



Réponses aux questions écrites adressées par les actionnaires dans le cadre de l'Assemblée Générale du 24 mai 2024

Questions du Forum pour l'Investissement Responsable	1
Question de Madame Danielle Raucoules	30
Question de Monsieur Olivier Schulz	30
Question de Monsieur Jean Vey	30
Question de Madame Sarah Perez-Pariente	31
Questions de Monsieur Bruno Moutry	32
Questions de l'association Initiative Pour un Actionariat Citoyen.....	33
Question de Phitrust.....	34

Questions du Forum pour l'Investissement Responsable

Environnement

1. a) Pourriez-vous rappeler vos objectifs de décarbonation à horizon court, moyen et long termes sur vos trois scopes (en valeur absolue et en intensité) ?

Carrefour renforce de nouveau son ambition en 2024 à l'occasion de son Assemblée Générale. Carrefour s'engage à réduire ses émissions de Gaz à Effet de Serres sur les scopes 1, 2 et 3 d'ici 2030, afin de contribuer à l'effort collectif de limitation du réchauffement climatique à 1,5°C d'ici 2050. Ces objectifs prennent en compte les émissions directes et indirectes (scopes 1, 2 et 3) ainsi que la méthodologie FLAG (Forest, Land and Agriculture) pour les émissions du secteur agricole. Un dossier a été déposé auprès du SBTi pour approuver l'ambition du Groupe au regard d'une trajectoire 1,5°C à horizon 2030.

Réduction des émissions des magasins intégrés alignée avec une trajectoire 1,5°C (Émissions directes et indirectes issues des opérations) - Scopes 1 et 2

Le plan d'action du Groupe vise à réduire les émissions des activités directes du Groupe de 30% d'ici 2025 (vs. 2019), de 50% d'ici 2030 (vs. 2019) et de 70% d'ici 2040 (vs. 2019) - objectif aligné sur le scénario de 1,5°C.

Pour y parvenir, Carrefour met en œuvre les actions suivantes pour ses magasins :

- L'utilisation de 100% d'électricité renouvelable en 2030. Pour y parvenir, le Groupe donnera la priorité à la production sur site pour l'autoconsommation ou l'injection, puis au recours à des PPA (*Power Purchase Agreement*).
- La réduction des consommations d'énergie de 27,5% d'ici 2030 (vs 2019), soit l'équivalent de plus de 1 million de MWh par an et une réduction de 240 000 tonnes équivalent CO₂.
- La réduction de 50% des émissions liées à l'utilisation de fluides réfrigérants d'ici 2030 et de 80% d'ici 2040, notamment par le remplacement des fluides réfrigérants fluorés par de nouvelles installations utilisant du CO₂, en synergie avec la réglementation européenne F-Gaz.

Réduction des émissions indirectes liées aux activités en amont et en aval des activités propres - Scope 3

Carrefour s'est fixé l'objectif de réduire ses émissions liées aux activités indirectes (scope 3) de GES de 32% d'ici 2030, par rapport à 2019. Un dossier a été déposé auprès de l'initiative Science Based Targets pour approuver l'alignement de ces objectifs sur une trajectoire 1,5°C à horizon 2030.

Au vu des principaux postes d'émissions indirectes, Carrefour a structuré son plan d'action climat scope 3 autour des postes d'émission suivants qui représentent plus de 90% du scope 3 en 2023¹ :

¹ Ces chiffres prennent en compte une première estimation des émissions FLAG liées au changement d'usage des sols.

Synthèse des objectifs du Groupe alignés avec une trajectoire 1,5°C FLAG 2030 et part du scope 3 couvert²

	Part dans le total du scope 3	Réduction à 2030
TOTAL	90,9%	-32%
Achats de biens et de service - non FLAG	18,1%	-30%
Achats de biens et de service - FLAG	63,0%	-33,30%
Utilisation des produits vendus	9,0%	-27,50%
Franchises	0,6%	80% des magasins équipés de solutions bas carbone
Transport aval	0,2%	-27,50%
Engagement des fournisseurs	-	TOP100 engagés 1,5°C en 2026
Zéro déforestation	-	Plan d'actions pour les matières premières sensibles en 2025

Les objectifs du Groupe sont les suivants :

- Achats de biens et services : Réduire de 32% les émissions de GES liées aux achats de biens et services d'ici 2030 (vs 2019)
 - Réduire de 30% les émissions de GES liées aux achats de biens et services non FLAG d'ici 2030 (vs 2019),
 - Réduire de 33,3% les émissions absolues du scope 3 liées au secteur FLAG d'ici 2030 (vs 2019),
 - Mise en œuvre d'un plan d'actions de lutte contre la déforestation pour les matières premières sensibles d'ici 2025 pour les marques Carrefour. Les matières concernées sont le boeuf au Brésil, le bois et papiers et dérivés, l'huile de palme, le soja et le cacao.
 - Engagement des fournisseurs : le TOP100 fournisseurs aligné sur une trajectoire 1,5°C d'ici 2026, sous peine de déréférencement.
- Utilisation des produits vendus : Réduire de 27,5% des émissions de GES liées à l'utilisation des produits vendus, notamment la vente de carburant, d'ici 2030 (vs 2019),
- Transport aval : Réduire de 27,5% les émissions de GES liées au transport aval d'ici 2030 (vs 2019),
- Franchises : 80% des magasins équipés en technologies économes et bas carbone d'ici 2030,

Périmètre :

- Les engagements du Groupe Carrefour s'appliquent aux 8 pays intégrés du Groupe : France, Espagne, Italie, Belgique, Pologne, Roumanie, Argentine et Brésil.

² Objectifs en cours de révision par le SBTi - mai 2024.

- Les magasins franchisés dans les huit pays dans lesquels le Groupe opère sont également couverts par les objectifs du Groupe (“Achats de biens et services”, “Utilisation des produits vendus” et “Transport aval”).
- Concernant les scopes 1 et 2 des magasins franchisés (catégorie “Franchises”), cet objectif couvre les magasins franchisés dans les huit pays dans lesquels le Groupe opère ainsi que les partenaires franchisés internationaux.

Synthèse des engagements du Groupe Carrefour :

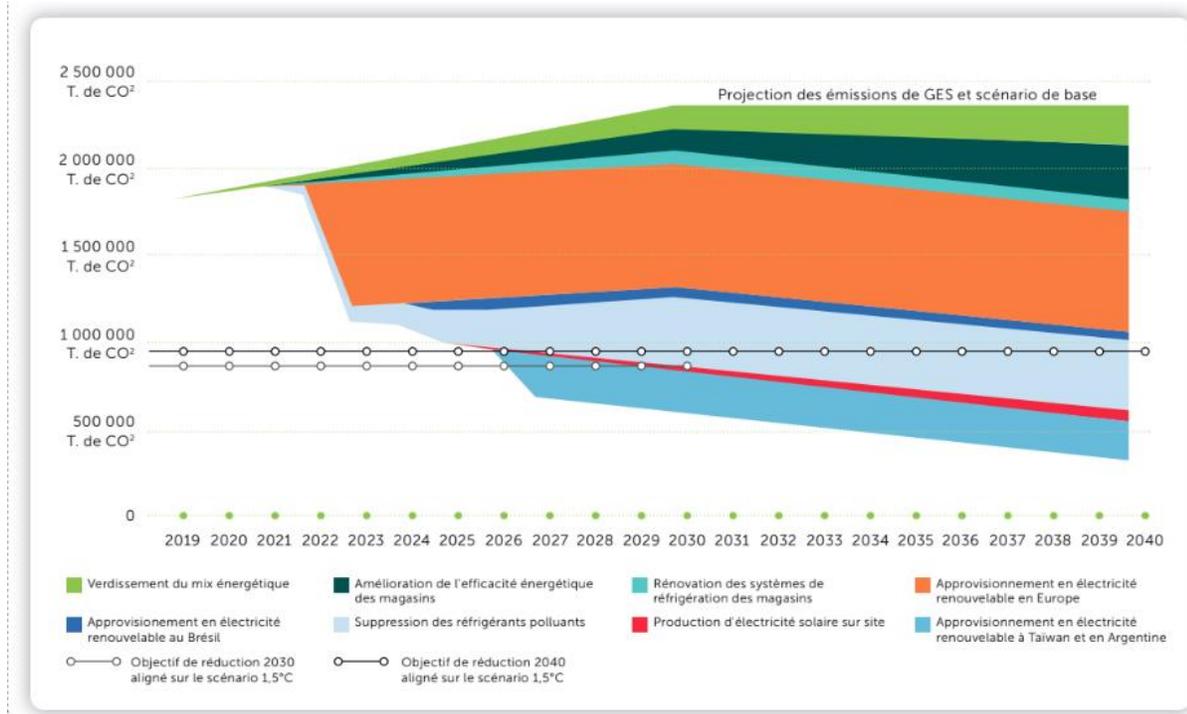
	Scope 1		Scope 2		Scope 3	
Engagement du Groupe	-30% en 2025, -50% en 2030, -70% en 2040 (vs. 2019)			-32% en 2030 (vs. 2019)		
Trajectoire	1,5°C		1,5°C		1,5°C	
Couverture de l’engagement (% des émissions totales en 2021)	100% des magasins intégrés		100% des magasins intégrés		90%	
Catégories couvertes par les engagements du Groupe (et répartition en % des postes d’émission au sein du scope en 2023)	Emissions directes des magasins intégrés :	%	Emissions indirectes des magasins intégrés :	%	Emissions indirectes :	%
	Émissions liées aux fuites de gaz réfrigérants	86	Emissions liées à la consommation d’électricité	100	Achats de biens et de service	81
	Émissions liées à la consommation de gaz (pétrole liquéfié et naturel)	9			Utilisation des produits vendus	9
	Émissions liées à la consommation de fuel pour les magasins	5			Franchises	0,6
				Transport aval	0,2	

2. Pour chacun de vos objectifs, explicitez les principales actions prévues permettant d’atteindre ces objectifs (merci de préciser le pourcentage de contribution à l’objectif de chaque action).

Réduction des émissions des magasins intégrés alignée avec une trajectoire 1,5°C (Émissions directes et indirectes issues des opérations) - Scopes 1 et 2

Le Groupe a défini en 2021 le scénario cible pour l’atteinte de son objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre de ses magasins. Ce scénario s’appuie sur une projection jusqu’en 2040 des émissions du Groupe, en se fondant sur les émissions actuelles et sur la croissance estimée du Groupe jusqu’en 2040 (Business as Usual + Projected Growth). Ce scénario décompose les différentes actions à mettre en place pour mettre en œuvre ses objectifs de réduction alignés avec une trajectoire 1,5°C.

Figure : Décomposition du plan d'action pour contribuer à la neutralité carbone à travers les magasins d'ici 2040



L'utilisation de 100% d'électricité renouvelable en 2030 en donnant la priorité à la production sur site pour l'autoconsommation ou l'injection, puis au recours de *Power Purchase Agreements* :

- le Groupe a accéléré l'équipement de ses magasins de centrales photovoltaïques (94 en Espagne, 14 en France, 13 en Pologne, 9 au Brésil, 6 en Belgique et 1 en Italie au 31 décembre 2023). En 2023, le Groupe a signé 4 *Physical Power Purchase Agreements* (portant sur des parcs éoliens et photovoltaïques) en France qui produiront dès 2024 environ 100 GWh par an, soit l'équivalent de la consommation de 29 hypermarchés. Le Groupe continuera son accélération sur la mise en place de ces contrats d'énergie verte dans l'ensemble de ses géographies.
- De plus, dans le cadre de son objectif Carrefour 2026 d'une production de près d'un TWh d'électricité par an dès 2027 sur les territoires France, Espagne et Brésil, Carrefour a, d'une part, sélectionné plusieurs partenaires pour la production d'énergie photovoltaïque sur plus de 500 sites en France, et a, d'autre part, préparé le lancement en Espagne de la sélection d'opérateurs. Le premier semestre 2024 sera consacré à la contractualisation des partenariats.

La réduction des consommations d'énergie de 27,5% d'ici 2030 (par rapport à 2019). Les investissements consentis (sous forme de dépenses d'exploitation et d'investissement) permettront de réduire la consommation énergétique de 20% d'ici 2026 et de 27,5% d'ici 2030 au niveau du Groupe. La France a atteint l'objectif de réduction de 20% dès 2023. Le Groupe vise à gagner en efficacité énergétique via 6 actions et technologies prioritaires recommandées dans ses magasins : rénovation des systèmes de production de froid commercial, installation de portes fermées sur les meubles de froid positif, usage de variateurs électroniques de vitesse, utilisation de compteurs divisionnaires, éclairage LED basse consommation et gestion technique des bâtiments (dont le pilotage de la climatisation, de la ventilation et du chauffage).

La réduction des émissions liées à l'utilisation de fluides réfrigérants. Le Groupe s'est engagé à remplacer les équipements froid par des installations fonctionnant au fluide naturel (CO2), beaucoup moins émissif, d'ici 2030 en Europe et 2040 dans les autres géographies. Chaque pays a constitué sa feuille de route du renouvellement de son parc : à fin 2023 sa mise en œuvre est en ligne avec les objectifs fixés pour 2030 en Europe.

Réduction des émissions indirectes liées aux activités en amont et en aval des activités propres - Scope 3

Carrefour met en œuvre un plan d'actions complet permettant de réduire ses émissions sur le scope 3. Les estimations du Groupe prévoient une inflexion en 2026 permettant de compenser la croissance organique observée depuis 2019 et entraînant une augmentation des émissions brutes. Cette inflexion permettra de réduire nos émissions à horizon 2030.

Plusieurs leviers ont été identifiés pour contribuer à la réduction des émissions de GES du scope 3 :

- l'engagement des fournisseurs pour respecter une trajectoire 1,5°C, la collaboration au sein du Pacte transition alimentaire et du projet 20 mégatonnes, et la mise en œuvre de projets en magasins. Fin 2023, 44% des fournisseurs du TOP 100 sont dotés d'une trajectoire 1,5°C. 306 fournisseurs sont membres du Pacte Transition Alimentaire et 80 fournisseurs sont inscrits sur la plateforme 20 mégatonnes.
- l'agriculture régénératrice permettant la mise en œuvre de pratiques agricoles bas carbone pour la production des matières premières prioritaires pour le Groupe, en particulier :
 - la viande, en priorité le bœuf, le porc et la volaille,
 - les céréales,
 - les fruits et légumes,
 - les produits laitiers,
 - le café,
- la lutte contre la déforestation pour les matières premières prioritaires : huile de palme, bois et papier, bœuf au Brésil, soja et cacao. Avec la prise en compte du standard FLAG, la lutte contre la déforestation aura un impact important sur la réduction des émissions du scope 3.
- le développement d'une alimentation plus végétale, en atteignant 650 M€ de chiffre d'affaires en 2026 et en accompagnant la transition vers davantage de protéines végétales d'ici 2030. A fin 2023, le Groupe réalise 514 M€ de ventes de produits à base de protéines végétales. Carrefour a également lancé une coalition internationale pour accélérer les ventes d'alternatives végétales avec 7 partenaires industriels.
- le développement d'une mobilité verte afin de réduire des émissions liées à la vente de carburants et l'utilisation des carburants par nos clients. À fin 2023, Carrefour a déjà réduit de -11% les émissions liées à l'utilisation par les clients des carburants vendus par rapport à 2019.

D'autres leviers sont également mis en œuvre même s'ils contribuent de manière peu significative, par exemple :

- réduction des emballages et consommation zéro déchets,
- valorisation des déchets et réduction du gaspillage alimentaire en magasins,
- réduction des émissions liées au transport aval,
- développement des circuits courts.

Pour plus de détail :

Périmètre prioritaire	Contribution 2030 vs 2019	Actions mises en œuvre	Engagements contribuant à l'objectif
Engagement des fournisseurs	-8%	Engagement des 100 plus gros fournisseurs internationaux du Groupe pour définir une trajectoire de réduction des émissions 1,5°C.	TOP 100 fournisseurs engagés sur une trajectoire 1,5 °C d'ici 2026 sous peine de déréférencement.
		Collaborer avec les fournisseurs, petits et grands, pour mettre en œuvre la transition alimentaire et favoriser des modes de consommation bas carbone.	500 fournisseurs engagés au sein du pacte pour la transition alimentaire et 20 mégatonnes économisées d'ici 2030.
Agriculture régénératrice	-8%	Décarboner la production des matières premières prioritaires pour le Groupe : <ul style="list-style-type: none"> - le boeuf, le porc, la volaille, et autres viandes (dont les croquettes), - les produits laitiers, - les oeufs, - les fruits et légumes, les céréales et le café, 	Mise en place de plans d'actions par matière première pour atteindre une réduction de -32% des émissions des achats de biens et services d'ici 2030 (vs 2019).
		Développer des partenariats avec les producteurs pour faciliter la transition vers des pratiques bas carbone.	50 000 producteurs partenaires d'ici 2026.
		Favoriser les labels écologiques (Bio, FSC, PEFC, etc.).	8 milliards d'euros de vente de produits certifiés durables d'ici 2026.
		Développer l'agriculture régénératrice et l'agroécologie au sein des Filières Qualité Carrefour.	100 % des produits issus des Filières Qualité Carrefour engagés dans une démarche d'agroécologie d'ici 2025.
Zéro déforestation (émissions FLAG LUC)	-4%		D'ici 2025, mise en œuvre d'un plan d'actions de lutte contre la déforestation pour les matières premières sensibles pour les marques Carrefour. Les matières concernées sont le boeuf au Brésil, le bois et papiers et dérivés, l'huile de palme, le soja et le cacao.
		Lutter contre la déforestation et développer les alternatives au soja pour l'alimentation animale.	D'ici 2030, 100% des productions sensibles pour la forêt font l'objet d'un plan de mitigation des risques.
Alimentation végétale	-3%	Engager les parties prenantes dans la transition vers une alimentation plus végétale (opérations commerciales, pacte de la transition alimentaire). Favoriser l'innovation et développer une offre complète.	Augmenter les ventes de protéines végétales en Europe pour atteindre 650 millions d'euros d'ici 2026.
Carburants et mobilité verte	-3%		Réduction de 27,5% des émissions de GES liées à l'utilisation des produits vendus d'ici 2030 (vs. 2019).
		Accroître les volumes de biocarburants. Encourager les modes de transport doux et l'utilisation de véhicules électriques.	Installation de 2 000 bornes de recharges électriques en France d'ici 2023.

Autres actions peu significatives	<1%	Amélioration de l'efficacité du transport aval. Modernisation de la flotte et développement d'une flotte de véhicules roulant au biométhane.	Réduction de 27,5% des émissions de GES liées au transport aval d'ici 2030 (vs. 2019).
		Réduire la production de déchets, garantir le tri des matériaux pour recyclage et zéro enfouissement.	100% de déchets valorisés d'ici 2025.
		Agir à tous les niveaux pour réduire le gaspillage alimentaire au sein de la chaîne de valeur, dans les magasins et chez les consommateurs.	50% de réduction du gaspillage alimentaire d'ici 2025.
Reste à réduire	-	D'autres actions sont à définir, les principaux leviers identifiés sont les suivants : <ul style="list-style-type: none"> - Chiffrage de l'impact des réductions d'emballages sur l'empreinte des achats de biens et services : 100% des emballages de marques Carrefour réutilisables, recyclables ou compostables en 2025 ; 300 M€ de ventes en vrac et réemploi en 2026. - Plan d'actions sur les produits non alimentaires et notamment les produits électroménagers, - Extension de la démarche de décarbonation de l'agriculture à d'autres matières premières. 	

3. Quelle est la part dédiée aux émissions négatives (absorption et stockage...), aux émissions évitées ou encore aux crédits carbone dans votre stratégie (à distinguer de vos objectifs de décarbonation) ?

La feuille de route du Groupe se concentre à horizon 2030 sur la réduction des émissions sur tous les scopes. Le recours à une stratégie de compensation, aux crédits carbone et la prise en compte d'émissions négatives ne fait pas partie de la stratégie du Groupe Carrefour à court terme (horizon 2030). A plus long terme, pour réduire l'impact des émissions qui n'auront pas pu être réduites, le Groupe priorise les projets de capture de CO2 au sein de ses chaînes d'approvisionnement.

4. Pourriez-vous associer un montant d'investissement nécessaire à chacune des principales actions déployées sur l'ensemble des trois scopes ? Merci de préciser l'horizon de temps couvert par ces investissements. Le plus souvent, l'information attendue ici est différente du montant de CAPEX/OPEX alignés avec la taxonomie européenne qui concerne seulement les investissements dans vos activités durables et non ceux pour l'ensemble de votre plan de décarbonation.

Au sein du groupe Carrefour, le Comité d'Investissement Groupe (CIG) valide les projets d'investissement. Afin d'assurer l'atteinte de son ambition climatique, le Groupe a construit une trajectoire CAPEX pour la mise en œuvre des actions de réductions des émissions GES d'ici 2030. Le CIG analyse l'impact climatique des projets par l'inclusion de critères spécifiques dans la planification des investissements. Les CAPEX principaux sont liés à la réduction des émissions de GES des magasins et ont déjà été planifiés. Ils concernent principalement l'installation de technologies de basse consommation (lampe LED, fermeture des meubles froids, variateurs de vitesse) et la transformation des systèmes de froid commercial pour l'utilisation de fluides naturels.

La plupart des objectifs du Groupe impliquent une transformation de la gestion opérationnelle permettant une réduction des coûts et une augmentation des revenus des magasins. L'engagement de CAPEX n'est

pas systématique pour atteindre nos plans d'actions. A titre d'exemple, les objectifs liés à la valorisation des déchets nécessitent un pilotage sur le terrain pour améliorer le tri et la revente des déchets et sont liés à une amélioration de la performance des magasins.

c) Sur quel(s) scénario(s) de référence votre stratégie de décarbonation est-elle basée (sur les trois scopes) ? Est-elle alignée sur un scénario 1,5 °C ? Est elle validée par un tiers indépendant (SBTi, ACT-ADEME...) ? Merci d'indiquer le nom du ou des scénario(s) et la ou les organisation(s) de référence (par exemple, AIE, GIEC, etc.).

À l'occasion de son Assemblée Générale du 29 mai 2020, Carrefour a annoncé de nouveaux objectifs, approuvés par la Science Based Target initiative (SBTi) menée par le CDP, le Global compact, le World Resources Institute (WRI) et le WWF®. Carrefour est ainsi certifié compte tenu de ses objectifs visant à maintenir le réchauffement climatique bien en-dessous de 2° C en 2 100 par rapport aux températures de la période préindustrielle. Cet engagement prend en compte pour la première fois les émissions liées aux activités indirectes du Groupe (scope 3) avec une réduction cible de 29% d'ici 2030.

Carrefour renforce de nouveau son ambition en 2024 à l'occasion de son Assemblée Générale. Carrefour s'engage à réduire ses émissions de Gaz à Effet de Serres sur les scopes 1, 2 et 3 d'ici 2030, afin de contribuer à l'effort collectif de limitation du réchauffement climatique à 1,5°C d'ici 2050. Ces objectifs prennent en compte les émissions directes et indirectes (scopes 1, 2 et 3) ainsi que la méthodologie FLAG (Forest, Land and Agriculture) pour les émissions du secteur agricole. Un dossier a été déposé auprès du SBTi pour approuver l'ambition du Groupe au regard d'une trajectoire 1,5°C à horizon 2030.

5. La prise en compte des risques, impacts, dépendances et opportunités liés à la biodiversité dans les activités des entreprises (internes, chaîne d'approvisionnement, produits, services aux clients...) est encore insuffisante. Mais le contexte et les outils (TNFD, SBTN, GRI...) progressent et les pratiques aussi.

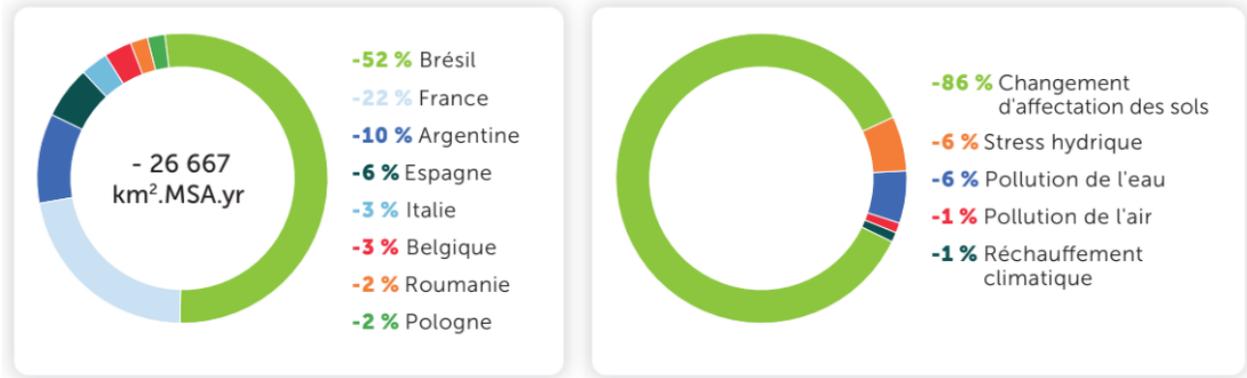
Si ce sujet peut apparaître comme peu matériel pour certains secteurs, nous pensons néanmoins qu'il mérite analyse de la part de tous.

a) Avez-vous réalisé un travail d'évaluation, de suivi et de réduction de vos dépendances et de vos risques, d'une part, de votre empreinte, d'autre part, mais aussi de vos opportunités (investissement dans des projets à impact net positif sur la nature, services en faveur de la biodiversité, etc.) en lien avec la biodiversité et la nature ?

Cette évaluation est-elle à jour et couvre-t-elle bien l'ensemble de votre chaîne de valeur (opérations directes, amont et aval) ? Dans le cas où celle-ci ne couvrirait qu'une partie de votre chaîne de valeur, envisagez-vous d'étendre le périmètre de cette évaluation ? Si non, pourquoi ?

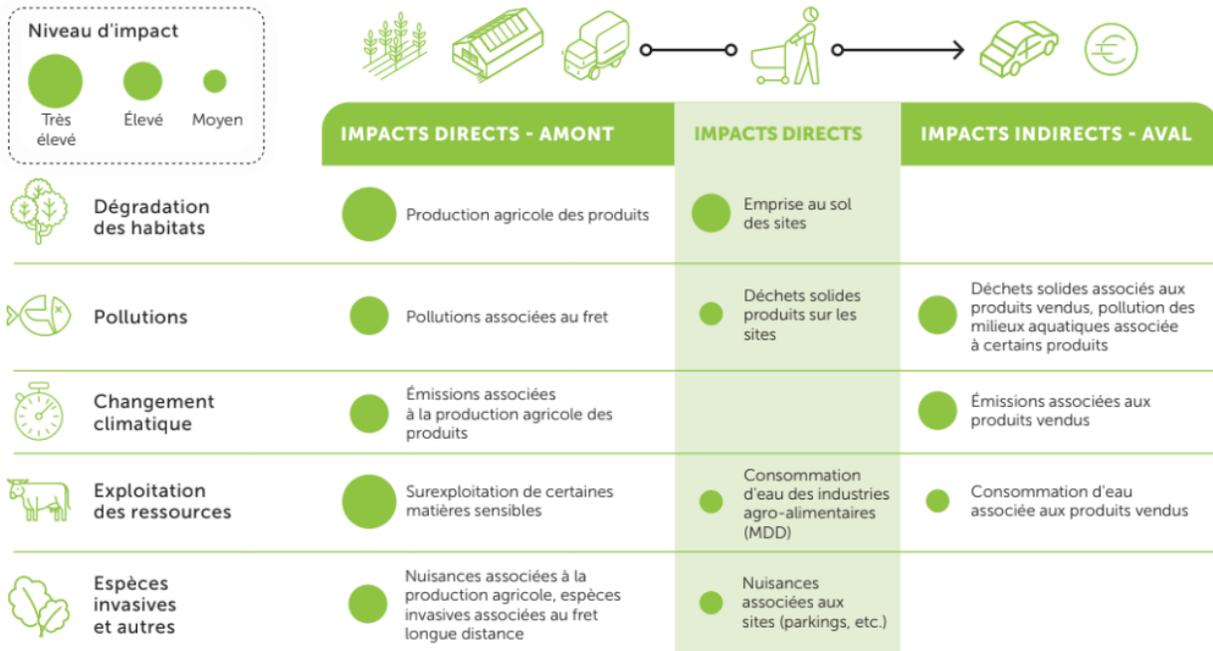
En 2022, Carrefour a procédé à une macro-analyse de ses impacts et dépendances à la nature, tout au long de sa chaîne de valeur et selon le niveau de risque associé. En 2023, Carrefour a approfondi ses travaux en analysant les impacts d'une quinzaine de matières premières sur l'ensemble de leur chaîne de valeur en France. Ces travaux s'inscrivent dans le cadre de l'engagement de Carrefour au programme *Science Based Target for Nature* (SBTn), ayant pour objectif d'accompagner les entreprises dans la définition d'objectifs ambitieux et basés sur la science en matière de climat et de protection de la nature, complété par un calcul d'empreinte biodiversité via l'outil *Corporate Biodiversity Footprint* (CBF).

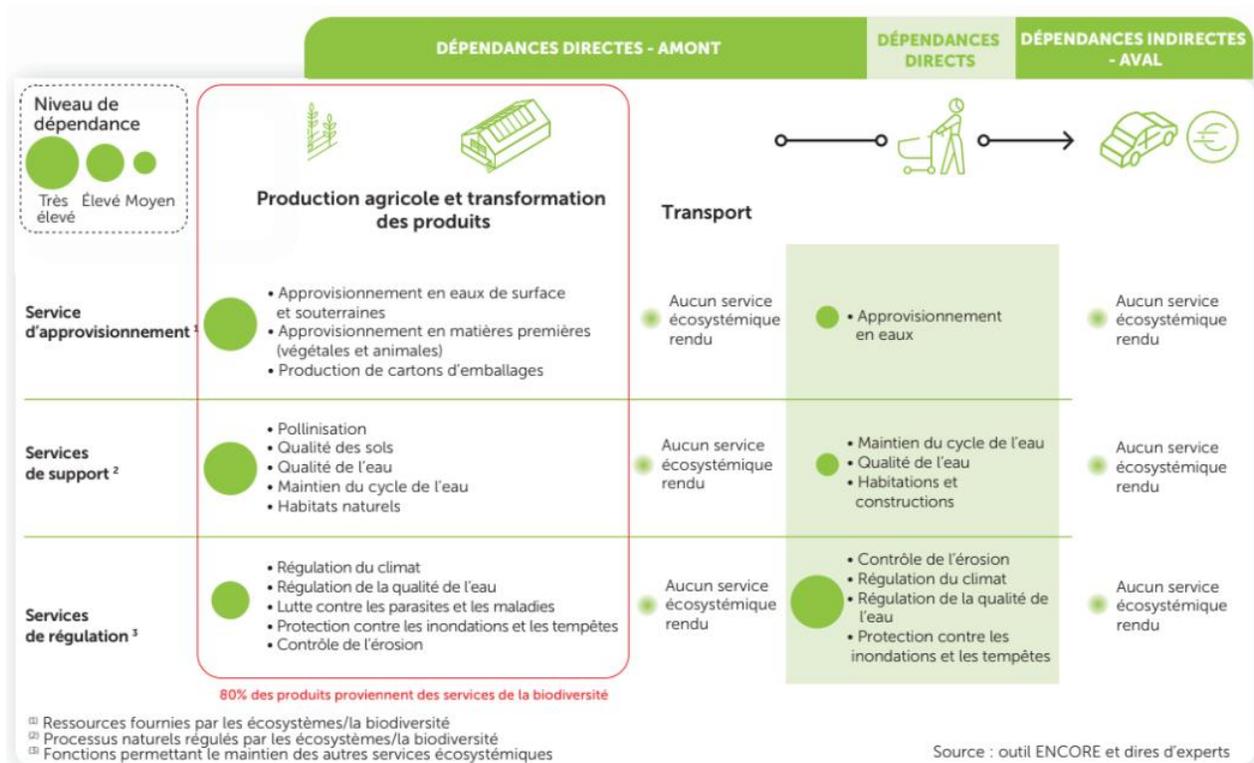
Représentation de l’empreinte biodiversité du Groupe par pays et type de pression



Cette empreinte biodiversité se base sur des données d’activité de Carrefour, des bases de données d’analyse du cycle de vie (facteurs de pressions) et des publications scientifiques sur des études empiriques, expérimentales ou des modélisations (fonction de dommage).

La cartographie illustre comment les activités du Groupe contribuent à chacun des cinq principaux facteurs de perte de biodiversité recensés par l’IPBES (*Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services*) : l’essentiel des impacts a lieu en amont ou en aval des opérations directes de Carrefour.





Carrefour a ensuite représenté une partie des travaux réalisés en 2023 : il présente les pressions exercées sur la biodiversité par plusieurs matières premières particulièrement impactantes selon le Science Based Target for Nature. Les impacts relatifs aux déchets solides et aux nuisances sonores, lumineuses, olfactives ou physiques associées à des activités humaines, résultent en une perturbation d'espèces, n'ont pas été approfondis dans l'approche méthodologique SBTn en raison du manque de connaissance sur ces pressions. Les produits pris en compte sont les produits alimentaires de grande consommation.

	Changement d'usage des terres et mers	Surexploitation des ressources	Changement climatique	Pollutions			Espèces envahissantes
			Émissions de GES	Pollutions de l'air	Pollutions de l'eau	Pollutions des sols	Dégradations biologiques
Huile de palme	●	●	●	●	●	●	
Soja	●	●	●	●	●	●	
Boeuf	●	●	●	●	●	●	
Cacao	●	●	●	●	●	●	
Produits de la pêche	●	●	●	●	●	●	●
Aquaculture	●	●	●	●	●	●	●
Coton	●	●	●	N/A	●	●	

- Impact moyen : inférieur à la médiane des produits alimentaires
- Impact élevé : supérieur à la médiane des produits alimentaires
- Impact très élevé : supérieur à 95% des produits alimentaires

Carrefour a défini des objectifs pour ces matières premières :

Matières premières	Objectifs	Résultat 2023
Huile de palme	100% d'huile de palme utilisée dans les produits de marque Carrefour certifiée durable et entièrement tracée (RSPO ségrégué)	95,3%
	100% d'huile de palme utilisée dans les produits de marque Carrefour certifiée RSPO ou équivalent	100%
Soja	100% des Filières Qualité Carrefour et autres produits clés à marque Carrefour utilisant du soja zéro déforestation pour l'alimentation animale	21,7%
Bois/papier	100% des ventes de produits aux marques de Carrefour, dans les 10 familles prioritaires, issues de forêts durables.	96,3%
Cacao	100% des tablettes à marque Carrefour conformes à la charte cacao durable du Groupe	31,6%
Boeuf brésilien	100% de fournisseurs de boeuf brésilien géo-monitorés et conformes à notre politique forêt ou engagés dans une politique ambitieuse de lutte contre la déforestation	100%
Evaluation des traders	100% des traders clés évalués	100%
	100% des traders clés en progrès pour être conforme à notre politique	33%

b) Publiez-vous les résultats de ce travail ? Dans le cas contraire, envisagez-vous de le publier ? Veuillez justifier votre réponse.

Envisagez-vous de vous appuyer sur des cadres volontaires tels que la TNFD, le SBTN, le GRI101... pour rendre compte des risques et opportunités liés à la nature ?

Ce travail a été publié dans la Déclaration de Performance Extra-Financière du Groupe, qui est intégrée au rapport annuel 2023. Toute cette étude sur la biodiversité précédemment décrite s'est basée sur la méthodologie proposée par le SBTN. Par ailleurs, en 2023, Carrefour a intégré le Target Setting Group du SBTN, un groupe de 17 entreprises mondiales, travaillant sur la préservation de la biodiversité et devant fixer leurs premiers objectifs au cours du premier semestre 2024.

Carrefour s'efforce de se conformer aux principaux standards de référence et réglementations relatives aux enjeux extra financiers. En particulier concernant la biodiversité, le Groupe suit les standards les plus complets et basés sur la science. À ce titre, Carrefour fait partie depuis début 2023 du "Target Setting Group" de l'initiative Science Based Target for Nature. Carrefour fait ainsi partie des 17 entreprises leader sur le sujet de la biodiversité à tester la méthodologie SBTn visant à : (i) évaluer ses impacts, dépendances et opportunités liées à la biodiversité, (ii) définir des objectifs basés sur la science permettant de respecter

les limites planétaires, (iii) mettre en place des plans d'actions robustes pour la protection de la biodiversité, (iv) mesurer ses progrès et en rendre compte. Dans le cadre de ce projet, Carrefour a réalisé un pilote sur le périmètre des produits contrôlés en France, qui permettra de définir une stratégie biodiversité ambitieuse à l'échelle du Groupe. Les premiers résultats de ce travail ont été publiés récemment dans le Document d'Enregistrement Universel 2023.

En complément du projet SBTn, une analyse des attentes relatives à la biodiversité du framework TNFD mais aussi des principaux questionnaires d'agences de notation (DJSI, CDP, etc) et de la réglementation CSRD a été menée en 2023. Cette analyse a permis de réaliser un mapping des attentes des différentes parties prenantes pour compléter le reporting du Groupe. Concernant la TCFD, 9 des 14 items sont déjà partiellement couverts par les publications du Groupe. Notre rapport thématique dédié à la biodiversité (voir la version 2022) est mis à jour en 2024 d'après le standard TNFD et sera publié en juin 2024. Carrefour s'engage dans une logique d'amélioration continue à compléter tous les ans ce rapport TNFD afin de répondre dans les meilleurs délais à l'ensemble des exigences (TNFD, CSRD et autres standards pertinents).

c) Publiez-vous ou envisagez-vous de publier des indicateurs quantitatifs pour rendre compte des risques et des opportunités que la biodiversité fait courir ou offre à votre société (valeur des actifs, passifs, ou investissements consacrés aux opportunités liées à la nature...) ? Si oui, lesquels et vous fixez-vous des objectifs ? Justifiez le choix de ces indicateurs. Si non, pourquoi ?

Comme mentionné précédemment, Carrefour a procédé au calcul de son empreinte biodiversité par pays et par type de pression et l'a publié pour la première fois dans son Document d'Enregistrement Universel (voir page 63). Cet indicateur, calculé dans le cadre du déploiement de la méthodologie SBTn, prend en compte les risques des activités de Carrefour la biodiversité. Le Groupe étudie également l'opportunité de publier des indicateurs soumis à condition comme les informations sur l'utilisation des terres ou la conversion dans le temps de l'occupation des sols.

3. a) Quelle est la place de l'économie circulaire dans la stratégie de l'entreprise ?

Critères à évaluer :

- **Objectifs (quantitatifs, ambitieux, périmètre)**
- **Ambition et qualité de la stratégie**
- **Liens faits avec les autres sujets développement durable (notamment décarbonation et biodiversité)**

La distribution a un rôle déterminant à jouer, pour innover, faire évoluer les pratiques et satisfaire les exigences des consommateurs, déjà acquis à la cause d'emballages recyclables ou réutilisables.

La distribution de biens en général et de produits alimentaires en particulier nécessite l'utilisation de grandes quantités d'emballages. Ces emballages, et en particulier les emballages plastiques, génèrent des impacts directs ou indirects sur la biodiversité, notamment lors de leur production (l'extraction des matériaux et la fabrication des emballages peuvent être sources de diverses pollutions) et de leur fin de vie (pollutions des milieux aquatiques en particulier).

En raison de son activité, Carrefour produit un volume important de déchets que ce soit dans ses magasins, ses centres logistiques et tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. La prise en charge de ces déchets varie en fonction des réglementations et habitudes d'achat dans les pays d'implantation.

Dans ce contexte, Carrefour souhaite mener la transition de son secteur vers une consommation plus sobre, mesurée et réfléchie des emballages présents dans ses magasins et utilisés pour ses produits.

Prenant en compte ces considérations, le Groupe a défini les objectifs suivants :

Thématiques	Objectifs	Cible	Périmètre
Approvisionnement durable	8 Mds de produits certifiés durables	2026	G8
Déchets	100% de déchets des magasins valorisés	2025	G8
Gaspillage alimentaire	50% de réduction du gaspillage alimentaire issu des magasins par rapport à 2016	2025	G8
Emballages	300 M€ de produits en vrac et consigne	2025	G8
	100% d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables pour les marques Carrefour	2025	G8
	30% de plastique recyclé dans les emballages plastiques pour les produits marque Carrefour	2025	G8

Concernant l'objectif déchets :

Au niveau de chaque magasin, Carrefour prévient la production des déchets liée aux emballages et aux publicités sur le lieu de vente, en lien avec ses fournisseurs. Le Groupe favorise le tri et la valorisation par des solutions innovantes (production de biométhane, et de compost avec les déchets organiques, mutualisation des collectes, etc.) A l'échelle globale, Carrefour participe au développement des filières de tri et de valorisation dans les pays où elles relèvent de la réglementation. Dans les pays non soumis à la réglementation, Carrefour prend part à la structuration de ces filières.

Concernant les objectifs gaspillage alimentaire :

Depuis plusieurs années, des solutions sont mises en œuvre en magasin pour améliorer la gestion des stocks et des commandes, pour promouvoir des dates courtes, proposer certains produits après leur date de durabilité minimale (DDM) et valoriser les produits abîmés afin de limiter la quantité globale de démarque. Ainsi, Carrefour propose - 30 % à - 60 % sur les produits à date courte et vend en tête de gondole dédiée et balisée, une liste définie de produits à DDM dépassée. Carrefour a aussi généralisé ses paniers Zéro Gaspi dans les rayons fruits et légumes. Les barquettes en carton contiennent 2 kg de produits non commercialisés pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Carrefour poursuit son action via l'application Too Good To Go qui propose des paniers de produits alimentaires invendus à petits prix. En 2023, 3 903 888 paniers ont ainsi été vendus en Europe. Ces solutions sont particulièrement plébiscitées par les clients dans le cadre de l'inflation car elles permettent d'acheter des produits de qualité à prix réduits.

Concernant les aliments écartés de la vente, en France et dans le monde, en étroite collaboration avec les associations, un processus est mis en place : chaque matin, les équipes trient les produits en rayons et fournissent les invendus sains et autorisés aux associations d'aide alimentaire locales, dans le respect de la chaîne du froid.

Concernant les objectifs emballages :

Le Groupe engage également ses fournisseurs avec le réseau du Pacte Transition Alimentaire, qui propose une plateforme d'échange de bonnes pratiques et de nouvelles opportunités de collaborations. En 2023, 306 fournisseurs sont membres du Pacte, pour un objectif de 500 fournisseurs en 2030. Ces derniers sont engagés sur un plan d'actions qui intègre la suppression des emballages de consommation inutiles, la réduction du volume des emballages et un étiquetage clair sur le recyclage.

Carrefour développe des parcours sans plastique dans ses magasins. Ainsi, au rayon Fruits et Légumes, les sacs bioplastiques ont été remplacés par des sacs en papier kraft dans plusieurs hypermarchés en France. Par ailleurs, le Groupe poursuit la substitution du plastique par des matières recyclables. En 2023, 20 738 tonnes d'emballages primaires ont été économisées depuis 2017.

Le Groupe encourage l'utilisation d'emballages réutilisables, notamment avec l'opération Apporte ton contenant, par exemple, il sensibilise les consommateurs pour les produits achetés aux rayons frais (poissonnerie, boucherie, traiteur, etc). Pour aller plus loin, Carrefour a développé les boîtes Inox : Le client achète directement en rayon sa boîte en inox en rayon traditionnel ; lors de son prochain achat et en utilisant sa boîte inox, le client bénéficiera de 10 cts de réduction s'il détient une carte de fidélité. En partenariat avec TerraCycle, Carrefour se positionne en précurseur du réemploi avec le lancement de Loop by Carrefour. Ce système permet aux consommateurs de rendre les contenants consignés, qui, une fois lavés, sont renvoyés aux fournisseurs pour être réemployés.

Pour favoriser le recyclage, Carrefour s'oriente vers l'amélioration de la collecte et du tri. À la suite de résultats prometteurs, deux bornes RVM (Reverse Vending Machine) supplémentaires ont été installées, l'une dans le magasin de Chartres et l'autre de Rambouillet pour collecter des bouteilles en PET en vue de leur recyclage. En 2023, Carrefour France comptait 71 RVM installées.

La stratégie économie circulaire a un impact direct sur l'empreinte biodiversité et climat du Groupe. Concernant la biodiversité, les engagements liés à l'économie circulaire ne sont pas chiffrés à date car les outils disponibles n'intègrent pas cette composante. Dans le cadre du projet SBTn, le Groupe s'est focalisé sur l'empreinte des matières premières agricoles et des sites. Concernant le climat, l'empreinte des emballages est prise en compte à la fois pour la production des emballages et leur fin de vie. La production des emballages représente environ 10 mégatonnes de CO2 (38% de l'empreinte liées aux achats de bien services non FLAG). Les émissions de GES liées à la fin de vie des emballages et aux déchets générés par l'activité sont peu significatives et représentent respectivement 0,2% et 0,6% du scope 3 du Groupe.

b) Quels sont les risques identifiés par l'entreprise liés aux ressources, les coûts induits et le montant des CAPEX et OPEX en faveur de l'économie circulaire ?

Critères à évaluer :

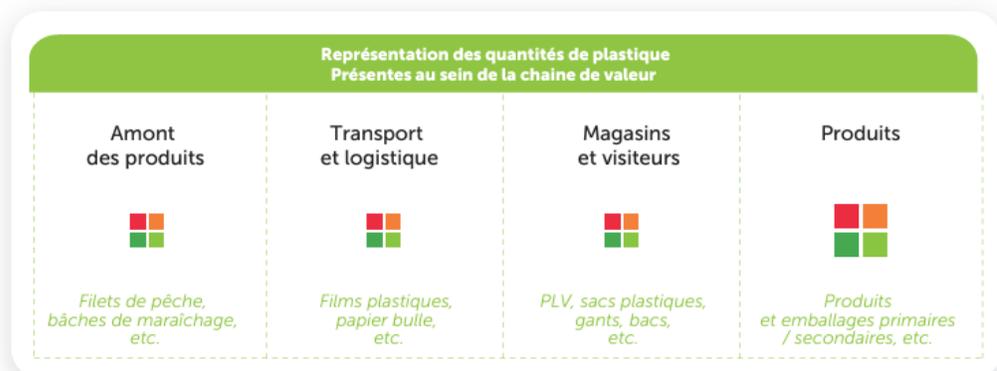
- **Identification des risques amont et aval (raréfaction, approvisionnement, difficultés d'accès, gestion des déchets, réglementation, etc.)**
- **Coûts financiers associés**
- **CAPEX et OPEX (en %)**

Carrefour a identifié des risques majeurs liés à l'économie circulaire : « Gaspillage et gestion des déchets » et « Éco-conception et circularité des ressources ». La manifestation de ces risques en amont, au sein des opérations et en aval est détaillée ci-dessous :

NATURE DU RISQUE	CHAÎNE DE VALEUR	RISQUES	OPPORTUNITÉS
Gaspillage et gestion des déchets Amont	Amont	Augmentation des coûts de production des produits due à des surcoûts chez le fournisseur liés à la gestion des déchets	Développement de nouveaux standards de production anti-gaspillage permettant de diminuer les coûts
	Opérations	Hausse des coûts relatifs au traitement des déchets non recyclés	Gains économiques liés à la vente de matières valorisables ou recyclables
		Amendes pour non-conformité aux réglementations relatives au traitement des déchets et du gaspillage alimentaire	Efficacité opérationnelle améliorée (gestion des stocks, de la démarque, traitement des déchets) et augmentation des revenus des magasins
Aval	Perte d'attractivité du modèle de la grande distribution liée à une mauvaise gestion des déchets et du gaspillage alimentaire	Augmentation des capacités de vente du Groupe grâce à des prix différenciés selon les dates limites de consommation. Développement d'une offre anti-gaspi, seconde main, réutilisable ou autre concept lié à l'économie circulaire.	
Ecoconception et circularité des ressources	Amont	Hausse des coûts d'approvisionnement des matières premières en raison de l'épuisement des ressources	Diminution des coûts d'approvisionnement par la réduction des quantités de matières/emballages et l'éco-conception
	Opérations	Perte d'attractivité et mise en cause du modèle de la grande distribution en lien avec l'usage abusif de certaines ressources	Développement de <i>guidelines</i> permettant la juste utilisation et valorisation des ressources et réduction des coûts des produits
	Aval	Hausse des attentes environnementales des consommateurs en lien avec les emballages, le plastique et l'économie circulaire	Développement des offres vrac et servicielles autour de la circularité et réparabilité

Carrefour a réalisé une macro-analyse des impacts relatifs aux plastiques, issus de son activité et l'activité de ses partenaires aux étapes clés de la chaîne d'approvisionnement, en prenant en compte les capacités de traitement des pays intégrés du Groupe. Les risques plastiques principaux sont identifiés sur les différentes étapes du cycle de vie des produits présentés dans la première partie de l'étude.

Chaîne de valeur de Carrefour





Fabrication du plastique

On peut estimer que 90% du plastique fabriqué puis utilisé pour l'activité du Groupe sont liés aux produits vendus, et 80% de ce plastique proviennent des emballages.

Impacts principaux liés à la fabrication du plastique : pollution des sols et des eaux lors de l'extraction du pétrole ; consommation d'énergie et émissions de GES lors de sa transformation en plastique ainsi qu'émissions polluantes dans l'air.



Fin de vie du plastique

Nous étudions ici les capacités de traitement et de recyclage des pays dans lesquels le Groupe opère au regard des quantités mobilisés dans chaque pays. Nous estimons globalement que le plastique fabriqué et utilisé dans l'ensemble de la chaîne de valeur est recyclé pour 20%, incinéré pour 38%, mis en décharge pour 56% ou diffus pour 6%. En effet, le taux de recyclage du plastique peut fortement varier localement, en particulier le plastique non issu de déchets ménagers : 1% au Brésil, 26% en France et 47% en Espagne. Ces 3 pays sont prioritaires pour le Groupe avec plus des 3/4 des volumes de plastiques produits.

Impacts principaux liés à la fin de vie des plastiques : pollution de l'air et émissions de GES lors de l'incinération du plastique en fin de vie, ou pollution des sols et des eaux en cas d'enfouissement ou de rejet dans la nature.



Microplastiques relargués

Des microplastiques peuvent être relargués à différentes étapes de la chaîne de valeur. Ils peuvent être relargués dans l'air, par l'usage de véhicule pour le transport de marchandises ou le déplacement des visiteurs. Ils peuvent également être relargués dans l'eau, par exemple par le lavage de vêtements.

Impacts principaux liés au relargage des microplastiques : pollution de l'air, des sols et des eaux.



Migration des substances toxiques

L'interaction prolongée du plastique avec des produits alimentaires liquides ou humides peut donner lieu à la migration de substances sensibles dans les aliments, notamment en lien avec la présence d'additifs. De rares produits non alimentaires peuvent présenter ce même risque de transfert.

Impacts principaux liés à la migration de substances toxiques : santé humaine par la migration de substances toxiques des plastiques d'emballage vers l'alimentation.

La gestion des risques et la mise en œuvre de nos objectifs ne requièrent pas nécessairement de dépenses d'investissement. La plupart des objectifs impliquent une transformation de la gestion opérationnelle permettant une réduction des coûts et une augmentation des revenus des magasins. A titre d'exemple :

- Les objectifs liés à la valorisation des déchets nécessitent une gestion sur le terrain pour améliorer le tri et la revente des déchets. Ils sont liés à l'amélioration de la performance des magasins.
- La réduction du gaspillage alimentaire permet de réduire la démarque inconnue, d'améliorer la gestion des commandes et des démarques, de valoriser les produits à date courte... Cela permet moins de déchets, plus de produits vendus et une meilleure performance pour les magasins.
- La réduction de la quantité d'emballages peut se traduire par des réductions de prix car moins de matières premières sont achetées.

c) Quelles sont les actions clés mises en place par l'entreprise pour circulariser son modèle d'affaires ? Quelle part du chiffre d'affaires cela représente-t-il ?

Critères à évaluer :

- **Intégration des différents piliers de l'économie circulaire (réduction de la consommation de la ressource/sobriété, éco-conception, approvisionnement durable, réemploi, démarche d'écologie industrielle et territoriale, recyclage, etc.)**
- **Passage à l'échelle d'initiatives ou de projets d'économie circulaire**
- **% du CA lié à des offres économie circulaire (ou tout autre indicateur pertinent sur l'économie circulaire)**

Voir question 3.a pour les objectifs, actions, résultats et indicateurs existants, ainsi que pour l'intégration de piliers de l'économie circulaire à la stratégie du groupe. Les pilotes conduits sont également décrits en question 3.a. Ils visent à permettre au groupe de déterminer les modèles d'affaires pertinents pour déploiement.

Social

4. a) **En France, la loi « Climat et résilience » du 22 août 2021 et l'accord national interprofessionnel (ANI) sur la transition écologique et le dialogue social du 11 avril 2023 ont étendu les prérogatives environnementales du CSE et renforcé le rôle des représentants de proximité. Au cours des douze derniers mois, quelles initiatives sont susceptibles d'illustrer significativement une évolution dans le fonctionnement de ces instances au sein de votre groupe suite à ces dispositions ?**

Dans le cadre de ses prérogatives environnementales, le CSE est désormais informé et consulté sur les conséquences environnementales des mesures affectant l'organisation, la gestion et la marche générale de l'entreprise.

Au cours de consultations régulières sur les orientations stratégiques de l'entreprise, la politique économique et financière de l'entreprise et la politique sociale, l'emploi et les conditions de travail, il est également informé des conséquences environnementales de l'activité.

Au niveau du groupe Carrefour, l'accord relatif à la GEPP du 17 mars 2023 a confié à l'Observatoire des métiers, des compétences et de la transformation sociale un rôle prospectif sur les perspectives de transformation de l'activité de l'entreprise à moyen ou long terme, du fait notamment de la transition écologique.

Enfin, de façon volontaire, dans le cadre du CICE (Comité d'Information et de Concertation Européen), Carrefour présente régulièrement ses objectifs, plans d'action, et résultats aux représentants du personnel des pays européens.

- b) Dans le cadre de ces nouvelles prérogatives, la formation et l'expertise des partenaires sociaux sont fondamentales. Avez-vous développé récemment ou avez-vous prévu dans un proche avenir des programmes spécifiquement dédiés aux partenaires sociaux pour renforcer leur expertise en matière environnementale qui aillent au-delà des obligations légales ?**

Les membres titulaires du CSE élus pour la première fois bénéficient, dans nos sociétés d'au moins 50 salariés, d'une formation économique qui porte notamment sur les conséquences environnementales de leur activité. Elle est renouvelée après quatre ans d'exercice du mandat, consécutifs ou non.

Il est également possible pour les salariés appelés à exercer des fonctions syndicales de bénéficier d'une formation économique, sociale, environnementale et syndicale. Dans ce cadre, un congé est attribué au salarié afin qu'il puisse suivre les sessions et stages dans des organismes liés aux confédérations représentatives au niveau national et interprofessionnel ou dans des instituts spécialisés. Le nombre de jours disponibles varie en fonction de la taille de l'entreprise.

Par ailleurs, les membres du CICE (syndicats Groupe) feront l'objet le 28 mai 2024 d'une formation à l'atelier 2 Tonnes. Cette formation consiste en un atelier immersif qui mise sur l'intelligence collective pour explorer le futur, agir collectivement pour le climat, et réaliser sa propre empreinte carbone.

c) Les accords-cadres internationaux sont des dispositifs qui renforcent la qualité des relations sociales au sein d'un groupe. Votre groupe dispose-t-il d'un accord-cadre qui dépasse le périmètre de l'Union européenne ? Si oui, comment y avez-vous intégré la question de la transition écologique et, plus largement, les questions environnementales ? Si non, un tel projet est-il envisagé ? Dans tous les cas, sur vos cinq principaux marchés géographiques en dehors de la France, pouvez-vous lister des initiatives majeures faisant ressortir un renforcement récent de l'implication des partenaires sociaux dans la politique environnementale de l'entreprise ?

UNI Global L'Union européenne a signé un accord-cadre mondial avec Carrefour, afin de promouvoir le dialogue social, la diversité et les droits fondamentaux du travail des 305 000 employés du détaillant multinational dans le monde, ainsi que des milliers de travailleurs de sa chaîne d'approvisionnement mondiale.

Cet accord-cadre mondial a été signé pour la première fois en 2001 et renforcé en 2015 et 2018 puis prolongé à nouveau en 2022 et jusqu'en octobre 2025 par Christy Hoffman, secrétaire générale d'UNI, et Alexandre Bompard, président-directeur général de Carrefour.

Il encourage un dialogue social constructif entre les deux parties et favorise la mise en œuvre des droits syndicaux des travailleurs par le biais d'un accord sur l'accès aux syndicats, y compris le partage d'informations avec les nouveaux embauchés, et la reconnaissance.

Le dernier accord comprend des ajouts visant à renforcer les droits des travailleurs, notamment :

- Un engagement entre UNI et Carrefour à travailler ensemble pour mettre en œuvre les principes de la Convention 190 de l'OIT sur l'élimination de la violence et du harcèlement dans le monde du travail.
- Un langage inclusif pour protéger les travailleurs de la discrimination en raison de leur orientation sexuelle ou de leur identité de genre.

L'accord respecte les principes de la négociation collective et comprend des clauses fortes sur la diversité, l'égalité des sexes, la prévention de la violence à l'égard des femmes et un environnement de travail sûr et sain.

Au fil des ans, l'accord mondial avec Carrefour a contribué à garantir de meilleures conditions de travail, une représentation syndicale plus forte et des négociations collectives dans les établissements Carrefour de nombreux pays du monde, notamment l'Argentine, la Colombie, la Corée, la Roumanie et la Turquie.

L'accord permet à l'UNI de participer aux réunions du CICE qui inscrit chaque année en plénière comme dans sa commission diversité et développement durable les questions environnementales et de les relayer dans toutes les entités adhérentes.

5. a) **Pour chacun des cinq derniers exercices, pouvez-vous indiquer, d'une part, le nombre d'actions rachetées (précisez aussi le nombre d'actions en contrats de liquidité) et, d'autre part, le nombre d'actions créées, ainsi que le nombre de titres auto-détenus au début et à la fin de chaque année ? Pour chacun de ces exercices, pouvez-vous ventiler : le nombre d'actions annulées ; le nombre d'actions allouées au titre d'actions de performance (ainsi que le nombre de bénéficiaires et leur proportion par rapport à l'ensemble des salariés du groupe) ; le nombre d'actions distribuées dans le cadre d'opérations d'actionnariat salarié (ainsi que le nombre de salarié.e.s éligibles, le nombre de bénéficiaires effectifs et leurs proportions par rapport à l'ensemble des salariés du groupe) ; autres utilisations (en précisant le détail) ? Pour vous aider à répondre, il est possible de remplir le tableau en Annexe 2.**

Ces éléments figurent chaque année au sein du chapitre 8 de notre Document d'Enregistrement Universel.

En 2023, un plan d'actionnariat salarié a été proposé à près de 335 000 collaborateurs en France et dans 7 autres pays, traduisant la volonté du Groupe de les associer dans des conditions privilégiées à la performance de l'entreprise et de leur permettre d'accompagner Carrefour dans ses engagements en matière de RSE, au travers du financement de projets sociaux et environnementaux.

Plus de 30 000 salariés sont ainsi devenus actionnaires du Groupe, soit 15 % de l'effectif mondial. En France, 30% de l'effectif a adhéré au plan.

- b) **Dans le cadre des plans d'attribution d'actions de performance, et lorsque cela s'avère pertinent, comment « neutralisez-vous » les effets des titres auto-détenus ou annulés pour le calcul de l'atteinte des objectifs ?**

Nous ne sommes pas certains de comprendre votre question dans la mesure où les critères historiques des plans d'actions de performance sont la progression du résultat opérationnel courant, la croissance du *free cash flow net*, le TSR boursier et la Responsabilité Sociale de l'Entreprise.

- c) **Quels montants d'investissements (R&D et capex) avez-vous réalisés au cours des 5 derniers exercices (année par année) ? Quels montants de capital avez-vous rachetés et annulés sur la même période ? Pour vous aider à répondre, il est possible de remplir le tableau en Annexe 3. Dans le cadre de l'approche globale du partage de la valeur, dimensionnez-vous le montant alloué aux rachats d'actions au regard du montant des investissements – en particulier ceux dédiés à la transition écologique – effectués par l'entreprise (élément indispensable à la création de valeur et à la pérennité de l'entreprise) ? Si oui, avez-vous des règles en la matière ? Si non explicitez la raison vous conduisant à ne pas considérer les investissements dans le cadre de la fixation des montants de rachats d'actions ?**

	2023	2022	2021	2020	2019
Montant d'investissement R&D	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.

Montant d'investissement Capex	1 850 M€	1 861 M€	1 626 M€	1 241 M€	1 725 M€
Montant de capital racheté	800 M€	750 M€	700 M€	-	-
Montant de capital annulé	95,2 M€	84,3 M€	104,3 M€	-	-

Le Groupe dispose aujourd'hui d'un modèle générateur de cash, lui permettant d'investir à la fois dans sa compétitivité, dans sa croissance future et de procéder à des rachats d'actions. Carrefour investit de façon prioritaire et significative dans ses opérations. Nous n'opposons pas le rachat d'actions aux investissements chez Carrefour. Le Groupe a alloué 1,85 Md€ aux investissements internes en 2023, et prévoit d'augmenter ces investissements à 2,0 Md€ par an d'ici 2026. Dans le digital, le Groupe a augmenté ses investissements de 50 % à 600 millions d'euros par an en moyenne. De plus, Carrefour a doublé ses investissements destinés à réduire sa consommation énergétique, les passant à 200 M€ par an de 2023 à 2026. Après avoir investi les montants adéquats dans ses opérations, le Groupe peut envisager de procéder à des rachats d'actions. Ces rachats font donc partie d'une politique d'allocation de capital équilibrée entre investissements et rémunération des actionnaires.

Par ailleurs, le Groupe considère le rachat d'actions Carrefour comme une opportunité d'investissement compte tenu de la sous-valorisation actuelle du titre, le cours de bourse ne reflétant pas, selon le Conseil d'Administration, la qualité intrinsèque de Carrefour et les résultats de la transformation menée depuis 2018. Je vous rappelle que le modèle de croissance de Carrefour repose sur un partage équilibré de la valeur : nous avons besoin de toutes nos parties prenantes et chacun doit trouver sa part dans la richesse produite par le groupe. Les dividendes (et rachats d'actions) viennent rémunérer le risque pris par les investisseurs qui nous accompagnent.

6. Le salaire décent peut-être défini comme : « La rémunération reçue pour une semaine de travail normale par un travailleur dans un lieu donné, suffisante pour assurer un niveau de vie décent au travailleur et à sa famille. Les éléments d'un niveau de vie décent comprennent la nourriture, l'eau, le logement, l'éducation, les soins de santé, le transport, l'habillement et d'autres besoins essentiels, y compris la provision pour les événements imprévus », définition de la coalition Global Living Wage. Le salaire décent est par ailleurs bien distinct du salaire minimum légal local.

a) Avez-vous adopté une définition du salaire décent telle que celle mentionnée ci-dessus ou équivalent ? Si oui, laquelle ? Avez-vous développé une politique/un engagement sur la question du salaire décent (Engagements publics, accréditation en tant que Living wage Employer...)?

Veillez noter que pour les questions restantes, nous recherchons spécifiquement des éléments liés au salaire décent que nous distinguons du salaire minimal légal local. Si vous n'avez pas pris d'engagement jusqu'alors veuillez passer à la question 7.

La politique de rémunération des collaborateurs au sein de Carrefour est définie par chaque pays, au regard du contexte, des pratiques et des enjeux locaux et des accords collectifs d'entreprise ou de branche qui encadrent ces sujets tout en s'assurant du respect des ambitions du Groupe applicables dans l'ensemble

des pays d'implantation. Elle tient compte également d'une réalité économique locale dans un secteur à forte intensité de main d'œuvre et à très forte intensité concurrentielle.

De façon plus large, Carrefour s'engage à respecter les droits de l'Homme et les libertés fondamentales de ses employés. Les parties renvoient pour la définition de ces droits et libertés fondamentales aux accords et conventions de l'ONU et de l'Organisation Internationale du Travail. L'accord, qui se réfère à ces conventions et les liste en annexe, renvoie à la définition contenue de celles-ci pour traiter des notions fondamentales.

Enfin, un travail de diagnostic se lance pour réaliser un état des lieux plus précis du niveau des rémunérations dans les différentes régions où le groupe est présent.

- b) Sur la base de votre définition du salaire décent, avez-vous commencé à calculer ce dernier et sur quelles méthodologies vous reposez-vous ? Si oui, dans quelle(s) région(s) et pour quel périmètre (salariés mais aussi les travailleurs indépendants, petits agriculteurs, etc... - ou/et salariés de vos fournisseurs) ? Quelle information publiez-vous à ce sujet ? Avez-vous identifié des écarts entre le salaire minimum et le salaire décent ?**

Le Groupe initie un travail de diagnostic sur les salaires dans ses pays intégrés sur un périmètre pilote. Ce travail de diagnostic démarre sur la France puis a vocation à se déployer sur les autres pays du Groupe.

- c) Pouvez-vous décrire les actions prises pour la mise en place d'un salaire décent ? (Ex : développer un management interne au sujet du salaire décent complété par des formations, engager avec les partenaires sociaux et/ou vos fournisseurs, amélioration des pratiques des achats, promouvoir la liberté d'association et la négociation collective...).**

Carrefour dispose de différents leviers d'actions pour s'assurer d'une rémunération juste chez ses collaborateurs, fournisseurs et franchisés.

- **Concernant ses collaborateurs**, chaque filiale de Carrefour organise ses négociations au sein d'instances chargées, au niveau de l'entreprise et dans le cadre défini par la branche, de fixer le niveau des revalorisation des rémunérations. Par ailleurs, chaque pays dispose de systèmes d'évaluation de la performance individuelle et collective permettant d'adapter la rémunération et les bonus/primes en conséquence.
- **Pour les fournisseurs locaux, nationaux et PME** : Carrefour contribue à l'essor des économies locales, dynamise les écosystèmes et territoires dans lesquels les activités du Groupe s'insèrent. Chaque magasin dispose de l'autonomie nécessaire pour adapter ses assortiments et sa gamme de services aux besoins locaux pour construire une relation de proximité avec ses clients. Carrefour a donc développé l'objectif de compter 50 000 producteurs partenaires d'ici 2026 en agriculture biologique, Filières Qualité Carrefour, producteurs régionaux et locaux.

Carrefour renforce constamment ses partenariats avec les entreprises locales dans tous les pays. Le Groupe privilégie notamment le développement des petites et moyennes entreprises au travers de la mise en place de plans PME. Les plans PME visent à renforcer la coopération de Carrefour avec les PME de tous secteurs, alimentaires et non-alimentaires. Finifac, société financière du groupe Carrefour, a notamment développé des solutions de crédit pour les PME et le monde agricole. Pour développer le commerce avec les PME, chaque pays a mis en place des échanges privilégiés et contrats spécifiques.

En France, pour faciliter ces partenariats, le Groupe a lancé un modèle de contrat ultra-local simplifié de deux pages et utilisable par tous les magasins. Les contrats avec ces partenaires garantissent entre autres un prix juste. Les producteurs partenaires bénéficient d'une relation privilégiée avec Carrefour, encadrée par un contrat pluriannuel spécifique avec des engagements sur le prix et les volumes, des conditions de référencement simplifiées sous 48 h et des paiements accélérés sous 7 jours. En 2023 en France le Groupe a réaffirmé son engagement avec la signature de plus de 3 200 contrats avec des PME locales ou régionales. Cet engagement sur 3 ans permet à tout type de fournisseurs d'obtenir une sécurité supplémentaire.

- **Pour les fournisseurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement** : Carrefour s'appuie sur différents leviers pour avancer sur les questions de salaire de subsistance comme la vente de produits commerce équitable et les audits sociaux réalisés chez les fournisseurs. De nombreux produits certifiés Max Havelaar ont ensuite rejoint les rayons des marques Alter Eco, Ethiquable, Lobodi, etc. 22 ans plus tard, Carrefour et MaxHavelaar ont conclu de nombreux engagements internationaux. En 2023, 122 millions d'euros de ventes de produits issus du commerce équitable ont été réalisées dans les magasins Carrefour dans le monde. Cette offre a généré près de 1,9 million d'euros en primes de développement pour les coopératives en complément du prix d'achat plus juste versé aux producteurs, qui ont financé des bourses d'études, des purificateurs d'eau, des écoles, une maternité, etc.

En matière de mise en œuvre d'un salaire décent, les règles d'achats de Carrefour prévoient des audits sur le respect du salaire minimum, le paiement des heures supplémentaires comme prévu par la loi, et la liberté d'association. Des feuilles de route spécifiques à ces trois thématiques ont été définies localement. Les performances sociales des fournisseurs sont suivies et contrôlées de manière régulière au travers des audits sociaux. Des plans d'actions correctives sont mis en place de manière systématique et sont suivis dans le temps. En complément des audits sociaux, Carrefour développe localement des projets, pour répondre aux enjeux spécifiques de ses fournisseurs. Plus de 80 % des non-conformités observées dans les usines des pays à risque chaque année concernent les trois sujets suivants : « rémunération, avantages et conditions », « santé et sécurité » et « durée de travail ». En 2023, 1 161 audits sociaux ont couvert des sites de production potentiels du Groupe. Sur tous les audits sociaux réalisés, 21% ont donné lieu à des alertes liées à la rémunération, aux conditions de travail et avantages.

- **Pour les franchisés** : Carrefour œuvre à ce que ses franchisés à l'international respectent les droits humains en annexant systématiquement à leurs contrats une charte pour la protection des Droits de l'Homme. Cette charte engage les franchisés à fournir aux travailleurs une rémunération en adéquation à leurs besoins fondamentaux. Cette rémunération doit au moins correspondre au salaire minimum fixé par la législation nationale du pays concerné ou, en l'absence de réglementation, doit permettre aux travailleurs d'avoir des conditions de vie décentes.

En signant cette charte, les franchisés s'engagent à faire respecter ces engagements par l'ensemble de leurs salariés, fournisseurs, sous-licenciés, sous-traitants ou sous-franchisés, selon les cas. Ils s'engagent également à mettre en place des contrôles afin de s'assurer du bon respect des engagements qui y sont associés. Il peut par exemple s'agir de visites d'observation des pratiques des fournisseurs en matière de conditions de travail faisant l'objet de rapports dédiés, permettant d'évaluer la conformité avec la charte, la mise en place de plans d'actions correctives si besoin à l'issue de la visite, ainsi que des visites de suivi le cas échéant.

Tous les partenaires et salariés de Carrefour ont accès à la ligne d'alerte éthique du Groupe (<https://ethics.carrefour.com/>). Ce système d'alerte couvre toutes les thématiques des Principes éthiques, notamment celle des droits humains. L'existence de ce dispositif d'alerte a pour ambition de permettre à Carrefour tant de prévenir les atteintes graves à ses Principes éthiques, que de prendre les mesures nécessaires en cas de manquement avéré. Ce système d'alerte fait partie des outils promus par les deux parties dans le cadre de l'accord signé entre Carrefour et UNI Global Union.

d) Comment mesurez-vous la mise en place des salaires décents pour vos salariés et fournisseurs ? Merci de donner le détail de la contribution d'audits externes éventuels dans le suivi.

La démarche est en cours de mise en place : il n'y a pas d'audit externe déployé à date.

e) Avez-vous identifié les obstacles susceptibles qui pourraient s'opposer au versement d'un salaire décent à vos salariés et aux salariés de vos fournisseurs (par exemple, dans un pays où les droits et les réglementations en matière de label sont moins stricts) ? Si oui, que faites-vous pour les atténuer ?

Concernant le niveau de rémunération minimum et son positionnement par rapport aux données externes établissant un revenu décent, l'étude en cours devra identifier les zones de progrès et déterminer les éventuelles actions à mettre en place.

Question bonus : Communiquez-vous les résultats de vos potentielles études et avez-vous mis en place un outil de lanceur d'alerte pour vos employés et fournisseurs ?

L'accord avec UNI Global Union a mis en place un mécanisme d'escalade en cas de différend sur les sujets couverts par cet accord. Par ailleurs, tous les partenaires et salariés de Carrefour ont accès à la ligne d'alerte éthique du Groupe précitée.

**7. a) Périmètre France : Combien y-a-t-il de fonds proposés à vos salarié.e.s hors actionnariat salariés dans vos plans d'épargne salariale ? Combien et quels fonds proposés à vos salarié.e.s sont labellisés responsables (merci de mentionner leur nom ainsi que le nom des labels associés) ? Quel est le montant des encours labellisés par fonds ?
Pouvez-vous également mentionner le montant des encours globaux et le montant des encours hors actionnariat non labellisés ?
Pour vous aider à répondre, il est possible de remplir le tableau en Annexe 4.
En moyenne, les montants de l'abondement proposés à vos salarié.e.s sur vos fonds labellisés sont-ils plus importants que ceux proposés pour vos autres fonds non labellisés hors actionnariat.**

Carrefour a été en 2022 le premier lauréat du Prix FIR de l'Épargne salariale. Ce Prix récompense les partenaires sociaux d'une entreprise ou d'un groupe pour la qualité du dialogue social dans le cadre de la mise en place et du fonctionnement d'un dispositif d'épargne salariale. Le Jury a porté son attention sur la gouvernance du dispositif et la qualité du dialogue au sein de celui-ci, sur sa cohérence et sur son aspect innovant, notamment sur les enjeux RSE.

Le FCPE CARREFOUR EQUILIBRE SOLIDAIRE dispose du label FINANSOL, il est classé Article 9 SFDR (les investissements ISR du portefeuille s'élèvent à plus de 90% de l'actif du FCPE).

Le poids de ce fonds est l'un des fonds solidaires le plus important en France en termes d'encours et bien supérieur à ce que nous observons sur le marché (cf annexe 1) :

Au 31/12/2023, l'encours de ce fonds représente 32% de l'encours global dans le dispositif (PEG +PERCOL), y compris fonds d'actionnariat et 36% de l'encours global, hors fonds d'actionnariat (cf annexe 2).

Natixis Interépargne et Mirova ont mis en commun leurs expertises dès 2002 pour créer la gamme Impact ISR, qui intègre à la fois une dimension socialement responsable et une recherche de performance financière. C'est également en 2002 qu'est créé le FCPE CARREFOUR EQUILIBRE SOLIDAIRE qui intègre à la fois une poche solidaire gérée par Mirova et une dimension ISR dont une part importante est confiée à Mirova. C'est alors le 1er fonds dédié solidaire à être créé sur la place. Ce fonds a joué un rôle de premier plan dans le développement de l'épargne salariale solidaire en France.

Aujourd'hui, Mirova est devenue une société à mission en inscrivant sa raison d'être et ses objectifs environnementaux et sociaux dans ses statuts. Elle a fait reconnaître sa démarche en obtenant le label BCorp (après un processus d'évaluation au cours duquel Mirova a reçu une excellente note). C'est un gage de crédibilité de l'ensemble de la démarche de responsabilité de l'entreprise, vis-à-vis du public. Le label est reconnu internationalement, et témoigne de son engagement environnemental et social. Mirova vise pour l'ensemble des investissements un alignement des portefeuilles avec une trajectoire climatique 2°C, en ligne avec les accords de Paris de 2015, et affiche systématiquement l'empreinte carbone de ses investissements.

Annexe 1 : répartition des actifs des fonds européens par classification SFDR :



Annexe 2 : encours global (PEG + PERCOL) par fonds y compris actionnariat salarié :

	31/12/2022				31/12/2023				évolution encours	évolution épargnants
	Encours	Epargnants	Encours moyen	Poids dans encours global	Encours	Epargnants	Encours moyen	Poids dans encours global		
CARREFOUR EQUILIBRE SOLIDAIRE	396 582 774 €	114 710	3 457 €	34%	409 676 858 €	109 963	3 726 €	32%	3 %	- 4 %
CARREFOUR LONG TERME	222 906 384 €	75 793	2 941 €	19%	267 246 560 €	79 266	3 372 €	21%	19 %	5 %
CARREFOUR EVOLUTION	171 506 509 €	58 054	2 954 €	15%	178 221 308 €	50 688	3 516 €	14%	4 %	-13 %
CARREFOUR COURT TERME	127 852 733 €	30 629	4 174 €	11%	149 227 053 €	42 141	3 541 €	12%	17 %	38 %
CARREFOUR PRUDENCE SOLIDAIRE	123 722 644 €	53 537	2 311 €	11%	121 307 960 €	58 165	2 086 €	10%	- 2 %	9 %
CARREFOUR ACTIONS	110 666 082 €	18 282	6 053 €	10%	115 384 748 €	17 181	6 716 €	9%	4 %	- 6 %
SELECTION DNCA ACT EURO PME I	2 747 465 €	53 715	51 €	0%	3 167 898 €	56 355	56 €	0%	15 %	5%
CARREFOUR CLASSIC					19 605 087 €	20 073	977 €	2%		
CARREFOUR SECURE P					8 141 855 €	19 362	421 €	1%		
TOTAL	1 155 984 592 €	139 602	8 261 €	100%	1 271 979 328 €	135 856	9 363 €	100%	10 %	- 3 %

b) Si certains fonds ne sont pas labélisés mais intègrent des critères ESG, expliquez en quoi ces critères attestent d'une démarche ESG robuste et sélective (merci d'indiquer le taux de sélectivité et/ou la thématique de ces fonds) ?

Avez-vous prévu avec les partenaires sociaux de disposer de davantage de fonds labellisés dans les trois années à venir ?

La qualité du dialogue social a permis de construire un modèle unique. Il a permis de mettre en place un dispositif d'épargne salariale avantageux et accessible pour les salariés, répondant aux différents profils d'investisseurs et intégrant la dimension solidaire.

Plusieurs autres fonds intègrent des critères ESG : ainsi le fonds Carrefour Court terme est investi à 85 % environ dans le Fonds AXA IM Euro liquidity qui a le label ISR (Carrefour Court Terme est Article 8 selon la réglementation SFDR) et le FCPE Carrefour Prudence Solidaire détient au sein de son actif environ 6 % du FPS solidaire « Amundi Finance et Solidarité » qui est labellisé Finansol, Article 9 SFDR et a reçu l'agrément ESUS et le label Relance.

c) Comment associez-vous vos partenaires sociaux au choix de fonds responsables (exemples : formations, expert qui s'occupe de l'accompagnement pédagogique des salariés, temps accordé aux partenaires sociaux pour remettre en cause les choix de fonds responsables) ?

Comment associez-vous vos partenaires sociaux au contrôle de l'engagement responsable des fonds (formation des membres du conseil de surveillance au-delà des 3 jours réglementaires, mise en place d'une commission de l'épargne de l'entreprise...) ?

Il est important de souligner le pilotage paritaire du régime, qui va au-delà des obligations légales. Nous nous appuyons sur une gouvernance efficace et une formation poussée des membres du Conseil de Surveillance des fonds diversifiés (5 journées lors du dernier renouvellement).

Les salariés sont associés au choix et au contrôle de l'engagement responsable des fonds via le Conseil de Surveillance des fonds diversifiés composé de représentants du personnel qui échange sur les évolutions à donner à la sélection de fonds. Il est composé de 38 membres titulaires, dont 20 membres désignés parmi les salariés des sociétés du groupe porteurs de parts, par les organisations syndicales représentatives sur le plan national au niveau du Groupe Carrefour, et autant de suppléants.

En outre, le Conseil fait appel à un consultant indépendant pour l'accompagner dans l'ensemble de ses missions. Il apporte une dimension pédagogique ainsi qu'un regard technique et critique sur les sujets abordés.

Enfin, le fonctionnement du Conseil de Surveillance est renforcé par le rôle du Conseil de Surveillance restreint, permettant une implication accrue des partenaires sociaux, en ouvrant les débats en amont de la prise de décision.

Le Conseil de Surveillance se réunit au moins 2 fois par an en formation plénières et au moins 2 fois également en format Conseil Restreint.

Gouvernance

8. Pour que la responsabilité fiscale de l'entreprise soit en ligne avec la responsabilité sociale de l'entreprise, le Conseil d'administration doit être pleinement impliqué dans les choix construits autour d'un civisme fiscal (alignés sur des principes tels que ceux de l'initiative B Team). Dans cette logique, le FIR s'attend à ce qu'un rapport de responsabilité fiscale public, revu et signé par le Conseil d'administration, détaillé pays par pays, existe, et qu'il soit aligné avec la GRI 207.

a) Publiez-vous une charte détaillée décrivant vos engagements en matière de responsabilité fiscale (pratiques fiscales jugées inacceptables, paradis fiscaux) ? A quelle fréquence celle-ci est-elle revue et approuvée par le Conseil ? Comment le Conseil veille-t-il à l'application de cette charte ?

Nous publions nos plans d'actions en matière d'éthique fiscale au sein du Document d'enregistrement universel publié annuellement (page 105 du Document d'enregistrement universel 2023). Ceux-ci sont revus et approuvés par le Conseil de la même façon que le reste du Document d'enregistrement universel. Le Document d'enregistrement universel 2023 peut être téléchargé ici : <https://www.carrefour.com/fr/finance>.

b) Rendez-vous public votre reporting fiscal pays par pays pour l'ensemble des pays d'activités c'est-à-dire allant au-delà des exigences de la directive UE qui se limite à un reporting pour les pays membres de l'UE et les pays figurant sur la liste des juridictions non-coopératives ? Si non, merci de justifier votre choix ? La répartition des impôts pays par pays est-elle débattue par le Conseil ?

Nous ne publions pas à ce jour notre reporting fiscal pays par pays. Nous menons une réflexion en interne sur l'opportunité de devancer la publication obligatoire de notre Country-by-Country reporting 2025. Le Country-by-Country reporting est transmis à l'Administration Fiscale tous les ans conformément à la législation en vigueur.

c) Pouvez-vous expliquer votre taux d'imposition effectif pour l'année 2023 ? En quoi celui-ci est-il cohérent avec vos engagements en matière de responsabilité fiscale ? Une attention particulière sera portée aux entreprises ayant un taux d'imposition particulièrement bas (égal ou inférieur à 20 %) ou particulièrement élevé (autour de 30 %) ?

Notre taux effectif 2023 est expliqué dans la Note 10 de nos comptes consolidés (page 371 du Document d'enregistrement universel 2023). Il est le reflet de nos activités opérationnelles et à ce titre, il est cohérent avec nos engagements en matière de responsabilité fiscale.

9. L'inscription au registre de transparence de l'Union Européenne et des représentants d'intérêts auprès de la Haute Autorité en France étant obligatoire, le FIR a accès à vos déclarations (moyens humains et financiers, centre d'intérêt).

À travers cette question, nous souhaiterions orienter vos réponses davantage sur les activités d'influence que vous avez menées (siège, filiales, associations professionnelles, ou cabinet de conseil) sur les domaines E S G. Nous souhaitons comprendre comment les activités de représentation d'intérêt sont alignées avec les objectifs de durabilité / comment vos pratiques de représentation d'intérêt s'intègrent-elles dans la stratégie RSE de votre groupe.

a) Quelles sont les principales activités d'intérêts (par exemple top 3) que vous priorisez en lien avec vos enjeux matériels ESG ? Pouvez-vous préciser toutes les juridictions où vous exercez ces activités de lobbying ?

Le groupe Carrefour suit les politiques publiques liées à ses activités et à son plan stratégique, qui portent notamment sur le soutien à l'agriculture et aux PME, les relations commerciales, l'économie numérique, ainsi que le développement durable. A ce titre, le groupe Carrefour échange avec les pouvoirs publics, dans les pays où il est présent, en respectant les lois et réglementations applicables en matière de représentation d'intérêt. Carrefour est notamment inscrit au registre de la HATVP en France ainsi que sur le registre de transparence de la Commission européenne.

Les principaux enjeux de matérialité ESG concernent, en lien avec son plan stratégique Carrefour 2026, la transition alimentaire pour tous, le climat, la réduction des consommations énergétiques et l'utilisation de sources d'énergies renouvelables, ainsi que les relations PME et agricoles, incluant le développement de sa marque propre, ainsi que ses filières qualité.

b) Comment vous assurez-vous de l'alignement entre vos objectifs ESG et les positions des associations professionnelles ? Comment gérez-vous les potentielles divergences ? (Exemples : tentative de réalignement du positionnement des associations avec vos propres objectifs ESG ou réflexions sur la possibilité de quitter une association professionnelle qui ne serait définitivement pas alignée avec votre stratégie ESG). Que publiez-vous à ce sujet sur l'alignement et/ou sur les divergences ?

Carrefour est membre de plusieurs associations professionnelles et participe aux discussions afin que les positions soient adoptées sur la base de consensus. Carrefour ne publie pas de rapport sur ces positions. Les organisations professionnelles dont Carrefour est membre sont publiées sur le site de la HATVP et sont elles-mêmes inscrites à l' HATVP... Leurs positions sont souvent publiques : communiqué de presse, interview de leurs dirigeants, auditions au parlement...

c) Quel est le rôle du Conseil d'Administration dans l'application de votre politique de représentation d'intérêts (par exemple : les activités, le budget, les réunions) ?

Le nouveau Code éthique du Groupe comportera une section "mener un lobbying responsable auprès des autorités politiques". L'élaboration de ce code éthique ainsi que sa mise en place ont fait l'objet d'une présentation et d'un suivi par le Comité Éthique Groupe. Ce dernier est composé du Secrétaire général du

Groupe, du directeur Juridique Groupe, du directeur des Ressources humaines Groupe ainsi que du du directeur Éthique et Conformité Groupe.

Le Comité Éthique Groupe est chargé de la gouvernance et du suivi des questions d'éthique dans le Groupe et, notamment de veiller à la future diffusion du Code éthique et il s'assurera que toutes les conditions sont en place pour permettre une bonne connaissance, compréhension, appropriation et respect des principes par l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Le Code éthique Groupe est, actuellement présenté en procédure d'information-consultation devant les différents CSE (Comité Social et Économique). Cette procédure devrait être terminée avant fin 2024.

d) Formez-vous les personnes en interne ou en externe (e.g., cabinets) au lobbying responsable ? Si oui, quels critères appliquez-vous dans la sélection des cabinets qui vous accompagnent ?

Le Code éthique, comprenant une section "mener un lobbying responsable auprès des autorités politiques" sera diffusé auprès de l'ensemble des membres du Comex ainsi que les directeurs des affaires publiques du groupe une fois les procédures d'information-consultation des CSE terminées.

**10. a) Combien d'administrateurs du Conseil disposent de compétence(s) en RSE ? Qui sont-ils et comment ont-ils acquis ces compétences (études, formations, expériences professionnelles) ? Ces compétences sont-elles spécifiques aux enjeux de votre secteur (biodiversité, transition énergétique, social et chaîne de valeur, incidence financière du climat, etc...)
Publiez-vous une matrice des compétences spécifiques de chaque membre du conseil ?**

Le Conseil d'administration de Carrefour veille à réunir les compétences et expertises nécessaires à la mise en œuvre du plan stratégique du Groupe, notamment en matière RSE, axe clé du plan stratégique.

Au sein du Conseil d'administration de Carrefour, et préalablement à l'Assemblée Générale des actionnaires du 26 mai 2024, 7 Administrateurs sont identifiés comme disposant des compétences RSE spécifiques, acquises au cours de leur expérience professionnelle (détaillée dans les biographies figurant page 217 à page 231 du Document d'Enregistrement Universel 2023) ou par l'exercice de mandats au sein du Groupe ou antérieurs.

Carrefour publie une matrice de compétences mentionnant les principaux domaines d'expertise de chacun des Administrateurs. Celle-ci est disponible au sein du chapitre 3 du Document d'Enregistrement Universel 2023 (page 210) et est reprise ci-après :



b) Comment assurez-vous la mise à jour des connaissances des membres du conseil sur les enjeux RSE (processus de formation interne ou externe, interventions d'experts, mises à niveau sur l'actualité réglementaire ou des thématiques clés, etc.) ? À quelle fréquence ?

La mise à jour des connaissances des membres du Conseil d'administration sur les enjeux RSE s'effectue de manière continue au travers notamment des sujets abordés lors des réunions du Comité RSE et dont les principales activités sont décrites au sein du chapitre 3 du Document d'Enregistrement Universel 2023 (page 241). Les Administrateurs sont régulièrement tenus informés, au cours des réunions du Conseil, des travaux en matière de RSE pouvant avoir une incidence sur le Groupe. Au cours de l'exercice 2023, le Comité RSE s'est réuni à quatre reprises.

c) Comment évaluez-vous la compétence en RSE des administrateurs ? Sur quels critères ? À quelle fréquence ? Cette évaluation est-elle individuelle ou collective ?

La compétence RSE des Administrateurs est évaluée de plusieurs manières et à différents stades. Elle est d'abord examinée, lors des propositions de nominations et renouvellements, sur la base de leurs connaissances et compétences acquises au cours de leur parcours académique et de leurs expériences professionnelles.

Elle est également examinée au travers d'un questionnaire d'auto-évaluation : le Conseil d'administration procède chaque année à son évaluation interne afin notamment de s'assurer de l'équilibre de la composition et des compétences de ses membres et met ainsi à jour la matrice de compétences publiée au sein du Document d'Enregistrement Universel.

d) Intégrez-vous une composante RSE dans le cadre des processus de nomination des nouveaux administrateurs ?

Dans le cadre des processus de nomination et de renouvellement des Administrateurs, le Conseil d'administration veille, en vue de maintenir l'équilibre des compétences de ses membres, à la composante RSE. Par exemple, la récente cooptation de Monsieur Eduardo Rossi permet d'ajouter une compétence RSE parmi les membres du Conseil d'administration.

Question de Madame Danielle Raucoules

L'opinion publique est horrifiée par les événements qui se déroulent à Gaza depuis le 7 octobre. Après les massacres du Hamas sur des populations civiles israéliennes faisant près de 1200 morts et des prises d'otages, viennent s'ajouter depuis 7 mois maintenant les massacres perpétrés par l'armée israélienne qui touchent essentiellement les populations civiles : près de 40.000 morts dont un grand nombre de femmes et d'enfants.

La Cour Internationale de Justice déclare une situation de crimes de guerre avec présomption de génocide en cours. Il est probable que la Cour Pénale Internationale lance des mandats d'arrêt pour des responsables politiques israéliens, en particulier Benyamin Netanyahu.

Ces événements affectent les choix d'investissement directs ou indirects en Israël, particulièrement dans les Territoires occupés. Le danger est réel de voir associé le nom de Carrefour avec les responsables israéliens et ceci pourrait avoir une incidence sur l'activité de l'entreprise ainsi que sur la pérennité des revenus des investisseurs, par l'effet de mauvaise image.

Dans le cadre d'une évolution indispensable de la situation avec enfin le respect des résolutions de l'ONU concernant la reconnaissance d'un Etat palestinien, la situation dans les Territoires occupés pourrait évoluer positivement pour les habitants de cette région mais peut-être au détriment des investisseurs qui ont profité de la situation antérieure avec ses événements tragiques. Il y aurait alors des risques graves d'actifs échoués qui affecteraient les investisseurs qui ont fait confiance à Carrefour. Qu'en pensez-vous ?

Question de Monsieur Olivier Schulz

Quel est le fait générateur de l'escalade de la violence entre Israël et la Palestine ? D'après l'ONU et Amnesty International par exemple, c'est la colonisation et le transfert de près d'un million de citoyens israéliens sur le territoire qui aurait dû être la Palestine. J'apprends que l'ONU a établi une liste d'entreprises complices de la colonisation illégale du territoire palestinien par Israël, parmi lesquelles figurent la banque Hapoalim et Electra, la société mère d'Electra Consumer Products avec lesquelles Carrefour a passé des accords. Par ces accords et par sa présence dans les colonies illégales à travers la vente de ses produits, Carrefour facilite le développement de la colonisation. Ne faut-il pas craindre que le Groupe Carrefour soit bientôt inscrit sur la liste de l'ONU des entreprises complices de la colonisation ?

Question de Monsieur Jean Vey

Lors de la dernière Assemblée générale, vous avez déclaré que « Carrefour ne serait pas présent dans les Territoires palestiniens occupés » Or, depuis l'été 2023, les produits de la marque Carrefour sont vendus dans TOUS LES MAGASINS de votre partenaire Yenot Bitan, y compris dans 9 magasins implantés dans des colonies illégales au regard du droit international, comme en témoignent des articles de la presse israélienne et des observations effectuées sur place dans

certains de ces magasins.

De plus, en janvier 2024, en plein massacre de la population palestinienne à Gaza par l'armée israélienne, Carrefour Israël a publié une offre d'emploi pour un magasin situé dans la colonie de Maale Adumim dans laquelle Carrefour s'adresse directement aux colons dans ces termes: « Habitants de Maale Adumim et des environs, Carrefour vous cherche Nous recrutons pour les agences Carrefour ... »

Cette annonce et la vente de produits Carrefour dans les magasins des colonies ne constituent-ils pas des preuves manifestes de la présence de Carrefour dans les colonies, même si les magasins concernés n'ont pas encore l'enseigne Carrefour? Dans ces conditions, comment pouvez-vous justifier que Carrefour respecte le droit et les valeurs que le groupe prétend défendre ?

Question de Madame Sarah Perez-Pariente

En vertu de l'article L 225 – 108 du code de commerce, j'attends de votre part un éclairage sur les mesures prises pour s'assurer que les responsables des magasins, sur le territoire français, ne cèdent pas aux appels formulés sur les réseaux sociaux et aux remarques de clients de retirer des produits alimentaires en provenance d'Israël.

Le conflit au Moyen-Orient est une terrible tragédie et avant toute chose il convient de penser à toutes les victimes de cette guerre, aux familles endeuillées, à tous ceux qui, dans le monde entier, sont dans la peine.

Le Groupe Carrefour assume une stricte neutralité politique.

Le Groupe n'est pas et ne sera jamais impliqué dans le conflit israélo-palestinien. Carrefour est une entreprise de commerçants, avec des partenaires franchisés présents dans tout le Moyen-Orient. Ils y emploient plus de 60.000 personnes et y respectent les valeurs et la culture de leurs pays d'implantation, sans engagement partisan. Leur seul engagement est celui de l'aide humanitaire qu'ils organisent en soutien aux populations civiles en souffrance, notamment à Gaza où ont été financées au nom de Carrefour des opérations de distribution de produits alimentaires et de première nécessité.

Il convient ensuite de souligner que beaucoup de rumeurs inacceptables circulent au sujet de la présence du Groupe en Israël qui nourrissent d'injustes appels au boycott. D'une part, la marque Carrefour ne peut être utilisée dans les territoires occupés et toute méconnaissance de cette règle exposerait le partenaire à une action du Groupe. D'autre part, selon d'autres rumeurs, inspirées par des photographies de dons de colis alimentaires à des soldats israéliens au tout début du conflit, le franchisé israélien continuerait des actions de soutien à l'armée israélienne. C'est faux. Il s'agissait d'initiatives individuelles datant des premiers jours d'octobre 2023 qui ont été stoppées immédiatement et les photographies litigieuses ont été supprimées des réseaux sociaux. Là encore l'obligation de neutralité politique est stipulée dans le contrat de franchise et son contournement répété exposerait le franchisé à une sanction.

La marque Carrefour subit ainsi injustement des appels au boycott et le Groupe condamne fermement toutes les manifestations qui perturbent la vie des salariés et des magasins. Ces actions n'ont pas d'impact commercial sur l'activité du groupe mais elles caricaturent les valeurs du Groupe et celles de ses partenaires franchisés.

Questions de Monsieur Bruno Moutry

Le conseil de surveillance d'ATACADAO, filiale de Carrefour au Brésil, attribue chaque année une rémunération à ses administrateurs ainsi que des actions de performance. Certains administrateur d'ATACADAO sont aussi administrateurs de CARREFOUR SAS. Ils perçoivent donc une double indemnisation pour la gestion du Groupe. La réglementation Brésilienne étant différente de la réglementation Française, la communication de la rémunération individuelle des administrateurs n'est pas précisée. Dans un soucis de transparence, même si l'autorité des marché Financier, ne l'impose pas, pour quoi la Groupe Carrefour ne communique t'il pas sur ce sujet ?

Est-il acceptable pour le Groupe Carrefour qui met en avant une charte d'éthique financière et morale que des administrateurs puissent percevoir à la fois une indemnisation pour une administration du Groupe et d'une de ses filiale ?

Le Conseil d'administration de Carrefour SA et celui de la société Atacadão ont 4 membres en commun (le Président du Conseil, deux administrateurs représentant un actionnaire historique (Peninsula) de ces deux sociétés cotées, ainsi qu'une administratrice indépendante).

Les faits que vous avancez sont très largement inexacts.

D'une part, aucun de ces administrateurs ne perçoit d'actions de performance d'Atacadão.

D'autre part, le Président du Conseil et les deux administrateurs représentant Peninsula ne sont pas rémunérés au titre de leur mandat d'administrateur au sein d'Atacadão.

Seule l'administratrice indépendante perçoit une rémunération pour l'exercice effectif de ses mandats au sein de deux sociétés cotées distinctes, Atacadão d'un côté, Carrefour de l'autre.

* * *

Le Code Afep-Medef au §26.2 recommande « de prendre en compte un périmètre plus représentatif par rapport à la masse salariale ou les effectifs en France des sociétés dont elles ont le contrôle exclusif au sens de l'article L.233-16 II du Code de commerce » pour déterminer le ratio entre le salaire des dirigeants et celui des salariés. Il est donc recommandé que la société désigne la ou les sociétés françaises du groupe, ou éventuelles UES, en choisissant un périmètre représentatif de l'activité en France. Le code Afep considère comme représentatif, un périmètre de l'activité en France celui qui correspond à environ 80 % de la masse salariale ou des effectifs en France des sociétés contrôlées au sens de l'article L.233-16 II du Code de commerce,

Le ratio indiqué en page 261 du document d'enregistrement universel fait état d'un rapport moyen de 51 entre la rémunération du dirigeant et celle des salariés. La société retenue pour calculer ce ration est Carrefour Management, société qui regroupe les salariés cadres dirigeants ayant les plus fortes rémunérations en France et n'est pas représentative de la rémunération moyenne des salariés Carrefour en France.

Pourquoi le Groupe Carrefour a t'il choisit cette société et n'applique pas les recommandation du code Afep-Medef ?

Les modalités du calcul du ratio d'équité ont été définies, dès 2019, en prenant en compte les Lignes directrices sur les multiples de rémunération du Code AFEP-MEDEF, comme indiqué dans le Document d'Enregistrement Universel.

Il a ainsi été retenu, conformément au Code AFEP-MEDEF, d'étendre l'échantillon des salariés au-delà de la holding Carrefour SA pour y inclure les effectifs de la société Carrefour Management travaillant au siège du Groupe, qui représentent les différents métiers et activités de l'entreprise. Le maintien de cette méthode de calcul, adoptée dès 2019, est de nature à permettre la comparabilité des ratios dans le temps.

Questions de l'association Initiative Pour un Actionnariat Citoyen

Comment vérifiez-vous que l'ensemble des salariés de vos franchisés bénéficient tous d'un salaire décent ?

Carrefour œuvre à ce que ses franchisés à l'international respectent les droits humains en annexant systématiquement à leurs contrats une charte pour la protection des Droits de l'Homme. Cette charte engage les franchisés à fournir aux travailleurs une rémunération en adéquation à leurs besoins fondamentaux. Cette rémunération doit au moins correspondre au salaire minimum fixé par la législation nationale du pays concerné ou, en l'absence de réglementation, doit permettre aux travailleurs d'avoir des conditions de vie décentes.

En signant cette charte, les franchisés s'engagent à faire respecter ces engagements par l'ensemble de leurs salariés, fournisseurs, sous-licenciés, sous-traitants ou sous-franchisés, selon les cas. Ils s'engagent également à mettre en place des contrôles afin de s'assurer du bon respect des engagements qui y sont associés. Il peut par exemple s'agir de visites d'observation des pratiques des fournisseurs en matière de conditions de travail faisant l'objet de rapports dédiés, permettant d'évaluer la conformité avec la charte, la mise en place de plans d'actions correctives si besoin à l'issue de la visite, ainsi que des visites de suivi le cas échéant.

Quelle est l'origine des fraises vendues dans les magasins de notre groupe en France ? Pouvez-vous garantir qu'elles ne proviennent pas d'exploitations qui emploient des travailleurs migrants de façon indigne ?

Les fraises commercialisées par Carrefour en France proviennent de France et d'Espagne. Concernant le risque de recours aux travailleurs migrants dans les filières fruits et notamment la fraise en Espagne, Carrefour a mis en place un système de gestion des risques dédié suite à une alerte reçue en 2021. En réaction à cette alerte, le Groupe a immédiatement mandaté des audits des filières de fruits et légumes à risques en Espagne. Ainsi, 11 fournisseurs de fraises et 17 fournisseurs de légumes ont été audités, et aucun n'a été identifié comme non conforme ou uniquement sur des sujets facilement corrigibles. Carrefour a ensuite renforcé sa vigilance, et complété l'analyse de risque par pays par une analyse spécifique par filière et par région pour gérer les alertes ciblées. De plus, les fournisseurs s'engagent via la Charte d'engagement et l'audit social de l'usine de conditionnement, pour remonter plus en amont au sein des chaînes d'approvisionnement et garantir une meilleure maîtrise des risques.

Les règles d'achat pour la transition alimentaire spécifient des règles de conformité sociale pour les filières à risque comme les fraises d'Espagne. Des audits sociaux sont réalisés pour les fournisseurs directs de la filière selon le standard ICS qui comprennent notamment des critères relatifs aux travailleurs migrants. Des audits additionnels sont réalisés au sein de la chaîne de valeur avec pour objectif d'aller jusqu'au champ lorsque cela est possible (audits réalisés avec l'accord du fournisseur direct et des différents acteurs de la

chaîne de valeur). Pour les filières fruits et légumes, les différents audits à notre disposition sont les suivants :

- certification sociale validée par Carrefour : ICS, BSCI, SA8000, SMETA, Grille SOCOMO/KIWA, Fairtrade, BAP, SIZA.
- certification sociale élargie :
 - Global G.A.P - Good agricultural practice : Ce certificat est l'assurance que les producteurs se conforment aux meilleurs niveaux de qualité et de sécurité des denrées exigées dans le respect des conditions de santé et de sécurité des travailleurs et,
 - Certification GRASP : constitue des exigences en plus, visant à prévenir les risques pour les ouvriers agricoles Il aborde des aspects spécifiques de la santé, de la sécurité et du bien-être des ouvriers.

Question de Phitrust

Depuis 2018, nous avons interrogé les sociétés du CAC 40 sur leur adhésion à l'initiative des Science-Based Targets (SBTi), qui nous semble être un cadre essentiel pour fixer des objectifs de réduction des émissions de carbone. Depuis 2022, nous soutenons également l'adhésion des entreprises à l'initiative Net Zero de SBTi.

A la suite de la mise à jour de mars 2024 publiée par le SBTi, près de 300 entreprises ont été exclues de ce référentiel Net Zero dont Carrefour.

Cette exclusion donne aux actionnaires un signal inquiétant quant à la mise en œuvre des stratégies climatiques de la société. Pouvez-vous nous donner les raisons de cette exclusion, et votre société envisage-t-elle de réintégrer cette initiative Net Zéro ?

Concernant notre stratégie climat, Carrefour met en œuvre toutes les actions pertinentes pour être en capacité de tenir une trajectoire net zéro à long terme. Nous avons de nombreuses initiatives importantes comme notre engagement à ce que notre Top 100 fournisseurs soit aligné sur une trajectoire 1,5°C sous peine de déréférencement.

Par ailleurs, Carrefour vient de définir de nouvelles cibles à l'horizon 2030 pour son scope 3, visant un alignement avec une trajectoire 1,5°C, en accord avec les derniers standards disponibles, notamment le standard FLAG pour les émissions liées à l'agriculture. Ces objectifs viennent d'être soumis à SBTi et sont en attente d'approbation.

En revanche, il ne nous paraît pas pertinent de nous engager à ce stade sur une trajectoire Net Zéro à horizon 2040 ou 2050, nous préférons en effet nous focaliser sur un horizon 2030 qui est une première étape concrète et mesurable de réduction de nos émissions.

Pour plus de détails sur les objectifs du Groupe, se référer aux questions du Forum pour l'Investissement Responsable (FIR).