produits Filières Qualité en France (FQC), qui devrait porter sur une centaine de produits d'ici 2023, représentant la majorité des ventes des Filières. Carrefour travaille également à identifier et bannir les substances controversées de ses marques propres.

Enfin, le Groupe réduit l'utilisation de pesticides en soutenant le développement de l'agriculture biologique, avec un double objectif, d'ici 2022 : réaliser 4,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires sur les produits bio et atteindre le nombre de 3 000 agriculteurs français à accompagner en bio et en conversion vers le bio. Carrefour entend aussi porter le taux de pénétration au sein de ses Filières Qualité Carrefour à 10 % au sein des produits frais en 2025. Voir Carrefour.com & Rapport RSE : « Promouvoir et développer une agriculture durable. »

OBJECTIFS :

- Avoir un audit qualité valable sur 100 % du parc de fournisseurs.
- Supprimer les substances controversées des produits aux marques de Carrefour.
- Déployer la technologie Blockchain sur une centaine de produits Filières Qualité Carrefour d'ici 2023.
- Produits biologiques : atteindre 4,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires de produits issus de l'agriculture biologique d'ici 2022.
- Produits Filières Qualité Carrefour : atteindre 10 % de pénétration des FQC au sein des produits frais en 2025 ; 100 % des Filières Qualité Carrefour ont une allégation agro-écologique différenciante à 2025.

KPI	2018	2019	2020	Évolution	Objectif
Nombre de fournisseurs – sites ⁽¹⁾	2 616	2 606	2 670	+ 2,5 %	
Nombre de contrôles réalisés – analyses	53 451	45 815	44 727	- 2,4 %	
Nombre de contrôles réalisés – panels externes	3 048	3 140	3 265	+ 4 %	
% de sites certifiés IFS ou BRC ⁽¹⁾	90	83	89	+ 6 pts	100 %
% de sites audités par Carrefour ⁽¹⁾ , dont :					
- % de notes obtenues aux audits entre A et B ⁽¹⁾	95,4 %	95,2 %	93 %	- 2,2 pts	
- % de notes obtenues aux audits entre C et D ⁽¹⁾	4,6 %	4,8 %	6,3 %	+ 1,5 pts	
Nombre de produits équipés de la blockchain	6	28	34	+ 6	
Chiffre d'affaires issu des ventes de produits bio (en milliards d'euros) ⁽²⁾	1,8	2,3	2,7	+ 17,4 %	4,8 en 2022
Taux de pénétration des Filières Qualité Carrefour au sein des produits frais (%)	5,3 %	6,6 %	7,4 %	+ 0,8 pts	10 % en 2025

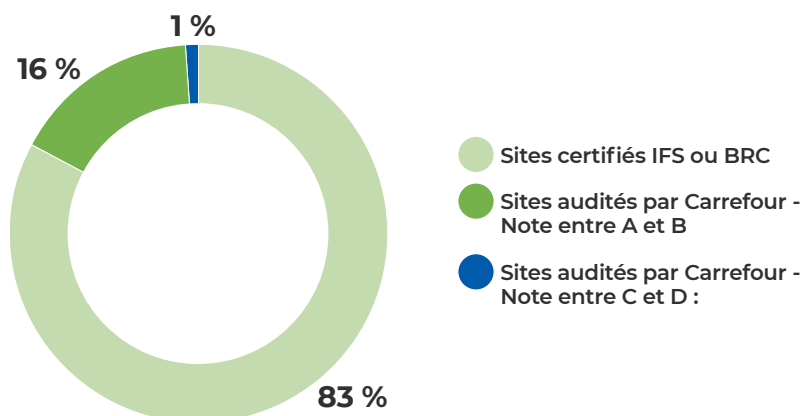
(1) Périmètre : fournisseurs de produits aux marques de Carrefour achetés par la centrale d'achat européenne.

(2) Ventes des rayons alimentaires, droguerie, parfumerie et hygiène.

34
produits sont équipés de la blockchain pour une transparence totale, dans 6 pays

Plus de
46 000
analyses et 3 200 panels externes

CERTIFICATION ET AUDIT QUALITÉ DES SITES DE PRODUCTION DES PRODUITS AUX MARQUES DE CARREFOUR



Nos plans d'action

Les plans d'action pour répondre à notre ambition et atteindre nos objectifs sont les suivants :

- 1. ASSURER LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DES PRODUITS**
 - 1.1. Procédures et politiques qualité
 - 1.2. Gestion de crises, alertes et retraits de produits

- 2. GARANTIR LA TRANSPARENCE ET LA TRAÇABILITÉ DES PRODUITS**
 - 2.1. La technologie blockchain
 - 2.2. Certifications, labels et allégations

- 3. SUPPRIMER LES SUBSTANCES CONTROVERSÉES POUR LA SANTÉ ET POUR L'ENVIRONNEMENT**
 - 3.1. Supprimer les additifs alimentaires controversés des produits aux marques de Carrefour
 - 3.2. Réduire l'utilisation de pesticides
 - 3.3. Exclure les OGM

1. ASSURER LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DES PRODUITS

La Direction qualité du Groupe a développé de nombreux standards et outils, dont des chartes et référentiels qualité, déployés dans l'ensemble des pays du Groupe. Les Directions qualité Pays sont mises en réseau à travers la « file » Qualité, avec des réunions et des échanges réguliers permettant de renforcer les partages de bonnes pratiques et de garantir la cohérence des approches. Le Groupe déploie également un important programme de formation pour les collaborateurs et des actions régulières de communication vis-à-vis des consommateurs en matière de sécurité alimentaire.

1.1. Procédures et politiques qualité

En lien permanent avec ses parties prenantes, Carrefour vise à assurer la qualité et la sécurité des produits à marque Carrefour, dans tous les pays du Groupe, grâce à une politique articulée autour de cinq axes : les standards qualité respectés par les fournisseurs, les cahiers des charges, les plans de contrôles et avis clients, la compétence interne et enfin la traçabilité et le suivi des données.

5 axes	Processus de Carrefour
Standards qualité respectés par les fournisseurs de Carrefour	<p>Avant référencement, une évaluation complète de la conformité du fournisseur aux normes de qualité, d'hygiène et de sécurité (IFS, BRC) et aux exigences de Carrefour est réalisée. Dans les pays à risque, un audit social spécifique est réalisé.</p> <p>Après référencement, des audits de contrôle réguliers sont menés chez le fournisseur. Si des non-conformités sont observées, ces audits donnent lieu à des plans d'action correctifs ou à un déréférencement du fournisseur (en fonction du type et de la gravité de la non-conformité).</p>
Cahiers des charges spécifiques à chaque produit	<p>Les produits aux marques de Carrefour sont élaborés selon les spécifications de la Direction Qualité. Un cahier des charges est partagé avec les fournisseurs : il détaille l'origine de la matière première, la recette, etc.</p> <p>Une veille permanente est réalisée sur les substances contenues dans les produits. En fonction des preuves scientifiques établies, elle donne lieu à une cartographie des risques détaillée par catégorie, par niveau de criticité.</p> <p>Captation des interpellations et des attentes des parties prenantes : contacts informels avec les experts indépendants scientifiques en fonction des sujets, veille agroalimentaire, entretiens avec les administrations des pays à risque, suivi des publications des laboratoires, lien avec les autorités sanitaires.</p>
Plans de contrôles et avis clients	<p>Les plans de contrôle de la qualité incluent :</p> <ul style="list-style-type: none"> → des audits des sites de fabrication : 100 % des sites de fabrication de marques Carrefour sont certifiés par l'intermédiaire des standards internationaux International Featured Standard ou British Retail Consortium (89 % en 2019) ou audités par Carrefour (11 % en 2019) ; → des contrôles en entrepôts et en magasins du respect des procédures qualité : bonnes pratiques hygiène, qualité de préparation/transport des commandes, respect de la traçabilité, conformité et exhaustivité des informations d'étiquetages/balisages produits, qualité/fraîcheur des produits... ; → des analyses produits : au vu du nombre de sites de production de Carrefour (plus de 2 600 en 2020), plus de 46 000 analyses ont été conduites en 2020. Les données qualité sont enregistrées et traitées par les experts techniques de Carrefour ; → des processus de retrait, voire de retrait/rappel des produits non conformes. <p>Afin de prendre en compte les retours des consommateurs et d'impliquer les clients, des outils d'échanges, d'écoute et de sensibilisation ont été mis en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> → panels externes : plus de 3 200 panels externes ont été réalisés en 2020 afin de tester les recettes ; → service consommateurs : chaque année, le service consommateurs fait vérifier par un organisme indépendant la qualité de la prise en compte des demandes clients et recense les actions correctives nécessaires ; → campagnes de sensibilisation et mise à disposition d'informations qualitatives et nutritionnelles sur les emballages des produits Carrefour, dans des guides sur la consommation responsable et le recyclage, ou sur internet.
Compétence interne	<p>Pilotage et contrôles de la démarche qualité par les experts Carrefour (experts santé et nutrition, bien-être animal et agriculture, emballages, etc.).</p> <p>Formations à la sécurité alimentaire et aux procédures qualité de Carrefour.</p> <p>Contrôles internes du déploiement et du niveau d'appropriation de la politique qualité dans chaque pays.</p>
Traçabilité et suivi des données produits	<p>Enregistrement, traitement et suivi de l'ensemble des données via l'utilisation d'outils métier (TraceOne, tableau de bord qualité, suivi des ventes, suivi logistique, etc.).</p> <p>Mise en place d'outils de traçabilité innovants tel que la blockchain.</p>

Carrefour prend en compte les informations de ses parties prenantes et l'actualité pour améliorer en permanence la sécurité et la qualité de ses produits à chaque étape de la vie des produits et dans les magasins. Par exemples :

- producteurs et fabricants : Carrefour accompagne ses fournisseurs pour répondre aux critères de production en matière de qualité, de pratiques sociales, d'hygiène et de sécurité. La collaboration avec les fournisseurs implique une relation dans la durée et de la confiance, ce dont témoigne le nombre élevé de fournisseurs ayant plus de cinq ans d'ancienneté chez Carrefour (69 % en 2019 et 83 % ont plus de deux ans d'ancienneté) ;
- experts, associations, monde scientifique, ONG, association de consommateurs, services officiels : Carrefour collabore avec la société civile afin de prendre en compte ses attentes. Carrefour est régulièrement informé ou interpellé sur les dernières avancées scientifiques ou réglementaires dans le domaine de l'alimentaire.

1.2. Gestion de crises, alertes et retraits de produits

Le dispositif de qualité comprend une procédure permettant de retirer rapidement des stocks et des rayons, des produits non conformes ou potentiellement dangereux. Cette procédure évolue afin de disposer de solutions additionnelles et automatisées pour augmenter encore le niveau de sécurité. Afin de garantir qu'un produit non conforme n'est plus accessible au consommateur final, des plateformes Internet de transmission de l'information ont par exemple été développées pour faciliter d'une part le remplissage par l'industriel concerné des données nécessaires au retrait, et d'autre part le ciblage et l'avertissement des entrepôts et magasins susceptibles d'avoir réceptionné les lots de produits non conformes pour un retrait diligent. Le blocage en caisse de produits rappelés est par ailleurs renforcé par l'identification au code barre EAN.

Carrefour dispose ainsi d'un système d'alerte « AlertNet » pour informer dans les meilleurs délais l'ensemble des magasins du retrait voire du rappel d'un produit. Le système est accessible 24h/24 via Internet, ouvert et gratuit pour les fournisseurs. En cas d'alerte, Carrefour retire immédiatement les produits, le contrôle de l'effectivité du retrait est fait sous 24 heures et les remontées de quantités de produits concernés sont effectuées sous trois jours ouvrés après la diffusion du retrait.

Afin de renforcer les procédures lors des retraits et rappels des produits, Carrefour France a récemment revu l'ensemble des processus concernés en magasin. Le Groupe a modifié certaines procédures, notamment la gestion des produits retournés en magasin par ses clients, le blocage lors de la livraison de produits en entrepôt et en magasin ; et le blocage en caisse dans le cas de retrait de l'ensemble des lots d'un produit.

2. GARANTIR LA TRANSPARENCE ET LA TRAÇABILITÉ DES PRODUITS

2.1. La technologie blockchain

Les habitudes alimentaires se transforment et les clients se réapproprient l'acte de consommation. Ils veulent des standards de qualité clairs et un accès facilité à l'information tout au long de la chaîne de valeur et de production. 91 % des consommateurs français souhaitent ainsi plus de transparence sur la production amont. La traçabilité offre une assurance de sécurité sanitaire et de qualité des produits. Elle garantit aussi une information fiable sur l'origine des produits, les méthodes agricoles et de production. Pour assurer une traçabilité et une transparence complète aux consommateurs, Carrefour est le premier distributeur européen à utiliser la technologie de la blockchain.

La Blockchain est une technologie de stockage et de transmission d'informations, transparente, infalsifiable, et fonctionnant sans organe central de contrôle. Base de données numérique sécurisée, la blockchain alimentaire permet à tous les acteurs de la chaîne de valeur - producteurs, transformateurs et distributeurs - de renseigner les informations de traçabilité d'un même lot de produits. Elle fiabilise l'ensemble de la chaîne de production et facilite les rappels de produits en cas de crise. Le programme Blockchain de Carrefour a été conçu pour partager des informations de traçabilité d'intérêt entre l'opérateur qui réalise l'action, les autres partenaires de la filière, Carrefour mais aussi – pour la première fois en Europe – le consommateur. Elle répond au besoin croissant de transparence pour les consommateurs, tout en valorisant la production et le savoir-faire des

éleveurs et cultivateurs. Concrètement, grâce au QR code présent sur l'étiquette du produit, le consommateur accède via son smartphone à des informations sur son produit et son parcours, depuis son lieu d'élevage ou de culture jusqu'à sa mise en rayon.

Carrefour développe la blockchain au sein de ses filières et œuvre plus largement à accélérer le déploiement de cette technologie à l'ensemble des filières et des pays du monde. Pour cela, la politique de Carrefour repose sur une démarche propre au Groupe et un engagement collectif :

- d'une part, Carrefour déploie la blockchain sur ses Filières Qualité Carrefour. Carrefour France a lancé la première blockchain alimentaire d'Europe avec les poulets fermiers d'Auvergne Filière Qualité Carrefour en 2018, et l'a étendue à plusieurs filières. À fin 2020, la blockchain a été déployée sur 34 Filières Qualité Carrefour en France, en Italie, en Espagne, au Brésil, en Belgique et à Taïwan, soit 6 de plus qu'à fin 2019. Ces filières représentent 478 produits différents vendus en magasin. La dernière filière annoncée en décembre 2020 est le coton bio utilisé pour le linge de lit et les body bébé, vendue sous les marques Tex de Carrefour. En alimentaire, les deux dernières blockchains développées sont le saumon fumé en Belgique et le porc à Taïwan. En 2021, tous les pays Carrefour bénéficieront de la blockchain : la Roumanie est en cours de finalisation de son premier produit (oeufs FQC), l'Argentine développe le bœuf FQC, et la Pologne est en phase d'étude des produits pour lesquels l'application de la blockchain est possible ;
- d'autre part, Carrefour promeut la traçabilité alimentaire à l'échelle mondiale et a rejoint à cet effet la plateforme IBM Food Trust. L'objectif de cette collaboration est de créer un standard mondial de traçabilité alimentaire entre tous les maillons de la chaîne depuis le producteur jusqu'aux canaux de vente. La plateforme IBM Food Trust contribue aussi à accélérer la mise en place de la technologie dans l'ensemble des pays où Carrefour est présent. En 2019, elle a ainsi permis d'élargir le champ des produits tracés grâce à la blockchain avec des industriels comme Nestlé ou Unilever qui l'ont rejointe. La blockchain a été développée sur deux produits de marque nationale en collaboration avec Nestlé : la purée Mousline et le lait infantile Guigoz.

Grâce à cette plateforme collaborative entre industriels et distributeurs, les informations essentielles liées à la sécurité des produits sont partagées au profit des consommateurs :

- traçabilité sur l'origine et la qualité ;
- composition nutritionnelle et potentielle présence d'allergènes et de substances controversées ;
- partage de bout en bout en cas de rappels produits, de défaut sanitaire ou de non-respect d'un cahier des charges ou d'un label.

2.2. Certifications, labels et allégations

Afin de certifier à nos consommateurs la qualité des produits d'un point de vue environnemental et social, Carrefour a également recours à des certifications tierces parties. Ces certifications permettent notamment d'apporter une garantie sur des chaînes d'approvisionnement complexes pour lesquelles la traçabilité complète des matières premières n'est pas toujours disponible. Pour apposer le logo sur ses produits, le fournisseur doit remplir un cahier des charges défini par le label qui sera vérifié et validé par un organisme tiers avant obtention de la certification. Les produits certifiés attestent alors de leur qualité supérieure et informent les consommateurs sur leurs caractéristiques différenciées.

Carrefour veille à ce que les certifications choisies soient fiables, reconnues et validées par ses parties prenantes : experts, ONG, clients, etc. Dans certains cas, le cahier des charges défini par le label n'est pas assez exigeant au vu de la politique d'approvisionnement de Carrefour, le Groupe veille alors à le faire évoluer avec ses partenaires et/ou définit des critères additionnels.

En 2020, les formats hypermarchés France, supermarchés Market France, ainsi que les entrepôts, ont obtenu la labellisation "mesures sanitaires Covid-19" délivrée par AFNOR CERTIFICATION. Elle atteste de la mise en place de mesures strictes en magasin, tant en matière de sécurité que d'hygiène : rappel des gestes barrières, port du masque obligatoire, mise à disposition de gel hydro-alcoolique et de produits de désinfection virucides, installation de parois en plexiglas, marquages au sol pour matérialiser les distances de sécurité ou encore le renforcement du nettoyage et de la désinfection du matériel (anse des paniers, barre des caddies, scannettes, caisses...) et des locaux.

En Espagne, Carrefour a d'ailleurs été la première entreprise à obtenir une certification AENOR, dès juin. En septembre, Carrefour Brésil est devenu la première entreprise du secteur de la distribution au Brésil à être reconnue avec le label international My Care, développé par DNV GL. Enfin en octobre, la filiale en Roumanie a reçu le certificat SAFE Asset Group.

La certification peut également être un moyen de réduire les impacts environnementaux et sociaux liés à l'approvisionnement des matières premières à risque. Cependant, elle admet des limites dans sa capacité à transformer le marché. C'est pourquoi Carrefour cherche à diversifier les solutions possibles pour améliorer la traçabilité des matières premières.

→ Géomonitoring, surveillance territoriale

Afin d'assurer que ses approvisionnements en viande bovine distribuée au Brésil ne contribuent pas à la déforestation, Carrefour a recours à un outil de géomonitoring. La surveillance par satellite des parcelles d'élevage permet d'atténuer les risques de destruction de la forêt amazonienne ou de biodiversité et prévient également de l'utilisation de terres indigènes. Cette surveillance à l'échelle d'un territoire permet de contrôler les approvisionnements en bœuf vendus au Brésil. Carrefour étudie le recours à ces outils pour d'autres types de commodités. Là où la certification donne lieu à une garantie a posteriori, le géomonitoring contrôle en temps réel le respect du cahier des charges défini par Carrefour.

3. SUPPRIMER L'UTILISATION DE SUBSTANCES CONTROVERSÉES POUR LA SANTÉ ET L'ENVIRONNEMENT

3.1. Supprimer les additifs alimentaires controversés des produits aux marques de Carrefour

Anticipant les évolutions législatives et réglementaires, Carrefour est engagé dans une démarche globale de suppression des substances controversées au sein de ses produits. Cette démarche est adaptée localement par les équipes de Carrefour en concertation avec les parties prenantes.

En Belgique, en Espagne, en France et en Italie, les additifs alimentaires ont été analysés au vu :

- de leur autorisation ou non par l'Union européenne ;
- de l'avis de spécialistes et d'experts en nutrition nationaux et internationaux ;
- du Guide des additifs alimentaires, de Maria Denil et Paul Lannoye, et du Nouveau guide des additifs, de Anne-Laure Denans du collectif La Nutrition ;
- d'une veille scientifique et médiatique sur les substances controversées.

Ce travail d'identification des risques sur les additifs autorisés fait l'objet d'une mise à jour continue. Il aboutit à un classement des substances en quatre catégories :

- noir : substance désormais absente de toutes les catégories de produits de marques Carrefour ;
- rouge : substance autorisée uniquement dans certaines catégories de produits, comme certains colorants dans les alcools ;
- orange : substance autorisée, mais à substituer de préférence ;
- vert : substance à utiliser sans restriction.

Pour chaque additif classé « noir », Carrefour analyse ses gammes de produits et trouve avec ses fournisseurs une solution de substitution qui conserve les qualités organoleptiques de la recette, son appétence, sa conservation et sa tenue. Ainsi, le dioxyde de titane (E171) a été réévalué de « orange » à « noir » en 2017, et supprimé de tous les produits de marque propre en 2018. Alors que la dangerosité de cet additif est discutée, Carrefour a anticipé les évolutions réglementaires en interdisant son utilisation dans ses produits. Carrefour a mis en place un plan de charge pour supprimer d'ici 2022 toutes les substances controversées susceptibles d'être classées « noir » dans les prochaines années.

Lorsque les solutions pour la substitution de certaines substances classées « noir » ne sont pas disponibles, Carrefour choisit à court terme de diminuer leurs teneurs et œuvre à l'identification de solutions de substitution satisfaisante. À titre d'exemple, les nitrites, que l'on trouve dans le jambon, sont également des agents de conservation et des antimicrobiens. Trouver une solution satisfaisante sur le plan sanitaire est un objectif de Carrefour pour 2019. Si la suppression des nitrites n'est pas possible, Carrefour diminuera la teneur en nitrite des charcuteries de marque propre, à hauteur des doses prévues par l'agriculture biologique.

Pour aller plus loin, Carrefour a lancé en 2020 la marque Carrefour Classic' OUI AU BON!, au meilleur prix. Des produits de cette gamme ont été exclus une liste encore plus longue de substances et d'ingrédients indésirables, comme les polyphosphates, les carmins ou les arômes artificiels. En ligne avec les attentes des consommateurs, les produits Carrefour Classic' OUI AU BON! sont également sans OGM, issus d'animaux nourris sans OGM, sans additifs ajoutés, sans conservateurs, sans colorants ou sans pesticides.

3.2. Réduire l'utilisation de pesticides

Afin de promouvoir une agriculture moins consommatrice de pesticides et ainsi préserver la santé des consommateurs et de l'environnement, Carrefour investit dans le développement de l'agriculture biologique mais également de l'agriculture raisonnée par la mise en œuvre de pratiques agroécologiques (voir fiche Agriculture Durable).

Carrefour a pour objectif d'atteindre 4,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires de produits issus de l'agriculture biologique d'ici 2022. Pour Carrefour, aider les agriculteurs à se convertir à l'agriculture biologique est une responsabilité sociétale caractérisée par un engagement contractuel d'une durée 5 à 7 ans. L'enseigne veut accompagner des centaines de producteurs dans ce profond changement de méthodes de production ou d'élevage. Plus de 2 150 producteurs et éleveurs sont déjà partenaires, dont plus de 370 nouveaux en 2020.

En France, Carrefour avait pour objectif d'accompagner 500 agriculteurs dans leur développement, incluant leur conversion, d'ici 2020. Cet objectif a été atteint avec un an d'avance en 2019. C'est pourquoi un nouvel objectif, plus ambitieux, a été défini : 3 000 agriculteurs français seront accompagnés en bio et en conversion vers le bio à horizon 2022.

Carrefour a également décidé de supprimer une partie des pesticides chimiques en développant l'agroécologie pour ses Filières Qualité Carrefour (FQC) et Reflets de France. Carrefour a pris l'engagement avec ses producteurs partenaires que 100 % de ses produits Filières Qualité Carrefour soient issus de l'agroécologie avant 2025. De plus, Carrefour a l'objectif que les produits FQC représentent 10 % de l'offre de produits frais. Concrètement en magasin : tous les fruits et légumes FQC sont sans traitement après récolte (sauf la banane FQC, traitée de manière naturelle). Il est également possible de trouver des fraises sans pesticides de synthèse dès la floraison, des kiwis sans insecticides, des brocolis surgelés sans insecticide mais aussi des pâtes ou des lentilles.

3.3. Exclure les OGM

Depuis 1998, Carrefour a pour politique d'exclure les OGM et leurs dérivés des produits de marques propres et de l'alimentation des animaux destinés aux Filières Qualité Carrefour. Depuis 1999, 100 % des produits de marques propres du Groupe excluent les ingrédients génétiquement modifiés.

Carrefour soutient la culture de soja sans OGM. Le groupe a développé une première filière brésilienne de soja sans OGM pour nourrir les animaux des Filières Qualité Carrefour en 2000, et une filière française en 2017.

ÉTUDES DE CAS :

Pour une offre plus responsable d'alcool

Dans le cadre de son engagement au sein de la Fédération du commerce et de la distribution (FCD, fédérant 50 enseignes), Carrefour France a signé en avril 2019 avec la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA), une Charte d'engagements responsables relative à la vente d'alcool.

Cette Charte d'engagements vise à assurer une offre d'alcool plus responsable, à travers la mobilisation des professionnels de la distribution qui s'engagent aux côtés du Gouvernement pour mieux former leurs salariés, sensibiliser les clients, moderniser l'affichage et étudier les modalités d'un renforcement des moyens de contrôle en caisse.

Ces 4 axes de travail, résultant d'un consensus entre les fédérations et leurs enseignes adhérentes visent donc à :

- mieux communiquer sur les nouveaux repères de consommation à moindre risque :
 - engagement des distributeurs à relayer, via leurs supports de communication, les nouveaux repères de consommation à moindre risque : « Pour votre santé, l'alcool c'est maximum 2 verres par jour, et pas tous les jours »,
 - pour faciliter l'appropriation de ces nouveaux repères en éclairant les consommateurs sur les quantités d'alcool qu'ils sont susceptibles d'absorber, les enseignes s'engagent à apposer, sur les contenants de boissons alcoolisées de marques de distributeurs, un visuel rappelant les unités d'alcool contenues dans un verre standard selon le type de boisson (1 unité = 10 g d'alcool pur) ;
- renforcer l'interdit protecteur de vente d'alcool aux mineurs :
 - Apposition sur les communications commerciales (prospectus, flyers, affiches, publicités sur le lieu de vente (PLV), etc.) touchant à des produits alcoolisés, d'un logo commun à toutes les enseignes « Moins de 18 ans, j'achète pas »,
 - engagement de travaux pour évaluer les possibilités d'un blocage automatique de la vente d'alcool dès lors que le paiement est réalisé avec une carte bancaire, une carte de fidélité ou autre moyen de paiement délivrés à un mineur ;
- accompagner les offres en magasin ou sur Internet :
 - afin d'amplifier les communications officielles, les enseignes s'engagent à relayer les campagnes, en cours et à venir, des pouvoirs publics via leurs supports de communication sur les risques liés à la consommation d'alcool et l'interdiction de vente aux mineurs ;
- renforcer la formation du personnel :
 - révision, mise à jour et harmonisation des contenus des formations initiales des nouveaux embauchés et de l'information des personnels en place, notamment pour les personnels de caisses et ceux des rayons « liquide »,
 - conception et diffusion d'un guide des bonnes pratiques.

Notre organisation



PÉRIMÈTRE

Les politiques de qualité, conformité et sécurité du Groupe Carrefour sont appliquées dans l'ensemble des pays dans lesquels Carrefour opère :

- sur tous les produits contrôlés pour les spécifications produits ;
- dans tous les magasins intégrés et franchisés pour les politiques et procédures applicables en magasin (contrôles, retraits, etc.).



DOCUMENTS ANNEXES

- Carrefour.com & Rapport RSE : Et si on mangeait mieux ?
- Carrefour.com & Rapport RSE : Promouvoir une agriculture durable.
- Blockchain :
 - Purée Mousline (Nestlé) : <https://www.carrefour.com/fr/newsroom/blockchain-carrefour-nestle-la-technologie-au-service-de-la-transparence-alimentaire-avec>
 - Saumon fumé de Norvège en Belgique : <https://www.carrefour.eu/fr/mieux-manger/produits/filiere-qualite/poissonerie/saumon-fume.html>
 - Textile : <https://www.lsa-conso.fr/tracabilite-carrefour-applique-la-technologie-blockchain-a-ses-gammes-textiles,369558>
- Liste des substances controversées bannies des produits Carrefour en France : <https://actforfood.carrefour.fr/files/Liste-des-100-substances-controverseees-bannies-des-produits-Carrefour.pdf>
- Charte MILDECA : http://www.fcd.fr/media/filer_public/62/09/620940fc-c2e2-4f7b-97d1-28556b016168/charte_fcd_engagements_prevention_consommation_alcool.pdf