

2ÈME RAPPORT SUR LE BIEN ÊTRE ANIMAL CARREFOUR FRANCE

EVOLUTIONS APPORTEES A CE SECOND RAPPORT

- Calcul des indicateurs en quantité (kg, litres, unité selon le cas) et non plus en chiffre d'affaires. Cette nouvelle approche donne une proportion plus réaliste du nombre d'animaux élevé selon tel ou tel mode d'élevage ;
- Consolidation de certains indicateurs à une échelle France et groupe (France, Belgique, Espagne, Italie, Pologne, Roumanie, Argentine, Brésil, Taiwan) permettant une appréciation globale de notre performance,
- Intégration de la filière canard (gras et maigre),

FAITS MARQUANTS 2020/21



- **Novembre 2020** : Sans attendre l'échéance du Better Chicken Commitment fixée à 2026, Carrefour devient le 1er acteur du marché Français à apposer l'étiquetage bien être animal niveau C (assez bien) sur l'ensemble de ses poulets cœur de marché. Désormais, **39% de nos poulets bénéficient de pratiques plus favorables**: densité maximale de 30 kg/m², perchoirs, lumière naturelle, objets et piquer, durée de transport réduite et protocole de bien traitance à l'abattoir renforcé.

<https://www.carrefour.com/fr/actualite/carrefour-affiche-le-niveau-de-bien-etre-animal>.

- **Novembre 2020** : L'engagement de Carrefour en faveur de l'ovosexage (**1er opérateur à pratiquer cette technologie en France depuis fin 2019**) est récompensé par un **trophée LSA "La conso s'engage"** (3/11/2020)
https://www.lsa-conso.fr/lsvideo-decouvrez-les-laureats-des-trophees-lsa-la-conso-s-engage-2020_363938



- **Janvier 2021**: Les cailles de chair à marque Carrefour sont intégralement converties à la marque Volailles Landes par des cailles fermières des landes IGP et label rouge. **100% des cailles sont désormais élevées en plein air** selon un mode d'élevage plus respectueux des animaux et de leur comportement naturel.
<https://volailleslandes.com/caille-fermiere-deslandes/#:~:text=Les%20Cailles%20Fermi%C3%A8res%20des%20Landes,s%C3%A9battre%20toute%20la%20journ%C3%A9e>.

- **Janvier 2021** : Après le lait Filière Qualité Carrefour microfiltré de Normandie lancé en 2016, développement d'un second lait FQC UHT dans toute la France dont le cahier des charges intègre des critères de bien être animal comme l'obligation de pâturage, l'autodiagnostic BEA, l'usage raisonnée des antibiotiques...

https://www.lsa-conso.fr/carrefour-lance-un-lait-filiere-qualite-pour-une-meilleure-remuneration_371373





- **Juin 2021 : trophée ESSEC “coup de cœur des étudiants”** pour l’engagement de Carrefour sur l’ovosexage. Notre ambition affichée pour l’étendre progressivement à toutes nos marques et une participation active aux travaux législatifs se concrétise par un projet de réglementation visant à son obligation en France d’ici 2022.

https://twitter.com/ESSEC_PGC/status/1401964023986495488

- **Juin 2021 : 100% des œufs de cailles** élevées en cage à marque Carrefour sont substitués par des œufs de cailles « libres de voler (sans cage) ». Les cailles peuvent voler sur toute la hauteur et la longueur du bâtiment. L’enrichissement de l’environnement (lumière naturelle, blocs à piquer, cordelettes, zone de ponte) et une densité très fortement réduite, contribuent à doubler l’espérance de vie des cailles.

https://www.linkedin.com/posts/severine-fontaine-721743135_nos-oeufs-de-caille-fili%C3%A8re-qualit%C3%A9-carrefour-activity-6808064139102048256-XNm



- **2020/2021 : Préparation à l’étiquetage du niveau de bien être des porcs.** Les équipes de Carrefour sont mobilisées et participent à toutes les réunions de travail de l’AEBEA visant à mettre au point le l’étiquetage Bien Être Animal pour la Filière Porc. Comme pour la filière poulet, cet étiquetage et son référentiel serviront de références pour fixer et piloter le niveau à atteindre pour chacune de nos différentes marques.

- **2020/2021 : Progression du nombre de sites d’abattage avec vidéo-contrôle : 25% des sites sont équipés.** Ce type d’équipement aux postes sensibles (déchargement, attente, amenée, étourdissement, accrochage) est une obligation contractuelle au référencement de tout nouvel opérateur à nos marques.



Sommaire

1. Abréviations	4
2. Approche globale	4
3. Œufs de poules et ovoproduits, œufs de cailles	5
4. Lapin	7
5. Poulet	8
6. Canard	10
7. Porc.....	11
8. Lait de vache.....	13
9. Bœuf	15
10. Saumons, truites	17
11. Cheval, zèbre, kangourou, crocodile	18
12. Carrefour Veggie.....	18
13. Textiles et produits d'entretien.....	19

1. Abréviations

AEBEA	<u>Association Etiquetage Bien Etre Animal</u>
BEA	Bien Etre Animal
BCC	<u>Better Chicken Commitment</u>
CIWF	<u>Compassion In World Farming</u>
FQC	Filière Qualité Carrefour
LS	rayon de vente en libre service
MDC	marques de Carrefour
MN	marques nationales
OABA	<u>Œuvre d'Assistance aux Bêtes d'Abattoir</u>
RDS	<u>Responsible Down Standard</u>

2. Approche globale

Le groupe Carrefour a défini une politique globale BEA et des règles de gouvernance applicables à tous les pays intégrés du groupe Carrefour : France, Belgique, Espagne, Italie, Pologne, Roumanie, Argentine, Brésil, Taiwan ;

Des règles d'achats communes intégrant les engagements RSE, dont nos objectifs sur le bien être animal, sont diffusées aux services achats pour action et évolution de nos approvisionnements ;

Progressivement, au fur et à mesure du renouvellement de nos contrats d'achats, une annexe formalisant notre politique bien être animal y sera intégrée. S'agissant d'une clause contractuelle son application sera suivie et pourra donner lieu à des sanctions en cas de manquements ;

D'ores et déjà, la découverte ou survenue d'incidents majeurs liés à la protection des animaux ou au non respect de nos cahiers des charges spécifiques peut conduire à l'exclusion de nos approvisionnements. Cela a été le cas cette année de 2 élevages de porcs fournisseurs notre enseigne.

3. Œufs de poules et ovoproduits, œufs de cailles

Objectifs : 100% d'œufs de poules élevées hors cages en 2025
 100% d'ovoproduits non issus de poules élevées en cages en 2025
 100% d'œufs de cailles élevées en volières

Performance (12 mois) :

	Carrefour France			Groupe Carrefour (nbr d'œufs)
	06/2020 (CA)	06/2021 (nbre d'œufs)	Commentaire	
Œufs de poules (marques de Carrefour)				
origine France	100%	100%		-
élevage plein air et bio	87%	78%	Accès extérieur avec parcours arborés	41%
élevage au sol	13%	22%	100% des bâtiments équipés d'un jardin d'hiver	16%
élevage en cages				43%
Hors cage				57%
Débecquage	Non évalué	Non évalué	Les poules ne sont pas débécquées mais époinées au couvoir à l'âge d'un jour.	-
poules issues du sexage in ovo	<5%	6,1%	1 ^{er} test de sexage in ovo fin 2019. Objectif 100%.	-
utilisation raisonnée d'antibiotiques	100%	100%	dont œufs FQC « élevées sans traitement antibiotique pendant la période de ponte »	-
alimentation sans OGM <0,9% et 100% végétale, minérale et vitaminique	100%	100%	-	-
Toutes marques (MN, MDC, 1 ^{er} Prix)				
élevage en cages (œufs de poules)	16%	26%	objectif 0% d'ici 2025	
élevage au sol (œufs de poules)	12%	18%		
élevage plein air et bio (œufs de poules)	72%	56%		

Produits à marque Carrefour contenant des ovoproduits				
nombre de produits avec ovoproduits	1312	1176	Quel que soit le pourcentage d'ovoproduits	Consolidation groupe au prochain reporting
ovoproduits issus d'œufs sol, plein air, bio	28%	29%	objectif 100% d'ici 2025	Consolidation groupe au prochain reporting. Carrefour Belgique et Carrefour Italie très avancés.
Œufs de cailles (marques de Carrefour)				
élevage en cages	100%	0%		
élevage en volière – Cailles libres de voler	0%	100%	Depuis 01 juin 2021	Objectif 100% 2025

4. Lapin

Objectif :

100% de viande de lapin à nos marques issue d'animaux élevés sans cage, dans des enclos aménagés en 2023.

Performance (12 mois): viande fraîche – LS et TRAD

	Carrefour France			Groupe Carrefour (kg)
	01/2020 (CA)	01/2021 (kg)	Commentaire	
Viande de lapin (toutes marques de Carrefour dont 1^{er} prix)				
origine France	100%	100%		
élevage en cages	>98%	>98%		
élevage en enclos	<2%	<2%	objectif 100% en 2023	13,6% (contribution positive de Carrefour Belgique) Objectif 100% 2025
Enrichissement spécifique des enclos (objet à ronger, cachette, lumière naturelle, sol confortable)	Non évalué	Non évalué	objectif 100% en 2023	
faible densité (≥800 cm² /lapin)	Non évalué	Non évalué	Objectif 100% en 2023	
Alimentation sans OGM <0,9% et 100% végétale minérale et vitaminique	Non évalué	Non évalué	Objectif 100% en 2023	
utilisation raisonnée d'antibiotiques	100%	100%		
nombre d'abattoirs	4			
abattage avec étourdissement	100%	100%		100%
audit protection animale à l'abattoir (protocole OABA)	100%			
transport <8h	100%	100%	réglementation	
Toutes marques (MN, MDC)				
élevage sans cages	<2%	2,1%	FQC / Nouvelle Agriculture / Lapin & Bien / Fermier	

5. Poulet

Objectifs :

100% des poulets et découpes de poulets respectent les critères du BCC en 2026
 100% des produits > 50% de poulets respectent les critères du BCC en 2026
 100% étiquetage des poulets à nos marques selon le référentiel AEBEA

Performance (12 mois au 01/01/2020): viande fraîche non transformée – entier et découpe – LS

	Carrefour France			Groupe Carrefour (kg)
	01/2020 (CA)	01/2021 (kg)	Commentaire	
Poulets et découpes de poulet (toutes marques de Carrefour dont 1 ^{er} prix)				
origine France	100%	100%		97% origine UE
faible densité en bâtiment (<30 Kg /m²)	31%	52,1%	Objectif 100% en 2026	29%
enrichissement des poulaillers avec : perchoirs et objets à piquer et lumière naturelle	Non évalué	39,5%	Poulets avec étiquetage AEBEA niveaux A,B, C	18%
Respect des critères du Better Chicken Commitment	Non évalué	39,5%	Poulets avec étiquetage AEBEA niveaux A,B, C	18% ¹
élevage en plein air	31%	23,1 %	bio et fermier label rouge	16%
souche à croissance lente ou intermédiaire	71%	52,1%	bio, fermier label rouge et AEBEA	21%
utilisation raisonnée d'antibiotique	100%	100%	dont Poulet FQC « élevée sans traitement antibiotique »	-
alimentation sans OGM <0,9%	71%	52,1%		-
Alimentation 100% végétale, minérale et vitaminique	100%	100%		-

¹ Après la France, engagement de Carrefour Pologne <https://www.agrociwf.fr/actualites/2021/05/carrefour-pologne-rejoint-le-better-chicken-commitment>

nombre d'abattoirs	29			-
abattage avec étourdissement préalable	100%	100%		>92%
audit protection animale à l'abattoir (protocole OABA)	100%			-
transport <8h	100%	100%	réglementation	97%
Poulets et découpes de poulet (toutes marques : MN / MDC / 1^{er} prix)				
faible densité en bâtiment <30 Kg /m²	32%	47%	Bio, fermier label rouge, AEBEA	
élevage en plein air	32%	29,5%	Bio et fermier label rouge	
souche à croissance lente ou intermédiaire	>54%	51%	Bio, fermier label rouge, nouvelle agriculture, pleinchamp, AEBEA	
Produits Carrefour à base de poulet				
nombre de produits transformés > 50% poulet	-	37		
% conforme aux critères du BCC	-	0	objectif 100% 2026	

6. Canard

Objectifs :

Amélioration des pratiques sur le canard gras

Développement d'une filière alternative de canard plein air avec alimentation libre (sans gavage)

	01/2021 (kg)	Commentaire
Viande fraîche de canard et foie gras cru (toutes marques de Carrefour)		
origine France	100%	
Canard gras (élevage plein air et gavage)	71%	Majorité sous IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest. Plan de progrès en cours : réduction/suppression des antibiotiques, parcours arborés, sexage in ovo pour mettre fin à l'élimination des canetons femelles, lumière naturelle en bâtiment, parcs collectifs sur litière pendant la phase de finition...
Canard maigre (élevage à l'intérieur)	29%	Recherche de solutions en cours pour l'enrichissement des bâtiments
Canard maigre (élevage avec parcours arboré)	Test en cours	L'offre de canard maigre plein air est marginale et difficilement accessible sur le marché Français. Elle correspond à des produits bio et/ou fermier. Carrefour et un de ses partenaires ont testé et mis au point une filière plus accessible avec un niveau élevé de bien être animal : souche rustique, faible densité, élevage des mâles et des femelles, accès à un parcours arboré, alimentation libre (sans gavage), élevage sans antibiotique
abattage avec étourdissement préalable	100%	
Foie gras cuit (toutes marques de Carrefour)		
Canard Origine France	100%	

7. Porc

- Objectifs :**
- Privilégier largement l'origine France,
 - Garantir la bien traitance des animaux à toutes les étapes,
 - Participer à la mise au point d'un étiquetage du niveau de bien être animal avec l'AEBEA,
 - Développer l'offre avec un niveau élevé de bien être animal,

Performance (12 mois au 01/01/2020): viande fraîche - LS - (hors chair et saucisserie)

	Carrefour France			Groupe Carrefour (kg)
	01/2020 (CA)	01/2021 (kg)	Commentaire	
Viandes fraîches et découpes de porc (toutes marques de Carrefour)				
Origine	100% France	100% France		92% UE
truies élevées en groupes	100%	100%	Réglementation UE	92% En développement par Carrefour Brésil
maternité en liberté	Non évalué	Non évalué		
élevage avec litière	5,6%	6%	Bio et fermier plein air	
élevage avec contact extérieur (ouvert/courette)	5,6%	6%	Bio et fermier plein air	
élevage avec parcours plein air	1,4%	0,6%	Fermier plein air	
Densité $\geq 1,3 \text{ m}^2$ /porc $<110 \text{ kg}$ (+ 100% d'espace)	5,6%	6%	Bio et fermier plein air	
Densité $\geq 0,80 \text{ m}^2$ /porc $<110 \text{ kg}$ (+ 23% d'espace)	8%	6,9%	Label rouge	
Densité $> 0,65 \text{ m}^2$ /porc $<110 \text{ kg}$ Réglementation UE sur le bien être des porcs	85,6%	80,8%	FQC	
enrichissement spécifique des porcheries (matériaux manipulables, lumière naturelle)	Non évalué	Non évalué		
castration avant 7 jours avec analgésie et/ou antalgique	64,9%	65% des mâles Ou 82,6% du total (mâles + femelles)	FQC	

sans castration à vif	34%	25,8% des mâles ou 63% du total (mâles non castré + femelles)	Objectif 100% sans castration à vif	35% des mâles Ou 68% du total (mâles + femelles) L'absence de castration est majoritaire en Espagne.
Coupe des queues	Non évalué	Non évalué		<1% Carrefour Italie développe une filiale sans caudectomie
utilisation raisonnée d'antibiotique	99,2%	93,6%	FQC / bio / label rouge / plein air Dont porc FQC « <i>élevé sans traitement antibiotique à partir du sevrage</i> »	
alimentation sans OGM <0,9%	89,8%	86,2%	FQC / bio	
nombre d'abattoirs	13			
abattage avec étourdissement	100%	100%	100%	
Transport < 8 heures		>80%		
audit protection animale à l'abattoir (protocole OABA)	77%			
Produits de charcuterie aux marques de Carrefour				
nombre de références	177 (75% de porc origine France 25% de porc origine UE)			

Rq : Pour nos approvisionnements de viandes fraîches et de charcuteries, nous n'exigeons pas la castration. Pour faciliter l'arrêt de la castration à vif, nous accompagnons nos partenaires selon la technique qu'ils souhaitent utiliser.

8. Lait de vache

- Objectifs :**
- Privilégier largement l'origine France,
 - Soutenir la pratique du pâturage annuel et les systèmes herbagers,
 - Garantir la bien traitance des animaux à toutes les étapes,

Performance (12 mois au 01/01/2020): LS

	Carrefour France			Groupe Carrefour
	01/2020 (CA)	01/2021 (kg)	Commentaire	
Lait de vache UHT (Toutes marques de Carrefour dont 1 ^{er} prix)				
origine France	100%	100%		>90% origine UE
élevage avec accès saisonnier au pâturage	55,4%	>54%	FQC, Bio, Montagne	
Bonnes pratiques d'écornage	Non évalué	Non évalué ⁽¹⁾		
vaches non attachées	Non évalué	>70%	Pratique à risque en zone de montagne	>33,6%
caudectomie	0%	0%	Non pratiquée en France	<10% Non pratiquée en UE Non évalué en Amérique Latine
utilisation raisonnée d'antibiotiques	Non évalué	>25%	FQC, Bio	
diagnostic bien être animal	Non évalué ⁽¹⁾		Amélioration continue vers 100% au niveau supérieur	
alimentation sans OGM <0,9%	25,9%	25,1%	FQC, Bio	
Lait de vache UHT (Toutes marques MN / MDC / 1 ^{er} prix)				
élevage avec accès saisonnier au pâturage	>30%	>30% ⁽²⁾		

Produits laitiers aux marques de Carrefour				
beurre	49 références 67% lait origine France 33% lait origine UE			
crème	51 références 80% lait origine France 20% lait origine UE			
yaourt	90 références 92% lait origine France 8% lait origine UE			
fromages	256 références 84% lait origine France 16% lait origine UE			
desserts lactés >50% lait	97 références 97% lait origine France 3% lait origine UE			

⁽¹⁾ Les bonnes pratiques vis-à-vis de l'écornage, la propreté des animaux, le couchage, les aires d'exercices, les boiteries, l'accès à l'eau.... ne font pas l'objet d'indicateurs spécifiques. Ces points seront intégrés dans le « diagnostic bien être animal en élevage »..

⁽²⁾ Notre évaluation du pâturage saisonnier se base sur les cahiers des charges ou des pratiques avérées. Cette évaluation sous estime la proportion réelle du pâturage en France qui est de l'ordre de 80% selon le rapport RSE de la profession laitière.

En savoir plus sur les performances et engagements RSE de la filière laitière Française :

<https://backend.franceterredelait.fr/wp-content/uploads/2020/09/Rapport-RS-Version-num%C3%A9rique.pdf>

9. Bœuf

Objectif : Privilégier largement l'origine France,
Soutenir la pratique du pâturage annuel et les systèmes herbagers,
Garantir la bien traitance des animaux à toutes les étapes,

Performance (12 mois au 01/01/2020): Viande fraîche – découpée et hachée - LS

	Carrefour France			Groupe Carrefour
	01/2020	01/2021	Commentaire	
Marques de Carrefour Viande fraîche – découpée et hachée - LS				
origine France	100%			66% UE
élevage avec accès saisonnier au pâturage	58,2%	59,4%	FQC, Bio, LR	
enrichissement spécifique (brosses, litière végétale, lumière naturelle)	Non évalué			
vaches non attachées	Non évalué			
utilisation raisonnée d'antibiotiques	58,2%		FQC, Bio, LR	
diagnostic bien être animal	Non évalué		Amélioration continue vers 100% au niveau supérieur	
alimentation sans OGM <0,9%	Non évalué			
nombre d'abattoirs	23			
abattage avec étourdissement	61,8% ⁽¹⁾	62,5% ⁽¹⁾	100% sur FQC, Bio, Reflets de France	
Abattage avec étourdissement (hors haché)		95%		62,3% ⁽¹⁾
audit protection animale à l'abattoir (selon protocole OABA ou protocole interprofessionnel)	91%			
Marques de Carrefour à base de bœuf				
Plats cuisinés/traiteur	107 références 94% bœuf origine France			

	6% bœuf origine UE			
Viandes hachées fraîches et surgelées	100% origine France			

⁽¹⁾ En l'absence d'une traçabilité obligatoire du mode d'abattage, notre évaluation de la proportion d'abattage avec étourdissement se base uniquement sur les cahiers des charges précisant ce point. La proportion est sous évaluée par rapport aux pratiques du secteur.

En savoir plus sur la performance globale et les engagements RSE de la filière bovine Française :

https://www.interbev.fr/wp-content/uploads/2020/05/interbev_rso_bd_sans_coupe_planches.pdf

10. Saumons, truites

Performance (12 mois au 01/01/2020): Produits Frais – entiers/découpés - non transformés - LS et TRAD

	01/2020	01/2021	Commentaire
Saumon frais non transformé – entier et découpe (Marques de Carrefour)			
Origine Norvège	100%	100%	
enclos en milieu naturel (pleine mer)	100%	100%	
densité ≤ 20 kg/m ³	11,8%	5,4%	bio
densité ≤ 25 kg/m ³	82,9%	89%	FQC (certification ASC)
alimentation sans OGM <0,9% et sans produits d'animaux terrestre	94,7%	94,4%	FQC et Bio
utilisation raisonnée d'antibiotiques	100%	100%	
étourdissement avant abattage (par percussion ou électronarcose)	100%	100%	
Truites fraîches non transformées – entière et découpe - (Marques de Carrefour)			
Origine France	100%		
Densité ≤ 25 kg/m ³	16,7%	4,3%	bio
Utilisation raisonnée d'antibiotiques	100%	100%	
alimentation sans OGM <0,9% et sans produits d'animaux terrestre	100%	100%	
Etourdissement avant abattage (par percussion ou électronarcose)	>39%		

Pour en savoir plus sur la politique pêche et aquaculture responsable de Carrefour.
<https://www.carrefour.com/fr/rse/engagements/peche-aquaculture-responsables>

Pour en savoir plus sur la pisciculture Française
<https://www.poisson-aquaculture.fr/les-poissons-daquaculture/charte-qualite/>

11. Cheval, zèbre, kangourou, crocodile

Carrefour ne commercialise pas de viande de cheval, zèbre, kangourou ou crocodile à ses marques.

En 2020, en l'absence de garanties suffisantes sur les conditions d'élevage, de transport, d'abattage (dont chasse) et de traçabilité, Carrefour France a décidé de ne plus commercialiser de viandes de kangourou, zèbre ou crocodile proposées par certaines marques.

Concernant la viande de cheval, depuis 2015, bien qu'il ne s'agisse pas d'un produit à nos marques, nous avons alerté nos fournisseurs sur la nécessité de sécuriser leurs approvisionnements : indication précise de l'origine sur les étiquetages, audits indépendants de leurs filières d'approvisionnement sur les conditions d'abattage, de transport, de rassemblement, contrôle microbiologiques, contrôle de traçabilité.

Certaines origines très controversées comme le Canada ou l'Australie ont disparues des approvisionnements et une partie des viandes provenant d'Argentine ou d'Uruguay (issues de filières contrôlées) sont en partie substituées par de la viande chevaline en provenance de l'Union Européenne.

Nous poursuivons nos actions auprès de nos fournisseurs pour tendre vers un maximum de viande chevaline d'origine Union Européenne dont la France.

12. Carrefour Veggie

Performance (12 mois au 01/01/2020):

	01/2020	01/2021	Commentaire
Carrefour Veggie et boissons végétales Carrefour			
Nombre de produits Carrefour Veggie	71	62	
Certification V-label	100%		
V-label « végétarien »	32 (45%)	28 (45%)	
V-label « végétarien »	39 (55%)		si œufs ou ovoproduits,

			élevage plein air uniquement
Part des boissons végétales / lait de vache	-		amande, soja, avoine, riz, noisette

Indépendamment de la margarine, des desserts et boissons végétales déjà existantes à différentes marques de Carrefour, nous avons été la première enseigne Française à lancer une marque végétarienne en 2015.

En l'absence de réglementation sur les appellations « végétarienne », Carrefour s'appuie sur les règles du V-label qui exigent l'absence d'ingrédients, d'additifs ou d'auxiliaires technologiques issus des animaux (hormis le lait, les œufs et le miel pour les produits végétariens). Les ingrédients issus de noix de coco proviennent de filières tracées ne recourant pas à l'exploitation des singes.

Le site de commerce en ligne Carrefour.fr dispose d'un filtre permettant à nos clients de sélectionner plus facilement les produits végétariens à marque Carrefour ou autres marques.

13. Textiles et produits d'entretien

Les textiles aux marques de Carrefour n'utilisent pas de fourrures animales ou de laine issue de lapins Angora. Les plumes et duvets sont issus d'exploitations certifiées RDS.

Par ailleurs, Carrefour est très engagé dans la structuration de filières de coton bio et responsable.

<https://www.carrefour.com/fr/newsroom/coton-tex-bio-juste-remuneration-et-tracabilite-depuis-la-graine>

Les tests de produits d'entretien sur les animaux sont interdits.