



# Attirer, retenir et développer les talents

1. Contexte
2. Notre ambition
3. Nos objectifs et notre performance
4. Nos plans d'action
5. Notre organisation





## Contexte

Le monde du travail évolue sous l'influence des changements sociétaux, technologiques, commerciaux et des demandes des nouvelles générations qui rejoignent le monde de l'entreprise. Les collaborateurs recherchent un environnement professionnel donnant à chacun la possibilité de développer ses talents et de s'épanouir, ainsi que de nouveaux modes de management et de travail. Au cœur d'une profonde transformation de son modèle et de son secteur, ces changements du monde du travail sont des enjeux clés pour le Groupe Carrefour, qui a en conséquence adapté ses actions en matière d'attraction, de développement et de rétention de ses talents.

Groupe à la fois multi local et de proximité, Carrefour emploie 319 565 personnes dans le monde, dont 55,6 % de femmes. C'est grâce aux compétences de l'ensemble de ses collaborateurs que Carrefour peut offrir des services, des produits et une alimentation de qualité et accessible à tous à travers l'ensemble des canaux de distribution - et ce, dans les 9 pays intégrés du Groupe ainsi que dans les 30 pays en franchise internationale.

Soucieux de renforcer la culture client en interne afin d'accompagner la mise en œuvre de son plan de transformation, le Groupe a concentré ses investisse-

ments de formation et de recrutement sur les compétences et métiers positionnés au cœur de sa stratégie : transformation digitale, transition alimentaire et management

De plus, conformément aux annonces réalisées à l'occasion du Digital Day, Carrefour se donne pour ambition d'être un leader mondial du Digital Retail avec une stratégie fondée sur une approche « data-centric, digital first ». A cet effet, des moyens conséquents ont été mis en œuvre au service de la stratégie digitale Carrefour 2026, notamment en termes d'attraction des talents, de formation et d'outils.

Le Groupe est également attaché à promouvoir la mobilité au sein de ses équipes et à développer les compétences de l'ensemble de ses collaborateurs afin de les préparer au mieux au futur de la grande distribution, secteur en profonde et rapide mutation. Ces préoccupations sont au centre de l'engagement « Grandir et avancer ensemble », le premier des quatre engagements du programme Act For Change. Ce programme, à destination des collaborateurs Carrefour, a été lancé en 2019 dans le cadre de sa transformation managériale et culturelle. Il est ainsi la déclinaison en engagements et en actes managériaux de la raison d'être du Groupe.

# Notre ambition

Le pilier « Grandir et avancer ensemble » est l'engagement n° 1 du programme Act For Change du Groupe Carrefour. Il vise à développer les talents, à encourager la diversité au sein des équipes et à favoriser la coopération entre les différentes Directions et formats de magasins du Groupe. Ce pilier porte les ambitions suivantes :

- **Attirer les talents** : pour attirer de jeunes talents ainsi que de nouveaux profils et compétences, alignés avec l'évolution stratégique actuelle, Carrefour souhaite poursuivre et renforcer ses programmes de recrutement et de développement tels que le programme Graduates, la promotion de l'alternance et des stages, ou les partenariats avec des écoles et universités. Carrefour souhaite également renforcer ses compétences, notamment sur les sujets du digital, sur certaines activités spécialisées au cœur de sa stratégie comme le bio ou encore sur certains métiers tels que les métiers de bouche.
- **Retenir les talents** : afin de préserver ces talents, Carrefour a mis en place un système de gestion de carrière afin d'être en mesure de proposer une rémunération ainsi que des opportunités d'évolutions et de mobilité attractives. Le Groupe a pour ambition d'offrir la possibilité de parcours professionnels variés et de favoriser l'ascenseur social. Concernant la rémunération, le Groupe

dispose d'un système de rémunération à long terme incitatif. Ainsi, le plan d'action de performance 2021 a été élargi à des talents clés non dirigeants. L'engagement des collaborateurs est suivi grâce aux enquêtes de satisfaction régulièrement conduites par le Groupe.

- **Développer les compétences des collaborateurs** : Carrefour place la formation au cœur de son métier, au travers notamment de nouveaux programmes de développement multi formats et multi métiers. Le Groupe investit largement pour préparer ses collaborateurs aux évolutions du monde de la grande distribution. Ainsi, depuis 2019, la politique de formation de Carrefour s'est déployée autour de quatre thèmes liés à la raison d'être et à la stratégie du Groupe : la transition alimentaire, la culture client, le management et particulièrement sur la transformation digitale. En effet, dans le cadre de sa stratégie digitale 2026, Carrefour prévoit de faire bénéficier l'ensemble des collaborateurs du Groupe de **formations dédiées au digital** d'ici 2024 (soit environ 100 000 personnes par an), au sein de son Université Digital Retail, en partenariat avec Google. L'école des Leaders, une école de formation interne qui offre aux collaborateurs à fort potentiel une opportunité d'évoluer a été lancée dans la majorité de nos pays. Sur le plan de la formation, le Groupe investit largement pour préparer ses collaborateurs aux évolutions du secteur.



# Nos objectifs et notre performance

## 1. Attraction des talents

Depuis sa création, le Groupe œuvre pour attirer les bons profils aux bons postes : les collaborateurs de Carrefour sont ceux qui portent et font vivre la stra-

tégie du Groupe. Recruter les bonnes personnes est donc un prérequis au développement de l'activité commerciale.

KPI	2019	2020	2021	Évolution (2020 / 2021)
Evolution du nombre d'embauches	153 398	141 684	143 783	+1%

## 2. Rétention des talents

Carrefour accorde une attention toute particulière à la fidélisation de ses talents. Historiquement, un grand nombre de nos collaborateurs ont intégré le groupe pour y " faire carrière". L'ambition de Carrefour est de permettre le maintien des talents qui sont

le reflet de sa stratégie notamment par la valorisation de ses collaborateurs et en leur proposant des perspectives d'évolutions professionnelles correspondants à leurs attentes.

### Turnover et ancienneté des collaborateurs

KPI	2018	2019	2020	2021	Évolution (2020 / 2021)
Taux d'attrition subie des Directeurs et Sénior Directeurs <sup>(1)</sup> (en %)	-	-	4,1	4,6	+0,5pts
Turnover <sup>(2)</sup> (en %)	17 <sup>(3)</sup>	22,8	19,7	22,9	+3,2 pts
Turnover des femmes <sup>(2)</sup> (en %)	-	-	-	20,5	-
Turnover des hommes <sup>(2)</sup> (en %)	-	-	-	25,9	-
Turnover des Directeurs exécutifs et directeurs séniors <sup>(2)</sup> (en %)	-	-	-	12,1	-
Turnover des directeurs <sup>(2)</sup> (en %)	-	-	-	7,9	-
Turnover des cadres <sup>(2)</sup> (en %)	-	-	-	10,4	-
Turnover des employés <sup>(2)</sup> (en %)	-	-	-	24,4	-
Turnover volontaire <sup>(4)</sup> (en %)	9,2 <sup>(5)</sup>	11,3	9,9	12,7	+2,8 pts
Turnover involontaire <sup>(6)</sup>	-	-	-	6,6	-
Ancienneté moyenne des collaborateurs (en années)	9,3	9	9	9	-

<sup>(1)</sup> Nouvel indicateur 2020 mesurant le nombre de démissions des employés niveau Directeur et Senior Directeur ramené à la population

<sup>(2)</sup> Turnover des employés en contrat à durée indéterminée incluant les recrutements de l'année, les licenciements, les démissions et les fins de période d'essai et calculé sur la base des effectifs au 31 décembre 2020.

<sup>(3)</sup> Périmètre : BU comparables – Hors Chine.

<sup>(4)</sup> Turnover volontaire des employés en contrat à durée indéterminée incluant les démissions.

<sup>(5)</sup> Périmètre : BU comparables – Hors Chine

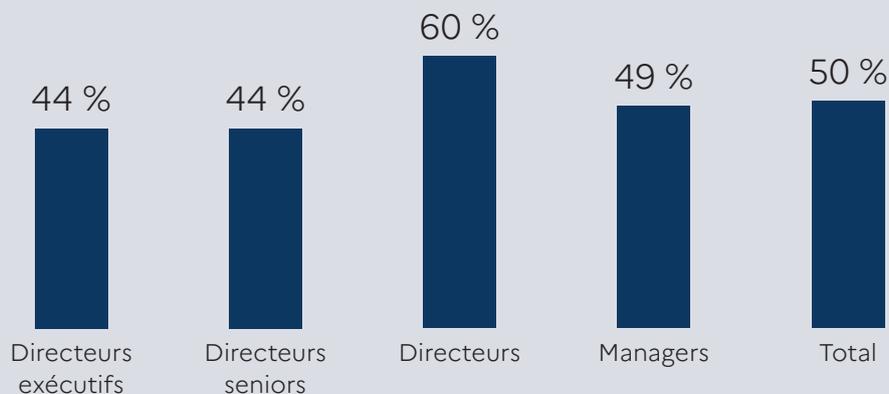
<sup>(6)</sup> Turnover volontaire des employés en contrat à durée indéterminée incluant les démissions

## Promotion et mobilité interne

KPI	2019	2020	2021	Évolution (2019/2020)
Taux de promotion interne : Promotions directeurs exécutifs	-	-	44 %	-
Taux de promotion interne : Promotions directeur seniors	23 %	32 %	44 %	+12 pts
Taux de promotion interne : Promotions directeurs	55 %	68 %	60 %	(8pts)
Taux de promotion interne : Promotions managers	45 %	43 %	49 %	+ 6 pts
Taux de promotion interne : total	45 %	44 %	50 %	+ 6 pts

<sup>(6)</sup> Sur le périmètre France.

### TAUX DE PROMOTION INTERNE PAR GRADE EN 2021



## 3. Développement des compétences des collaborateurs

Le Groupe œuvre, au travers de sa politique de formation et à développer. Pour les talents clés, un suivi personnalisé est mis en place au niveau corporate et dans les entités intégrées en local, afin de s'assurer de la montée en compétence et de la construction appropriée des parcours professionnels.

D'ici 2025, Carrefour a pour objectif qu'au moins 50 % des salariés du Groupe bénéficient d'une formation d'au moins quatre heures chaque année, quel que soit leur format. Cet objectif est intégré dans l'indice RSE et transformation alimentaire du

Groupe depuis 2020. En raison d'un effet de rattrapage par rapport à l'année 2020, il a été largement dépassé au cours de l'année 2021 ; la crise sanitaire avait fortement impacté l'organisation et la diffusion des formations chez Carrefour en 2020 et une partie des formations a dû être reportée en 2021. De plus, pour soutenir sa stratégie d'amélioration de la satisfaction client, un volume exceptionnel de formations pour développer l'orientation client ont été dispensées auprès des collaborateurs de Carrefour France (50 000 personnes ont bénéficié en 2021 de cette formation).

**13,25**  
heures de formation  
par salarié en moyenne

et **271 €**  
dépensé en moyenne  
par ETP en formation  
et développement<sup>(8)</sup>

<sup>(8)</sup> sur le périmètre France. Les frais de salaires et frais annexes sont exclus.

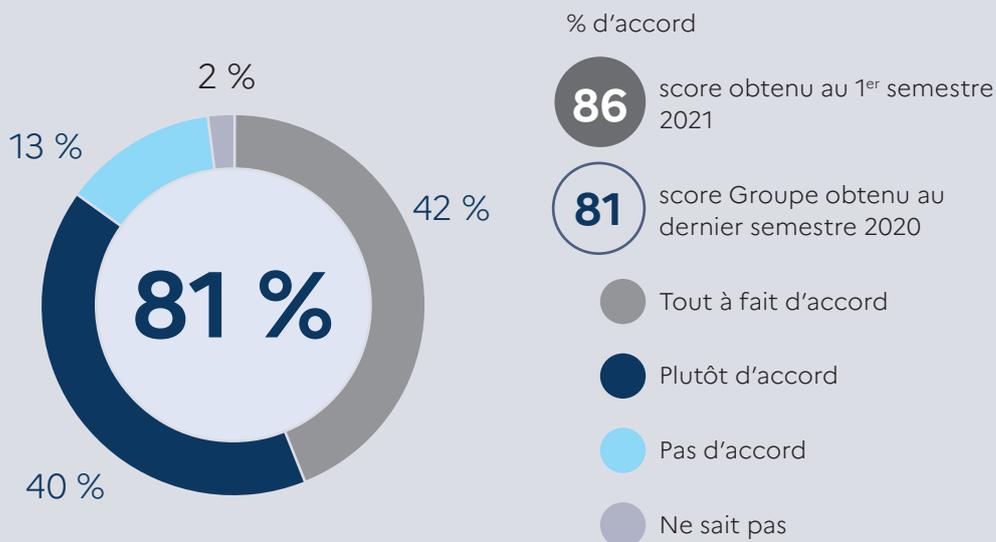
KPI	2019	2020	2021	Évolution 2020/2021	Cible
% d'employés formés dans l'année (disposant d'au minimum 4h de formation)	-	-	81 %	NA	50% / an (durée : 4h min)
Nombre moyen d'heures de formation par salarié	11,5	8,04	13,25	+5,21	-
Nombre total d'heures de formation dispensées dans l'année (en millions)	-	2,5	4,2	+1,7	-
% des heures de formation dédiées à la transition alimentaire	-	19,42	11,6	(7,82pts)	
% de la masse salariale dédiée à la formation	-	0,67	0.81	+0,14 pts	
Montant moyen dépensé par ETP en formation et développement en euro <sup>(7)</sup>	-	141	271	+ 130	-

<sup>(7)</sup> Sur le périmètre France. Les Frais de salaires et frais annexes sont exclus

D'autres indicateurs permettent aussi d'effectuer le suivi de nos plans de formations et de mesurer l'efficacité des formations tels que le nombre de e-learners, le nombre de formations par thème, le NPS des formations (taux de satisfaction de la formation suivie par le collaborateur formé), etc.

Néanmoins, dans une enquête en ligne diffusée entre le auprès d'un échantillon représentatif de 20 000 salariés des 9 pays du Groupe, les collaborateurs de Carrefour sont 86 % à indiquer qu'ils ont appris des choses nouvelles et gagné en compétences au cours des derniers mois, en hausse de 5 points par rapport à fin 2020.

## AU COURS DES DERNIERS MOIS, J'AI APPRIS DES CHOSES NOUVELLES ET J'AI GAGNÉ EN COMPÉTENCES



# Nos plans d'action

Dans tous les pays où il est implanté, le Groupe marque sa différence par une politique soutenue pour l'égalité des chances et le développement des compétences, en faveur de la diversité et contre

toutes formes de discrimination. Les plans d'action pour répondre à notre ambition et atteindre nos objectifs sont les suivants.

## 1. L'attraction des talents

- 1.1. Les principaux enjeux du recrutement et les actions pour y répondre
- 1.2. La planification stratégique des talents clés

## 2. La rétention des talents

- 2.1. Notre système de gestion des carrières
- 2.2. La promotion et la mobilité internes au cœur du modèle de développement de Carrefour
- 2.3. Un système de rémunération à long terme incitatif
- 2.4. Être à l'écoute pour maintenir l'engagement des collaborateurs

## 3. Le développement des compétences des collaborateurs

- 3.1. Définition de nos plans et programmes de formation
- 3.2. Des plans de formation spécifiques au management pour s'adapter aux enjeux de « Carrefour 2022 »
- 3.3. Les formations relatives à la transformation digitale
- 3.4. Les formations relatives à la transition alimentaire pour tous et les produits frais
- 3.5. Les formations relatives à la culture client

## 1. L'attraction des talents

### 1.1. Les principaux enjeux du recrutement et les actions pour y répondre

Dans le cadre de sa transformation et de l'évolution du secteur de la grande distribution, Carrefour a pour enjeux clés de renforcer ses compétences, avec un fort accent sur les sujets du digital, sur certaines activités spécialisées au cœur de sa stratégie (comme par exemple sur la transformation alimentaire plus durable) ou encore sur certains métiers, comme les métiers de bouche.

Ainsi, l'ensemble des pays du Groupe mène des actions afin d'attirer ces nouveaux talents, par exemple :

- Amélioration des **stratégies de recrutement du Groupe** et modernisation des pratiques en **recensant mieux les besoins et les problématiques de recrutement**, en diversifiant les canaux de diffu-

sion selon les profils, les métiers et les localisations et, enfin, en travaillant mieux les viviers de candidatures. En 2021, plus de 26 350 offres du périmètre France ont ainsi été relayées sur les sites de partenaires institutionnels et associatifs afin de garantir la transparence et l'accessibilité de nos emplois à un large public. De plus, Carrefour France a développé dès 2020 un partenariat avec l'AGEFIPH pour que les offres d'emploi soient reprises sur ce site dédié aux personnes en situation de handicap. Les équipes de recrutement ont également eu recours à des applications innovantes dédiées par exemple au recrutement à 100% par vidéo ou la chasse par SMS. En Roumanie, le pilot d'un nouveau process a été lancé en Avril afin de simplifier et améliorer l'efficacité des recrute-

ments dans les régions avec les plus forts taux de turn over. Face au succès de l'opération, ce dispositif sera rapidement étendu à d'autres magasins.

- **Renforcement de la visibilité du Groupe** grâce à une marque employeur forte en produisant régulièrement des contenus ciblés mettant en avant les expertises de ses collaborateurs. Les pays du Groupe sont particulièrement actifs sur LinkedIn, Instagram, Facebook et Twitter. Ces actions de communication externe à large audience permettent de faire vivre en images les métiers Groupe et de découvrir toutes les actualités emploi de Carrefour en France et à l'international.
- **Développement de nombreux partenariats avec des écoles clés** (écoles de commerce, écoles d'ingénieur, écoles IT). En 2021, des actions se sont poursuivies auprès des grandes écoles cibles du périmètre France. En effet, la signature d'une Convention de partenariat avec Dauphine et sa Fondation a permis à Carrefour d'apporter son soutien aux programmes "égalité des chances" et "logements étudiants", notamment par le biais de présentation des opportunités et de coaching aux étudiants ainsi que la remise des clés pour les bénéficiaires du programme. Dans le cadre de la Convention d'Education Prioritaire avec Sciences-Po Paris plusieurs étudiants issus du programme CEP ont bénéficié d'accompagnement par des mentors de Carrefour.
- **Développement des stages et de l'apprentissage** dans les pays du Groupe pour faire connaître et recruter sur les métiers spécialisés en tension au sein du Groupe tels que les métiers de bouche et les métiers de l'IT et du digital. En France, une campagne de recrutement sponsorisée a été mise en place afin de développer l'attractivité du groupe envers les nouvelles générations, en leur faisant découvrir nos métiers en tension. D'importants moyens ont été mis en œuvre afin de proposer une formation d'excellence et certifiante ou diplômante, Carrefour France s'est notamment doté d'un CFA interne .
- **Mise en place de plusieurs actions spécifiques pour attirer les talents du digital** tels que le financement d'une licence Codingame qui permet de faire passer des tests en ligne, la prise de contact et l'organisation d'événements avec des écoles spécialisées dans la formation informatiques telles que l'école 42 et la participation à la Chaire internationale "Next Gen RetAll" dédiée à la Data Science en association avec l'Ecole Polytechnique. En Espagne, des directeurs informatiques de Carrefour sont intervenus lors d'événements digitaux tels que Cloudera Forum, AI Business Congress. Au Brésil, des Hackathons ont été organisés par Carrefour Banque afin d'attirer et embaucher les meilleurs talents du secteur numérique. En Italie, Carrefour recrute ses profils digitaux lors de campagnes de recrutement innovantes qui sont basées sur la gamification.
- **Renouvellement des programmes Graduates Dirigeants**, Finance et Hyper qui depuis quelques années permettent d'attirer et de développer

en interne des profils de haut niveau – grâce à un processus de sélection très exigeant auprès de Grandes Ecoles et un parcours de deux ans, comprenant au moins une expérience dans un pays du Groupe autre que la France pour les Graduates Dirigeants et Finance. Ces programmes ont pour objectif de préparer les plans de succession de postes clés de Direction (Siège ou Hyper) ou dans le domaine de la Finance. En 2021, ces programmes ont été renforcés, notamment par une révision du plan de formation. De plus, les nouveaux graduates seront sponsorisés par un membre Comex et auront pour la première fois la possibilité d'accéder à des opportunités à l'international en fin de programme. Enfin, le lancement du nouveau programme "Tremplin" en cette fin d'année ouvre une nouvelle voie pour accéder aux Graduates. Dans le cadre de ce dispositif, à la fois innovant et inclusif, une promotion d'alternants sera sélectionnée parmi les 15000 jeunes issus de quartiers prioritaires recrutés en 2021 pour suivre un parcours spécifique. Ils bénéficieront de formations (fortement axés sur le modèle de leadership Carrefour), d'immersions et de l'accompagnement d'anciens graduates avec l'objectif d'intégrer un programme graduate à la suite.

- Le Groupe Carrefour agit aussi concrètement pour **accompagner les femmes vers les plus hautes fonctions de l'entreprise**. Plusieurs dispositifs ont ainsi été mis en place, notamment lors du recrutement. Un engagement fort et une stratégie de recrutement ciblée ont été pris de façon à ce que, pour chaque nouvelle nomination à un poste de direction, 50% de profils féminins soient systématiquement proposés au dernier tour du recrutement.



## Illustrations :



**France** : Fin 2020, l'engagement avait été pris de recruter 15 000 jeunes en 2021 dont une partie en alternance. Pour tenir ces engagements de recrutement, outre l'activation des canaux de sourcing traditionnels (site Carrefour recrute, jobboards, métamoteurs emploi, communication écoles...) et une communication de proximité en magasins pour toucher les candidats et prescripteurs locaux, le Groupe a :

- Accentué sa présence sur les réseaux sociaux ;
- Pallié aux contraintes du contexte sanitaire en digitalisant un maximum de rencontres virtuelles (salons de recrutement, interventions dans les écoles, actions pédagogiques, participation à des jurys étudiants, accompagnement et coaching de publics fragiles/éloignés de l'emploi) ;
- Testé des applications de recrutement innovantes, capitalisant sur la vidéo et/ou une navigation ultra intuitive pour simplifier la candidature ;
- Renforcé sa collaboration historique avec les partenaires institutionnels et associatifs de l'emploi & de l'insertion, pour toucher les jeunes décrocheurs et aller au plus près des habitants des quartiers populaires ;
- Consolidé une dizaine de partenariats avec des écoles et centres formant aux métiers de bouche.



**Belgique** : Carrefour mise plus que jamais sur la révolution du retail et a recruté 70 profils IT au premier semestre 2021. Les détaillants doivent être capables de s'adapter rapidement pour suivre l'évolution de la technologie et aligner l'expérience d'achat aux exigences des consommateurs. La pandémie du coronavirus n'a fait qu'accélérer ce processus de transformation numérique. Carrefour a donc mis tous ses efforts dans le recrutement de profils informatiques. Les fonctions sont très variées et comprennent notamment des Team Managers, des Project et Program Managers, des Tests Engineers, des Business et Technical Analysts, des Systems et Security Engineers ainsi que des Agents Helpdesk.



**Espagne** : Participation à un concours étudiants les Académiques AECOC dans le cadre duquel les participants soumettent leur projet de fin de diplôme. Le gagnant du prix spécial Carrefour se voit attribuer un CDI de manager au sein du groupe. Carrefour a également reçu le prix du meilleur recruteur de l'EAE Business School. En effet, Carrefour est l'une des entreprises qui a intégré un plus grand nombre d'étudiants de l'EAE au cours des deux dernières années universitaires. Lors de la remise de prix, le Directeur des Ressources Humaines de Carrefour Espagne, a rappelé la volonté de l'entreprise de miser sur les jeunes talents.

## 1.2. La planification stratégique des talents clés

Afin de poursuivre les objectifs stratégiques du Groupe, Carrefour a renforcé en 2021 sa stratégie en matière d'identification et de suivi de ses talents clés. L'identification des talents clés, constitués pour partie les directeurs exécutifs du Groupe, des collaborateurs issus des programmes de Graduates Dirigeants ou des collaborateurs aux potentiels et aux compétences clés pour le Groupe, s'est poursuivie. Plusieurs actions ont également été lancées pour identifier les compétences manquantes :

- La réalisation d'une étude, en collaboration avec un cabinet externe, a été conduite afin de faire un **état des lieux des compétences présentes et manquantes** au sein de la population des dirigeants clés ;

- L'actualisation d'une **cartographie des postes clés**, afin d'identifier tous les postes de dirigeants ayant un impact significatif sur la stratégie de Carrefour, d'un pays ou d'une business unit, et de s'assurer que chaque poste clé existe dans les pays majeurs du Groupe ;
- Le développement d'**outils SIRH** lancé fin 2021 permettant des observations précises sur les écarts entre les compétences présentes et celles requises par les évolutions du marché.

Ainsi, ces approfondissements des compétences clés orientent le recrutement, en interne ou en externe.

## 2. La rétention des talents

La rétention des collaborateurs est portée au sein du Groupe par :

- Une politique de mobilité et de promotion interne en faveur de l'apprentissage et de l'évolution vers de nouveaux métiers, au regard des évolutions sectorielles et des aspirations individuelles ;
- Une politique de rémunération à long terme prenant la forme d'épargne salariale (intéressement et participation) ou d'attribution d'actions de performance. Ces dispositifs constituent un instrument d'engagement et de fidélisation des collaborateurs ;
- Une politique de formation déployée en 2019 orientée autour des piliers stratégiques du Groupe : la transition alimentaire, la culture client, le management et la transformation digitale.

### 2.1. Notre système de gestion des carrières

Avec plus de 300 métiers et une présence dans 9 pays, le Groupe offre des opportunités de parcours variés. En complément des formations que le Groupe offre à chacun de ses collaborateurs, dans le cadre du programme Act For Change, de nouveaux programmes de développement, multi formats et multi métiers, ont vu le jour dans tous les pays, pour faire grandir les collaborateurs les plus performants, détectés en Comités carrière. Ces Comités carrières multi formats se tiennent désormais dans tous les pays.

Le système de gestion des carrières de Carrefour se déploie à travers les nombreuses actions mises en place par les ressources humaines, comme la systématisation des entretiens annuels, les possibilités de mobilité et de promotion interne et les programmes de formation des collaborateurs. Chaque collaborateur est rattaché à un Manager ou à un Dirigeant qui est en charge de son suivi et de son développement, en collaboration avec les équipes des ressources humaines.

Depuis 2019, douze « actes managériaux » ont été définis pour les entretiens d'évaluation annuels et font actuellement l'objet de plans de développement spécifiques. En France, ces 12 actes managériaux ont été intégrés au nouveau formulaire d'entretien de développement professionnel des collaborateurs cadres. Ces 12 compétences clés traduisent les engagements stratégiques pris par le Groupe dans le cadre de son programme Act For Change sur chacun de ses 4 piliers :

- « Grandir et avancer ensemble » : faire progresser les talents et encourager la diversité dans les équipes ;
- « Servir le client avec passion » : mettre la satisfaction du client au cœur des préoccupations et actions ;
- « Agir avec simplicité » : faire de l'efficacité une obsession quotidienne en privilégiant la rapidité et la simplicité ;
- « Être fiers de transformer notre métier » : encourager l'innovation au service de la transition alimentaire.

Puis, en complément du système d'évaluation traditionnel des collaborateurs, des Entretiens compé-

tences et carrières (ECC) ont été mis en place dans tous les pays. Par ailleurs, des systèmes d'évaluation 360° visant à évaluer les compétences des employés sur la base des retours de différents collaborateurs de tout niveau hiérarchique ont également été testés. En France, un nouvel outil de développement individuel en lien avec les 12 actes managériaux d'Act For Change a été testé avec succès début 2020 auprès de la population d'encadrement.

Par ailleurs, Carrefour a pris l'engagement de promouvoir le développement des femmes et de les accompagner à accéder à des postes à plus hautes responsabilités à travers divers programmes et engagements (pour plus d'information, nous vous invitons à vous référer à la Fiche « promouvoir la diversité et lutter contre les discriminations et le harcèlement »).

Carrefour a mis en place un système spécifique de gestion de carrière auprès des talents clés pour que la rémunération, les évolutions de carrière, et les opportunités de mobilité qui leurs sont offertes correspondent à leurs ambitions personnelles. Ainsi, chaque dirigeant du Groupe identifié comme talents clés bénéficie d'un suivi individualisé aboutissant à un plan de carrière sur mesure, qui aborde aussi bien les besoins en formation que les opportunités de mobilité au sein du Groupe. Ce plan est formalisé, examiné et pris en charge par les équipes Groupe pour assurer sa mise en œuvre.

#### Illustrations :



La **Roumanie** est le pays pionnier dans la mise en place du système feedback 360°. Ce système a remplacé le système d'évaluation traditionnel depuis 3 ans. Un outil dédié permet aux employés de réaliser des demandes de feedbacks à d'autres collaborateurs en fonction de leurs souhaits.

## 2.2. La promotion et la mobilité internes au cœur du modèle de développement de Carrefour

Pour favoriser la rétention de ses talents, Carrefour développe des programmes de promotion interne et de développement professionnel. En Italie, Carrefour a mis en place le programme Masters Retail for talents pour former les directeurs de magasins aux nouvelles tendances du retail ; en France, le mécénat de compétences est proposé aux collaborateurs pour répondre à leur quête de sens et d'engagement tout en développant leurs compétences.

Carrefour offre de réelles opportunités de parcours variés et de mobilité. Le Groupe propose des expériences professionnelles qui mettent les collaborateurs en situation d'exprimer leurs capacités d'initiative. Elles contribuent ainsi à leur épanouissement personnel comme à la performance de l'entreprise. En privilégiant la promotion interne, Carrefour favorise l'ascenseur social pour ses collaborateurs. Par exemple, un employé en magasin peut accéder à des fonctions de chef de rayon puis de chef de secteur. En particulier, Carrefour a pris l'engagement de promouvoir le développement des femmes et de les accompagner à accéder à des postes à plus hautes responsabilités.

Le développement des compétences des collaborateurs au sein du Groupe Carrefour est également nourri par la mobilité interne. Les collaborateurs sont amenés à découvrir un nouveau métier par leurs changements de postes, ou de nouvelles activités, grâce au développement de la polyvalence. La politique d'alternance de Carrefour contribue aussi à dé-

velopper les compétences de jeunes collaborateurs sur tous les métiers du Groupe. Enfin, certains pays ont par ailleurs lancé des dispositifs de développement des compétences extra-professionnelles pour accompagner les collaborateurs dans leur mobilité interne.

### Illustrations :

#### Règles de développement pour la mobilité interne

Carrefour a mis en place de 4 nouvelles règles clés pour développer la mobilité interne chez Carrefour France :

- publication de 100 % des postes Carrefour sur son site EDB,
- les offres sont réservées aux collaborateurs internes pendant 3 semaines,
- validation automatique de la mobilité des collaborateurs s'ils ont plus de 2 ans d'ancienneté dans leur poste actuel,
- délai maximum de mutation interne d'un mois pour les employés, de deux mois pour les agents de maîtrise et de trois mois pour les cadres.



## Illustrations :



### Accord GPEC France

La Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC) a pour objectif de proposer des espaces de mobilité et d'évolution de carrière professionnelle pour les salariés du Groupe Carrefour.

Ainsi, la GPEC doit permettre, notamment par l'accès à la formation, l'adaptation professionnelle des salariés mais également leur reconversion et leur promotion par un recours si nécessaire à la mobilité interne et externe. À ce titre, l'accord Carrefour a pour volonté d'accompagner professionnellement les salariés face aux adaptations économiques et sociales de l'entreprise, et de prendre en compte les itinéraires et les projets professionnels des salariés liés aux évolutions des technologies, des organisations et des structures d'emploi.

La GPEC est structurée autour de 3 grands volets :

1. la mobilité interne, considérée comme un facteur central de l'évolution de l'employabilité des salariés Carrefour en ouvrant plus largement les mesures favorables de la **mobilité interne** à tous les métiers ;
2. pour les métiers sensibles, l'activation d'un ensemble de mesures favorables en matière de mobilité interne mais également externe. Il s'agit par exemple de la prise en charge de frais liés à la mobilité géographique, d'aides à la recherche de logement ou d'indemnités de déménagement ;
3. lors de projets de réorganisation spécifiques, limités dans le temps et concernant un groupe de salariés spécifiques par leur métier, leur localisation ou autres critères définis, **les négociations** sont effectuées dans les formats d'accord collectif spécifique sur la base de l'accord France.

En 2021, un avenant à l'accord GPEC du groupe a été signé. Il a pour objet d'accompagner la transformation des sièges et des fonctions supports de Carrefour en France en adaptant les outils de la GPEC socle. Il met en place un dispositif intitulé « Passerelles Sièges » permettant aux salariés éligibles de bénéficier des mesures d'accompagnement de la mobilité interne ou externe qui ont été négociées avec les partenaires sociaux.

Depuis 2019, Carrefour donne la possibilité pour ses collaborateurs de demander, à l'issue de **l'entretien de développement professionnel (ECC)**, un entretien de transition professionnelle s'ils envisagent un changement de métier, de lieu de travail, d'entité, de format, un départ en congé de fin de carrière ou en mobilité externe. Cet entretien permet au salarié d'échanger avec les référents mobilité sur ses souhaits de transition professionnelle et d'être informé sur les dispositifs dont il peut bénéficier dans le cadre de cet accord.

## 2.3. Un système de rémunération à long terme incitatif

La rémunération et les avantages sont attribués en fonction du poste occupé par l'employé, en tenant compte de ses compétences, son expertise, son expérience et ses performances. Toutes les formes de discrimination, notamment la distinction du genre, de la nationalité, de l'origine ethnique de la religion, de l'orientation ou l'identité sexuelle sont exclues (pour plus d'informations, nous vous invitons à consulter la fiche « rémunération juste et salaires décents »).

Depuis 2019, le Groupe a relancé des programmes de rétention long terme pour les contributeurs majeurs

à la transformation de l'entreprise. Il s'agit de plans d'attribution gratuite d'actions sous conditions de présence et de performance, dont la RSE et la transition alimentaire sont des critères majeurs. D'abord adressé aux deux plus hauts niveaux de management, le nombre d'attributaire a été élargi en 2021, en étendant le nombre de nouveaux talents attributaires qui ont une contribution majeure dans la transformation de l'entreprise. Pour ce faire, le Groupe a débloqué une nouvelle enveloppe d'actions à attribuer sur deux ans. En 2021, le plan a bénéficié à 690 talents, dont près de 80% sont hors du périmètre sénior management.



## 2.4. Être à l'écoute pour maintenir l'engagement des collaborateurs

La réalisation d'enquêtes auprès des managers du groupe permet de mettre en évidence les points forts de notre culture interne, leurs attentes prioritaires, leur état d'esprit ainsi que leur perception des points critiques pour le succès de Carrefour. Ce feedback est essentiel pour maintenir le dialogue, orienter nos programmes et engager notre organisation dans une démarche d'amélioration continue.

En 2021, Carrefour a initié le déploiement d'une nouvelle plateforme d'écoute permanente à l'échelle du groupe, afin de pouvoir plus facilement recueillir les avis de ses collaborateurs sur les sujets d'actualité du groupe et accroître sa réactivité quant aux actions à mettre en place. Cette plateforme a permis la réalisation d'une deuxième édition d'une enquête interne « all managers » menée pour la première fois en 2020 et d'apporter une analyse des priorités à traiter au sein des équipes.

## 3. Le développement des compétences des collaborateurs

### 3.1. Définition de nos plans et programmes de formation

La formation constitue une priorité pour le Groupe Carrefour. En plus des formations réglementaires, telles que celles sur la santé et la sécurité, les axes stratégiques de formation reprennent les thématiques majeures du plan de transformation « Carrefour 2022 ».

Depuis 2019, Carrefour a ainsi renforcé les dispositifs de formation dans ses différents pays d'implantation autour des quatre axes suivants :

- Le management.
- La transformation digitale.
- La transition alimentaire (et notamment les produits frais).
- La culture client.

Ces quatre axes sont appliqués sur l'ensemble des périmètres de formation.

Bien qu'il y ait certaines hétérogénéités de processus entre les différents pays du Groupe, des cycles annuels permettent d'identifier des besoins individuels de tous les employés et de management qui sont remontés des équipes opérationnelles, par le management et par les Comités carrière. Des plans de formation sont dès lors mis en place et déployés tout au long de l'année suivante. Au quotidien, les besoins en formation des employés peuvent donc être remontés par les lignes managériales du Groupe ou par les employés eux-mêmes. Ces remontées se font ainsi en continue et sont indépendantes des cycles de remontées structurés annuellement : cela vaut pour l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

La culture d'organisation du Groupe Carrefour favorise également, en plus des processus formels et structurés de formation, l'échange et le partage. A ce titre, une grande partie de la formation de nos collaborateurs est intégrée par l'acte managérial

en Pair-à-Pair. C'est en confrontant l'ensemble des besoins en formation de ses collaborateurs avec les contraintes budgétaires de chaque pays, que le Groupe détermine les budgets consacrés à la formation.

## Illustrations :

 En **France**, l'Académie Carrefour a été créée en 2021 afin de donner une meilleure visibilité aux collaborateurs sur l'offre de formation et renforcer l'égalité des chances au sein du groupe. Cette nouvelle organisation multi-format sans murs se compose de 5 écoles spécialisées : l'école des alternants, l'école des métiers, l'École des leaders, l'institut management M.FOURNIER et l'école de la santé et la sécurité. et offre des opportunités de formations à destination à toutes les catégories de collaborateurs.



 **Carrefour France** propose un dispositif d'accompagnement sur la maîtrise de compétences « socles » professionnelles et extra-professionnelles (certification CléA). Il développe et reconnaît la communication en français, le raisonnement mathématique, la communication numérique, le travail en équipe, le travail en autonomie, la capacité à apprendre les gestes et postures, la sécurité et l'hygiène.

 En **Italie**, Carrefour Life Education, une plateforme digitale de formation, accessible à partir de tous types d'appareils, a été rendue accessible à tous les salariés et les collaborateurs des Franchises du groupe.

## 3.2. Des plans de formation spécifiques au management pour s'adapter aux enjeux de « Carrefour 2022 »

La manière dont nous construisons de la valeur change radicalement à l'ère du digital, et le management doit donc s'adapter rapidement. Chez Carrefour, une attention particulière est portée à la montée en compétences des managers et de leurs équipes. Des programmes innovants et engageants sont mis en place.

Les programmes de formation de management en France ont été mis à jour en 2019 sur la base des actes managériaux afin de répondre au mieux aux besoins de développement des managers pour accompagner la transformation du Groupe. Dans un contexte d'accélération rapide, le Groupe s'engage en effet dans le développement de ses cadres à responsabilités en les encourageant à devenir des ambassadeurs de la transformation qui contribuent pleinement au déploiement de la stratégie Carrefour à tous les niveaux.

Les cadres dirigeants du Groupe bénéficient d'un suivi personnalisé. Les besoins en formation et compétences de chacun sont déterminés lors des évaluations individuelles de développement (tests psychométriques, etc.), puis discutés avec chaque cadre exécutif. D'autres vecteurs de remontées de ces besoins en formation existent : le vecteur collectif, et le vecteur individuel (lorsqu'un collaborateur se tourne directement vers l'Université de Carrefour par exemple).

L'Université Carrefour a renforcé son offre de formation en l'alignant parfaitement au plan de transformation « Carrefour 2022 ». L'objectif est de permettre à un cadre à responsabilités de comprendre les évolutions technologiques et sociétales, leur impact sur la grande distribution et sur l'entreprise, d'appréhender précisément la stratégie de l'entreprise et de l'intégrer dans son périmètre d'action, et enfin, d'embarquer ses équipes dans la stratégie de l'entreprise et dans les différents projets de transformation. L'Universi-

té Carrefour propose ainsi un environnement riche où échanger des idées et des pratiques exemplaires dans un contexte international avec des leaders de tous les pays du Groupe. L'engagement de l'Université Carrefour est de construire un écosystème ouvert et disruptif d'apprentissage et de développement permanent, en encourageant l'expérimentation, la mise en relation et le partage des connaissances, permettant à chaque cadre de Carrefour de se développer individuellement et en équipe.

Des nouveaux programmes de développement du management et plus spécifiquement des cadres dirigeants du Groupe ont été mis en place afin d'accélérer la transformation du Groupe tels que :

- Des programmes de gestion des cadres dirigeants à destination des cadres à fort potentiel, notamment le programme Next Generation. Ce programme est conçu pour aider les futurs leaders à développer de solides compétences de leadership, à renforcer leur capacité à penser de manière stratégique et à mettre en œuvre ces stratégies dans un contexte économique complexe, marqué par la révolution numérique, des attentes de plus en plus fortes de la part des consommateurs et une concurrence accrue ;
- Les parcours de management multiformat Manage for change et Manage for lead à destination des primo managers et des managers confirmés. L'objectif principal est de les amener à piloter la performance de leurs équipes en lien avec les priorités stratégiques de l'entreprise, tout en adoptant eux-mêmes une posture d'acteur du changement et de leadership ;
- Les programmes de coaching et de mentoring individuel, dans la langue du collaborateur ;
- Les webinars des bonnes pratiques, une initiative internationale qui consiste à réunir une fois par mois, des cadres dirigeants des différents pays afin de partager une bonne pratique.

## 3.3. Les formations relatives à la transformation digitale

L'innovation digitale est au cœur des réflexions de Carrefour depuis quelques années. Le Groupe se donne même pour ambition d'être un leader mondial du Digital Retail avec une stratégie fruit de la transformation profonde du Groupe conduite depuis 2018, fondée sur une approche « data-centric, digital first ». Tous les pays développent des programmes ou des outils pour permettre aux collaborateurs de mieux appréhender l'environnement et la culture numériques. À titre d'exemple, le Groupe a engagé en 2018 un partenariat avec Google et d'autres grandes entreprises, qui contribue à l'accélération de la culture digitale du Groupe. D'ici 2024,

l'ensemble des collaborateurs du Groupe bénéficiera de formations dédiées au digital (soit environ 100 000 personnes par an), au sein de sa Digital Retail Academy en partenariat avec Google.

Le Groupe a procédé en 2019 à une refonte complète de sa plateforme LMS (Learning management system), afin de la rendre multi format. Le contenu des e-learning a été totalement revisité afin de mettre à disposition des collaborateurs de nouvelles formations sur mesure ancrées dans la stratégie du Groupe, au service de sa transformation digitale et de son engagement en faveur de la transition alimentaire pour tous.

Une campagne de communication a été réalisée afin de promouvoir ces nouveaux programmes, au travers notamment d'une newsletter envoyée de façon mensuelle à l'ensemble des collaborateurs Carrefour.

Par ailleurs, afin de fluidifier les échanges et encourager l'innovation, Carrefour va mettre à disposition de l'ensemble de ses collaborateurs la plateforme de communication Workplace from Meta (Facebook).

## Illustrations :



**France** - Afin d'accompagner le développement et la consolidation des compétences de nos collaborateurs Carrefour dans la maîtrise de l'écosystème Google Workspace, un Parcours de Formation dédié a été lancé en 2021 avec une mesure de la progression en continu. Ce dispositif a été déployé dans un premier temps, auprès des collaborateurs des Sièges. Il s'intégrera comme un pilier de la Digital retail Académie et sera étendu aux collaborateurs des magasins en 2022.



**Espagne** - Sherpa : Un Projet de transformation digitale du back office grâce à l'utilisation de l'outil SAP a été initié en 2020 et étendu tout au long de l'année 2021. Plus de 1500 collaborateurs ont été formés sur ce dispositif, l'objectif pour 2022 étant un déploiement dans tous les magasins.



**Carrefour Roumanie** a instauré les TechDays, une série de 7 webinars sur la transformation digitale avec la participation de partenaires tels que Google, et Facebook et nommés une communauté de 50 "Digital Captains" des volontaires pour former leurs collègues sur l'utilisation d'outils numériques comme la G-suite par exemple.



**Belgique** - Digital Academy : des modules de formation, en e-learning, en présentiel, ou en format de coaching diffusent l'évolution numérique des métiers et de Carrefour, et permettent aux collaborateurs de développer leurs profils digitaux ;



En **Italie**, la Digital Academy permet aux collaborateurs occupant des postes clés d'accompagner le développement des compétences digitales. Elle s'articule autour de 4 piliers majeurs: la prise de décision orientée "data", la bureautique, les tendances du digital et le marketing numérique. En outre, un groupe d'environ 90 "Digital Ambassadors" a été nommé pour accompagner la transformation digitale.

## 3.4. Les formations relatives à la transition alimentaire pour tous et les produits frais

Carrefour consacre des moyens importants à la formation de ses collaborateurs. Les produits frais et la transition alimentaire font partie des sujets prioritaires sur lesquels le Groupe investit pour accompagner le déploiement d'Act For Food. Ainsi, dans chaque pays des dispositifs de formations spécifiques aux produits frais ont été mis en place. Au Brésil, une quarantaine de collaborateurs experts forment continuellement toutes personnes manipulant des produits frais au sein d'une école technique dédiée. En 2021, l'École des PFT, une école dédiée à la formation des professionnelles des métiers de bouche a continué à se développer au sein du groupe. L'Argentine a lancé sa troisième édition et la France a créé son École des PFT avec 5 parcours certifiants. Carrefour Espagne est également doté d'un dispositif de formation régional dédié aux produits frais ainsi que des formations de découpe des viandes pour les professionnels de la boucherie.

Un accent fort est également placé sur le renforcement des compétences autour de la transition alimentaire. En Pologne, par exemple, des formations et des webinars ont été diffusés autour du Bio. En Espagne, des modules de e-learning dédiés à la nutrition ont été intégrés au catalogue accessible à tous les collaborateurs pour apprendre les bases de l'alimentation équilibrée. En Italie, une Académie mise en place avec les fournisseurs permet aux apprenants de mieux connaître les produits et les processus de production notamment en lien avec la filière qualité Terre d'Italia. En France, de nombreux modules e-learning sont proposés, notamment sur la Filière Qualité Carrefour, l'hygiène & la qualité ou encore la pêche durable. La Roumanie propose des formations qualité & sécurité alimentaire. En 2021, 11,6% des collaborateurs du groupe ont participé aux programmes de formation sur la transition alimentaire, contre 4% en 2020.

## Illustrations :



En **Pologne**, le module de formation sur la boulangerie BIO a été suivie par plus de 600 collaborateurs en 2021.



En **Espagne**, Carrefour et l'Université San Pablo CEU ont collaboré pour créer la « Chaire Carrefour de l'Alimentation et de la Nutrition » dans le but de valoriser des projets de recherche, des actions de formation pour ses collaborateurs et des actions de sensibilisation dans le domaine de l'alimentation et de la nutrition.



En **Argentine**, des Défis de la Transition Alimentaire animés par les Super héros ont eu lieu autour de tous les aspects de la transition alimentaire tels que le "Zéro Déchet", le "Zéro Plastique", l'alimentation saine, produits et initiatives de consommation responsable à l'interne comme à l'externe .

## 3.5. Les formations relatives à la culture client

L'écoute du client et l'anticipation de ses besoins et de son parcours sont prioritaires pour tous les collaborateurs du Groupe Carrefour, quels que soient leurs métiers. Dans l'univers multicanal et dans le secteur de la grande distribution en profonde transformation, ces sujets nécessitent un effort continu de formation et d'information.

L'approche client de Carrefour s'articule autour de trois grands piliers (confiance, service, proximité) et repose sur le suivi scrupuleux des KPIs (Key Performance Indicators), notamment le Net Promoter Score® (NPS®), outil d'analyse de la satisfaction client, généralisé en 2019. Dans cette optique, Carrefour a mis en œuvre des plans d'actions afin de renforcer la polyvalence des équipes en magasin et de réduire le taux de rupture, ainsi que des protocoles de détection, de suivi et de résolution rapide des réclamations. Pour accompagner cette démarche d'amélioration de la qualité de service et de la satisfaction du client, Carrefour a mis en place une plateforme qui permet à tous les collaborateurs du Groupe (magasins intégrés ou sièges) de consulter leur NPS et les verbatims associés. Le nombre de connexions a été multiplié par 6 en 2 ans, témoignant de la mobilisation des équipes autour de la satisfaction client et du NPS. Le NPS® a de plus été intégré à la rémunération variable de tous les cadres dirigeants du Groupe en 2019 et de l'ensemble des managers en France en 2020.

En 2021, en France la formation "Ambassadeur Culture Clients" vise à apprendre comment adopter la bonne posture vis-à-vis du Client et être un ambassadeur de Carrefour au quotidien, a été suivie 50 000 collaborateurs en 2021. De plus, 9 014 collaborateurs supplémentaires ont été formés sur les autres thèmes de la relation client ( contre 8 559 en 2020) : la mesure de la satisfaction client par le NPS® a progressé dans l'ensemble des implantations du Groupe.

## Illustrations :



**France** – programme « 100 % orientés clients et collaborateurs » : des milliers de collaborateurs en hypermarchés ont été formés à libérer les énergies des collaborateurs pour gagner la préférence de nos clients. Des actions de formations ont également été déployées sur le sujet dans les magasins Market ;



**Pologne** - En 2021, des tables rondes ont été organisées avec la participation de clients, de collaborateurs, de partenaires farnchisés et de fournisseurs autour du 555 client.



**Roumanie** : Dans le but de sensibiliser les collaborateurs à l'écoute des clients, des formations spécifiques ont été dispensées dans tous les formats portant sur "le NPS et la manière dont les clients nous perçoivent". Par ailleurs, tous les managers en hypermarché ont été formé à la résolution de conflits.



En **Argentine**, plus de 12 000 collaborateurs, soit plus de 90 % des équipes en magasins, ont été formés sur 2 modules, l'un sur le 555 client, l'autre sur les engagements de Carrefour auprès de ses clients.

# Notre organisation

## Périmètre

- L'attraction, le développement des compétences des collaborateurs sont des enjeux stratégiques qui concernent l'ensemble du Groupe ; les politiques liées à la diversité, l'attraction et la rétention des talents et au développement des compétences des collaborateurs sont ainsi déployées à l'ensemble des entités intégrées du Groupe. Certains engagements peuvent concerner plus particulièrement certaines entités :
- la signature en 2013 des WEPs (Women Empowerment Principles de ONU Femmes) par le Président-Directeur Général de Carrefour puis par les directeurs exécutifs de l'Espagne, de l'Argentine, du Brésil et de la Belgique ;

## Gouvernance

- Le pilier « Grandir et avancer ensemble » est l'engagement n° 1 du programme Act For Change du Groupe Carrefour
- Les ambitions du Programme Act For Change sont portées par l'ensemble des COMEX Pays du Groupe.
- Après un lancement lors du TOP 200 du Groupe en mars 2019, les plans d'actions ont été présentés par chaque COMEX Pays au DRH du Groupe.
- Les plans d'actions Act For Change font l'objet d'une revue mensuelle entre les DRH des différents pays et le DRH du Groupe.
- La Direction Talent Groupe, est responsable des programmes Graduates ainsi que de la gestion

de carrière du C200, une nouvelle catégorie de Directeurs exécutifs au sein du Groupe. Elle veille à ce que l'identification, le développement, la rémunération et la mobilité internationale de ces dirigeants ou futurs dirigeants évoluent en permanence avec la stratégie de l'entreprise et les défis qui attendent Carrefour. Ces orientations sont régulièrement communiquées au Comité Exécutif, notamment suite aux Comités carrière (pays et Groupe) durant lesquels les collaborateurs les plus performants sont détectés. Elle a aussi la charge de l'application des directives du Groupe et de la coordination des actions dans les pays pour cette même population.

## Méthodes d'évaluation de la performance

- La considération et le dialogue avec les employés sont des éléments essentiels pour créer un climat de confiance propice à la performance économique de l'entreprise. Afin d'accompagner le changement de culture de l'entreprise, Carrefour a introduit l'indicateur « Recommandation des Employés », un indicateur de l'engagement des collaborateurs.
- Des indicateurs de pilotage et de performance sont suivis en permanence par les services RH des différents pays afin de juger de la bonne application des politiques d'attraction, de rétention, de formation et de diversité du Groupe (exemples : promotions, recrutements internes et externes, programmes de développement, etc.)
- Dans le cadre d'une démarche volontaire pour favoriser la diversité, le Groupe déploie des certifications GEEIS (Gender Equality European) lui permettant d'évaluer et de piloter les actions qu'il met en place en faveur de la parité femmes-hommes.

## Actions à venir

Les actions de développement des compétences des collaborateurs, au cœur de l'engagement

« Grandir et avancer ensemble » du Programme Act For Change, sont amenées à se renforcer et à s'accroître dans les années à venir. Par exemple, la France souhaite renforcer ses actions en matière de mécatronique de compétences : ces dernières ont été proposées aux collaborateurs dès 2020. Les collaborateurs

s'investissent dans des entreprises sociales et des associations d'intérêt général. Les missions proposées font écho aux engagements sociétaux du Groupe en matière de lutte contre le gaspillage, de transition alimentaire et d'insertion par l'activité économique. Des missions en lien avec la crise sanitaire ont également été mises en place, comme le soutien scolaire aux enfants en difficulté ou l'aide aux personnes âgées ou vulnérables.



## Collaborations et partenariats

- Partenariat avec l'Organisation internationale du Travail (OIT)
- Charte BIT depuis 2015
- CEASE
- Orange Day auprès d'ONU Femmes France, depuis 6 ans
- Accord international entre Carrefour et UNI Global Union signé en octobre 2018

**Mécénat de compétences :** dans un contexte de crise sanitaire exceptionnel, Carrefour a souhaité renforcer en 2020 ses actions de mécénat de compétence. Répondant à la quête de sens et d'engagement de ses collaborateurs, Carrefour a mis en place des partenariats avec deux acteurs du mécénat de compétences. Le dispositif a été lancé en septembre 2020 pour une durée de 3 ans et il vise l'implication de plus de 250 salariés de différents départements en France. Les missions proposées s'accordent parfaitement avec les engagements sociaux du Groupe en matière de lutte contre le gaspillage, de transition alimentaire et d'insertion par l'activité économique. Des missions en lien avec la crise sanitaire ont également été mises en place telles que le soutien scolaire aux enfants en difficulté ou l'aide aux personnes âgées ou vulnérables. Les collaborateurs interviennent ainsi dans des entreprises sociales et des associations d'intérêt général portant des projets d'utilité sociale.

- **Vendredi**, entreprise sociale accompagnant les collaborateurs dans leur projet d'engagement via une plateforme où ils coordonnent les missions réalisées. Vendredi propose des missions courtes de quelques jours dédiés à une association (en moyenne 2 jours) dans le cadre de son programme « Engagement pour tous », ainsi que des missions longues de plusieurs jours ou semaines (25 jours en moyenne) dans le cadre de son programme « Carrière ».
- **Wenabi**, start-up sociale qui a pour but de dynamiser la solidarité en entreprise en proposant un outil collaboratif et simple avec des missions d'utilité générale auprès d'associations. La start-up Wenabi propose des missions pouvant aller d'une demi-journée à plusieurs semaines, réalisables individuellement ou en équipe, au travers de 3 programmes :
  - **coup de pouce** : participation à des missions ponctuelles accessibles à tous ;
  - **parrainage** : accompagnement de personnes de manières régulières sur le long terme ;
  - **partage des compétences** : mise à disposition des compétences et savoir-faire au service d'une association.
- Charte de la diversité
- Charte du réseau 1in3Women
- Charte BIT



[www.carrefour.com](http://www.carrefour.com)  
[@GroupeCarrefour](https://www.instagram.com/GroupeCarrefour)

Société anonyme au capital de 2 018 163 760,00 euros  
Siège social : 93, avenue de Paris — 91300 Massy  
652 014 051 RCS Évry