



Exercer sa responsabilité territoriale

1.	Stratégie territoriale du Groupe Carrefour	2
2.	Être un commerçant de proximité	5
3.	Développer la vente de produits locaux et les partenariats avec les PME	8
4.	Développer le commerce équitable	11
5.	Exercer notre activité de manière solidaire	12



1. Stratégie territoriale du Groupe Carrefour

1.1 Contexte et enjeux

Le secteur de la grande distribution alimentaire traverse actuellement une série de mutations significatives, lesquelles sont exacerbées par diverses crises, notamment sanitaires, géopolitiques et énergétiques. Ces crises ont un effet cumulatif, accélérant ainsi les changements dans ce secteur.

L'année 2023 se caractérise par la persistance d'une période inflationniste accentuée par le conflit en Ukraine et par des tensions sur la chaîne alimentaire en raison du dérèglement climatique. Dans ce contexte inédit, les consommateurs se montrent soucieux de préserver leur pouvoir d'achat mais continuent dans le même temps à rechercher une alimentation bénéfique pour leur santé, et un approvisionnement respectueux des agriculteurs et de la planète. Ils privilégient de plus en plus les productions locales. Il est ainsi fondamental de prendre en compte des facteurs divers, tels que des exigences de prix abordables, de nouveaux comportements alimentaires, la digitalisation accélérée de leurs modes de consommation et la recherche de circuits courts.

Le Groupe Carrefour est un acteur majeur dans les territoires où il opère, aussi bien dans les espaces

urbains que ruraux. Même dans les territoires les plus enclavés, nos magasins rendent accessibles à tous les produits essentiels pour répondre aux besoins du quotidien des habitants. A ce titre, chaque magasin s'engage au développement de son territoire, à plusieurs niveaux : création d'emplois directs et indirects, mise en place de circuits courts, contribution aux projets économiques territoriaux, mobilisation en faveur d'initiatives environnementales, sociales et de solidarité – en particulier les dons alimentaires et la lutte contre le gaspillage.

Par ailleurs, dans le cadre de sa stratégie Carrefour 2026, le Groupe a réaffirmé s'engager pour rendre le meilleur accessible à tous les clients du Groupe. Aussi, pour aider ses clients confrontés aux problématiques liées au pouvoir d'achat et pour pouvoir répondre aux défis climatiques, Carrefour doit mener une politique de responsabilité territoriale ambitieuse qui passe notamment par :

- le déploiement des formats de magasins,
- le soutien à l'agriculture durable,
- l'accélération des circuits courts.

1.2 Synthèse du rapport

Le Groupe Carrefour porte 4 engagements relatifs à sa responsabilité territoriale :

- **Être un commerçant de proximité** : Carrefour est un commerçant de proximité, au service de ses clients, dans toutes ses implantations. Le Groupe propose des formats adaptés aux spécificités des pays et des localités dans lesquels il opère (supermarchés, hypermarchés, cash & carry, magasins bio spécialisés etc.).
- **Développer la vente de produits locaux et les partenariats avec les PME** : partout dans le monde, les magasins du Groupe renforcent leurs offres de produits locaux, s'approvisionnant auprès d'agriculteurs, d'éleveurs, de TPE et PME et d'artisans de proximité.
- **Développer le commerce équitable** : plus largement au sein de ses chaînes d'approvisionnement, Carrefour soutient le développement du commerce équitable. Carrefour est la première enseigne de distribution engagée depuis plus de 20 ans dans le commerce équitable. Le Groupe contribue ainsi à améliorer les conditions de vie des producteurs et le développement pérenne des communautés.

Exercer notre activité de manière solidaire : Chaque opération solidaire mobilise des magasins, en lien avec les antennes locales des associations (par exemple, la collecte des Banques Alimentaires se fait dans 1 500 magasins, avec des bénévoles des Banques alimentaires). La Fondation d'entreprise Carrefour soutient également des projets solidaires en collaboration avec des associations de terrain. Créée en 2000, elle s'inscrit dans la démarche de transition alimentaire portée par le Groupe, et soutient les acteurs de l'économie sociale et solidaire qui œuvrent pour l'accès de tous à une alimentation plus saine, plus équilibrée et plus diversifiée, partout dans le monde.

1.3 Coalitions et partenariats

Fédération des entreprises et entrepreneurs de France (FEEF) : en 2022, Carrefour et la FEEF ont renouvelé pour 3 ans leur accord sur les pénalités logistiques.

Organisation du Salon Carrefour des PME en partenariat avec la FEEF : petites et très petites entreprises des secteurs alimentaire et non alimentaire participent au Salon Carrefour PME et Innovation, en partenariat avec la FEEF. L'objectif pour les directeurs de magasin et les équipes d'achat est de développer la sélection des produits de petites et très petites entreprises françaises dans les rayons des magasins Carrefour.

Open AgriFood : Carrefour est membre du Conseil d'administration et partenaire de la 10^{ème} édition du forum Open AgriFood. Lieu de rencontres et d'échanges, ce think tank rassemble tous les acteurs des filières de la chaîne agroalimentaire. Deux jours par an, le forum vise à faire avancer les sujets de la filière vers plus de respect des Hommes et de l'environnement. Force de proposition et d'innovation, l'Open AgriFood est également doté d'un do tank, l'Open AgriFood Initiatives, qui ancre les échanges et les débats dans des projets réels et collaboratifs.

Tech & bio : Carrefour est partenaire du salon Tech & bio, créé par la Chambre d'agriculture de la Drôme. Ce salon est un outil de promotion pour le développement de pratiques de production agricole durable. Tech & bio privilégie les approches concrètes via des démonstrations sur le terrain, des témoignages d'agriculteurs et d'entreprises et des visites d'exploitations.

Miimosa : afin d'impliquer les clients dans le financement des producteurs locaux et dans le référencement des produits, Carrefour France a initié un projet de financement participatif, avec Miimosa, plateforme spécialisée dans le crowdfunding pour des projets agricoles. Plus de 250 projets ont été financés via cette plateforme et plus de 100 000 euros ont été versés aux lauréats par Carrefour à fin 2023.

FEEF D'or 2023 : Lors de la cérémonie du 19 septembre 2023 qui distingue les meilleures collaborations entre une PME et un distributeur, la collaboration entre Sabarot Wassner et le Groupe Carrefour a été récompensée pour saluer la démocratisation de la consommation de légumineuses françaises et le soutien à une filière locale.

1.4 Notre organisation

1.4.1 Gouvernance

- Les directions des Affaires Publiques. La responsabilité territoriale est principalement portée en autonomie dans chaque pays à travers des gouvernances propres. Les directions des Affaires Publiques des pays sont les principales responsables de la mise en œuvre des plans d'actions au niveau local, appuyées par différentes directions propres à chaque pays. Ainsi, en France par exemple, la direction des Affaires Publiques pilote la démarche en lien étroit avec la Fondation Carrefour ainsi que les équipes des directions opérationnelles et régionales des enseignes, implantées au sein des territoires.
- La Fondation Carrefour pilote les projets au niveau du Groupe. La Fondation est administrée par un Conseil composé de 9 membres : quatre membres représentant les fondateurs, une représentante du personnel et quatre personnalités extérieures qualifiées. L'équipe opérationnelle de la Fondation rend compte deux fois par an devant le Conseil d'administration du Groupe. Elle accompagne ses décisions et assure la mise en œuvre des actions choisies.
- Le Pôle Solidaire Groupe et France. En 2021, le Groupe Carrefour a créé un Pôle Solidarité Groupe

et France. L'objectif de ce pôle est de mieux articuler les différentes opérations solidaires portées par l'ensemble du Groupe. Le Pôle Solidarité travaille en étroite collaboration avec la Fondation pour permettre différents leviers de mobilisation à ses partenaires associatifs. L'engagement de Carrefour auprès des associations peut donc passer par la mobilisation des magasins, la mobilisation des collaborateurs et la philanthropie en faveur de l'intérêt général. A l'international, le Pôle permet de remonter les initiatives solidaires des différents pays pour mieux les mettre en valeur et mesurer leur impact. En France, la Solidarité a une équipe dédiée, qui orchestre une dizaine d'opérations solidaires par an.

1.4.2 Périmètre

La politique du Groupe sur sa responsabilité territoriale est portée par des initiatives et des plans d'actions locaux au cœur des territoires. L'ensemble des pays d'implantation du Groupe sont tenus de mettre en place des plans d'actions pour l'amélioration de leur ancrage local, à travers un "Plan local", lancé en juin 2020.

2. Être un commerçant de proximité

Objectif du Groupe :

50 000 producteurs partenaires d'ici 2026

2.1 Notre performance

Indicateurs	Unités	2020	2021	2022	2023	2023/2022
Nombre de magasins Groupe	Nombre	13 048	13 894	14 348	14 390	0,3%
Nombre d'hypermarchés Groupe	Nombre	1 212	1 130	1 128	1 182	4,8%
Nombre de supermarchés Groupe	Nombre	3 561	3 574	3 842	4 146	7,9%
Nombre de magasins de proximité	Nombre	7 827	8 642	8 573	8 754	2,1%
Nombre de magasins cash & carry	Nombre	448	440	541	584	7,9%
Nombre de producteurs partenaires engagés dans la transition alimentaire	Nombre	36 277	38 359	37 758	46 013	21,9%
Producteurs locaux et régionaux	Nombre	-	9 841	11 945	11 838	(0,8)%

2.2 Les plans d'action du Groupe

Riche du maillage de son réseau mondial de 15 000 magasins, Carrefour est un commerçant de proximité, au service de ses clients. Le Groupe propose des formats adaptés aux spécificités des pays et des localités dans lesquels il opère. Chaque magasin dispose

de l'autonomie nécessaire pour adapter ses assortiments et sa gamme de services aux besoins locaux et pour construire une relation de proximité avec ses clients.

2.2.1 Des formats et des services adaptés sur tous les territoires

Carrefour propose à ses clients tous les formats de magasin : hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, cash & carry et soft discount. Il offre un parcours omnicanal permettant courses en magasin, achats en ligne, livraisons à domicile et retraits dans les points de vente ou en Drive.

En France, en centre-ville, les enseignes Carrefour City et Express s'insèrent dans le développement urbain des communes pour faciliter les courses au quotidien, y compris dans les quartiers les plus excentrés.

En périphérie, Carrefour accompagne les mouvements des consommateurs en s'implantant au plus près de leurs lieux de vie : les hypermarchés Carrefour ou les cash & carry répondent à une dynamique sociétale de recherche de prix accessibles et de références multiples. En zone rurale, Carrefour est présent avec

ses enseignes Market, Proxi et Contact, maillant le territoire au plus près de chaque consommateur éloigné des grandes surfaces des métropoles. Les magasins New Contact, surfaces de vente spécialement conçues pour les zones rurales ou péri-urbaines, proposant davantage de bio, de frais et dotées d'un espace de restauration, sont en cours de déploiement dans quatre régions.

Enfin, partout sur le territoire, Carrefour développe une offre e-commerce pour rendre accessible à chacun une gamme de produits la plus large possible, grâce à la livraison à domicile.

Groupe Carrefour
14 930 magasins
dans le monde

France*
5 841
magasins

Belgique
707
magasins

Pologne
841
magasins

Roumanie
447
magasins



Argentine
651
magasins

Brésil
936
magasins

Espagne
1 474
magasins

Italie
1 490
magasins

Autres pays
1 705
magasins

● Pays / régions
intégrés

● Pays / régions
franchisés

● Taiwan**

* France métropolitaine.

** Le 30 juin 2023, Carrefour a annoncé la finalisation de la cession à Uni-President de sa participation de 60% dans Carrefour Taiwan.

2.2.2 Mesurer et renforcer l'ancrage territorial du Groupe

Depuis 2018, la Direction des Affaires Publiques du Groupe Carrefour a initié en France une démarche pour mieux valoriser sa présence territoriale. Cette approche a pour objectif de mesurer et renforcer l'ancrage territorial du Groupe à travers ses différents formats (Carrefour City, Express, hypermarchés, cash & carry, Market, Proxi, Contact et l'offre e-commerce). En déclinant au niveau départemental ses indicateurs de performance, le Groupe met en lumière son impact local sur plusieurs thématiques : l'emploi, les revenus générés par l'activité du Groupe pour les collectivités locales, le nombre de clients, le nombre d'entreprises locales et d'agriculteurs partenaires, etc. Le Groupe a également développé des magasins spécialisés dans l'agriculture biologique (Carrefour Bio, So.bio, Biomonde). En 2023, le Groupe comptait 138 magasins bio spécialisés en France.

Le Groupe prévoit, d'ici 2026, de doubler en Europe ses approvisionnements en fruits et légumes issus des circuits ultra-courts (i.e. produits par des fournisseurs situés à moins de 50 kilomètres du magasin). En 2023, 1 855 producteurs français, essentiellement des maraîchers, pisciculteurs ou fournisseurs de produits d'épicerie, bénéficient de contrats ultra-locaux.

Ce dispositif d'ancrage territorial s'accompagne du lancement, en France, d'un format de primeurs frais de proximité sous l'enseigne "Potager City". Ces nouveaux magasins de centre-ville portent une vraie proposition d'ultra-spécialiste du frais combinée à des prix de généraliste.

Illustration : lancement des formats Potager City en France

Début 2023, le Groupe a annoncé l'ouverture de ses deux premiers magasins Potager City à Paris pour répondre aux besoins alimentaires essentiels des citoyens grâce à une offre de produits frais de qualité au prix juste. A travers ce format, Carrefour entend donner la priorité au goût grâce à un grand choix de variétés de produits, ainsi qu'à l'ultra frais et aux circuits courts avec des achats directs auprès de producteurs en transit de Rungis.

Les magasins proposent une offre qui peut aller jusqu'à 100 références sur plus de 50% de la surface du magasin, dont une large part est de saison, pour permettre une accessibilité à un prix optimal.

Potager City a pour ambition d'accompagner les attentes des consommateurs en matière d'alimentation saine, qui dépassent aujourd'hui le bio et s'étendent désormais aux circuits courts, à l'approvisionnement local, et aux produits issus de l'agriculture durable. L'enseigne permet notamment de contribuer à atteindre l'objectif de 8 milliards d'euros de chiffres d'affaires réalisés via des produits certifiés durables, qui s'inscrit dans le cadre du plan stratégique Carrefour 2026.

2.2.3 Développer des projets locaux sur les territoires en faveur de la transition alimentaire

Dans sa stratégie Carrefour 2026, le Groupe établit une série d'objectifs pour encourager l'agriculture durable et locale :

- le soutien renforcé à l'agriculture durable avec un objectif de 8 milliards d'euros de chiffre d'affaires via des produits certifiés durables (Bio, Filières Qualité Carrefour, agroécologie, pêche durable, sourcing forêts durables),
- l'élargissement du nombre de producteurs partenaires à 50 000,
- le doublement, en Europe, de ses approvisionnements en fruits et légumes issus des circuits ultra-courts (à moins de 50 kilomètres du magasin lorsque cela est possible),
- l'augmentation de 65%, par rapport à 2022, des ventes de produits d'origine végétale en Europe (650 millions d'euros).

A ce titre, Carrefour met en place des projets locaux, en collaboration avec les parties prenantes des territoires (producteurs, PME/TPE, collectivités, métropoles, associations, etc.).

En France, ces projets sont orientés autour des priorités suivantes :

- Promouvoir les produits issus de l'agriculture biologique ;
- Garantir la qualité des produits des marques Carrefour ;
- Minimiser l'empreinte environnementale du Groupe et viser un impact positif.

3. Développer la vente de produits locaux et les partenariats avec les PME

Les objectifs du Groupe :

50 000 producteurs partenaires en 2026

8 milliards de chiffres d'affaires en 2026 via des produits certifiés durables

3.1 La performance du Groupe

Indicateurs	Unités	2020	2021	2022	2023	Evolution 22023/2022
Nombre de producteurs partenaires	Nombre	36 277	38 359	37 758	46 013	21,9%
Agriculture biologique	Nombre	2 150	3 538	3 637	4 997	37,4%
Filières Qualité Carrefour	Nombre	25 843	24 980	22 176	16 872	(23,9)%
Régionaux et locaux	Nombre	-	9 841	11 945	11 838	(0,8)%
Autres démarches collectives	Nombre				12 306	Nouveau
Nombre de contrats conclus avec des TPE ou des PME locales	Nombre	-	3 400	3 600	3 200	(11,1)%
Chiffre d'affaires issus des ventes de produits bio	Milliards €		2,7Mds	2,6Mds	2,5 Mds	(3)%

Périmètre : 95% du CA consolidé 2023

3.2 Les plans d'actions du Groupe

Carrefour renforce constamment ses partenariats avec les entreprises locales dans tous les pays. Le Groupe privilégie notamment le développement des petites et moyennes entreprises à travers la mise en place de plans PME. Depuis 2020, tous les pays du Groupe ont mis en place ces plans PME, qui visent à pérenniser et développer les relations commerciales avec les PME et TPE de tous secteurs, alimentaires et non alimentaires, dans les différents pays d'implantation.

Le Groupe entend ainsi créer un réseau de petites entreprises et l'associer à sa croissance pour renforcer la coopération de Carrefour avec les PME et les TPE de tous secteurs, alimentaires et non alimentaires. Ce programme est composé d'un ensemble d'actions visant à développer le commerce et les partenariats avec les PME et les TPE locales, à faciliter le référencement de producteurs locaux et à mettre en avant les produits locaux en magasins.

Etude de cas : les plans PME mis en place par Carrefour

FORMALISATION ECRITE

- respect du code éthique
- création d'un contrat PME (avec une durée spécifique, une double médiation, Un dispositif pour aider la trésorerie des PME, une adresse mail spécifique et une signature au 31 décembre)
- formation d'acheteurs

PLAN PME

PLATEFORME D'ECHANGE

- un interlocuteur unique, contact privilégié des PME club PME: création d'une identité particulière et attractive de « PME fournisseurs de Carrefour »

REMUNERATION

- Contrat sur plusieurs années Sécurité des prix et donc des volumes

En France par exemple, Finifac, société financière du groupe Carrefour, a développé des solutions de crédit pour les PME et le monde agricole. Le « Club PME Carrefour » instaure une relation privilégiée entre le Groupe et ses PME partenaires qui bénéficient d'un accès direct à des interlocuteurs en magasin et dans les services marketing et référencement Carrefour.

Pour développer le commerce avec les PME et les TPE, chaque pays a mis en place des échanges privilégiés et des 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 heures 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 ou des TPE locales ou régionales et de 1 855 contrats ultra-locaux avec des producteurs français, essentiellement des maraîchers, pisciculteurs ou fournisseurs de produits d'épicerie.

Carrefour a également procédé à une pérennisation des accords pluriannuels. Cet engagement sur 3 ans permet à tout type de fournisseur d'obtenir une sécurité supplémentaire.

Carrefour propose également un soutien financier aux différents projets bio et/ou agro-écologiques. En 2019, la plateforme de financement participatif JeParticipe.carrefour.com a été lancée en partenariat avec MiiMOSA, pour financer des projets agricoles liés à la transition alimentaire. Plus de 250 projets ont été financés via cette plateforme et plus de 100 000 euros ont été reversés aux lauréats par Carrefour à fin 2023.

En 2023, Carrefour a développé le projet « Le Meilleur de nos régions », qui a pour ambition de mettre en avant des produits emblématiques des régions françaises dans des zones faiblement touristiques. Ce concept était déployé à fin 2023 dans 4 hypermarchés en France.

En septembre 2022, un accord sur les pénalités logistiques et pour une meilleure qualité de la chaîne d'approvisionnement a été signé entre Carrefour France et la FEEF. Cet accord a pour objectif d'améliorer les flux logistiques et de faciliter la résolution des litiges, le tout pour une meilleure disponibilité et visibilité des produits des TPE/PME en magasin. Cet accord, reconduit pour une durée de 3 ans, s'applique aux produits alimentaires et non alimentaires des TPE/PME réalisant jusqu'à 200 millions de chiffre d'affaires, de marques nationales ou de marque propre.

Les cinq engagements majeurs de l'accord sont les suivants :

- Pas de surcoût logistique et commercial pour les TPE.
- Une tolérance d'un jour pour la livraison par messagerie : en cas de retard de livraison inférieur ou

égal à 1 jour pour toutes les livraisons effectuées par messagerie (1 à 5 palettes), aucun surcoût logistique ne sera facturé par Carrefour.

- Plus de visibilité en promotion : Carrefour adressera au fournisseur 56 jours avant la date de livraison une « commande de réservation » et une commande ferme au plus tard 20 jours ouvrables avant la date de livraison, pour permettre au fabricant d'anticiper sa fabrication. Pour éviter les commandes dites « d'emballage » en cas de rupture de longue durée, le fournisseur s'engage à livrer jusqu'à 120% des volumes de l'année dernière sur la même période.
- Preuve du préjudice subi : la preuve du préjudice subi doit être apportée par le distributeur dans un délai de 30 jours avant facturation et ouvre une discussion avec le fabricant.
- Trois interlocuteurs dédiés par thème : le Groupe Carrefour s'engage à fluidifier les relations entre l'enseigne et ses fournisseurs TPE/PME/ETI avec un interlocuteur approvisionnement dédié par rayon au niveau national, un interlocuteur dédié sur les indemnités commerciales et un interlocuteur sur les indemnités administratives. La FEEF s'engage à fournir à ses adhérents une liste actualisée des contacts.

Au-delà du soutien via la contractualisation en filières, Carrefour accompagne la relocalisation de filières comme celles de la framboise et de la myrtille bio françaises au travers de sa Fondation. En 2023, 29 projets liés à l'agriculture durable et solidaire ont été financés par la Fondation pour un montant total de 2 246 740 euros (29% du budget total). La Fondation Carrefour contribue à la composition d'une rémunération juste et régulière des producteurs.

4. Développer le commerce équitable

4.1 La performance du Groupe

Indicateurs	Unités	2020	2021	2022	2023	2022/2021
Ventes TTC de produits issus du commerce équitable - marques propres et marques nationales	Millions d'euros	111 198	126 855	137 167	122 515	(10,7)%

4.2 Les plans d'actions du Groupe

En France, Carrefour a été la première enseigne de la grande distribution à commercialiser dès 1998 une référence équitable : un café de petits producteurs de la marque Malongo. De nombreux produits certifiés Max Havelaar® ont ensuite rejoint les rayons des marques Alter Eco, Ethiquable, Lobodis, etc.

En 2023, 123 millions d'euros de ventes de produits issus du commerce équitable ont été réalisés 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. La gamme en marque propre issue de l'agriculture biologique, lancée en partenariat avec Max Havelaar®, comprend aujourd'hui 50 références, dans 5 filières : banane, café, cacao, miel et thé dont 78% sont issues de l'agriculture biologique.

5. Exercer notre activité de manière solidaire

5.1 La performance du Groupe

Indicateurs	Unités	2020	2021	2022	2023	Evolution 2023/2022
Distributions						
Nombre d'équivalents de repas distribués sous formes d'invendus alimentaires	En millions de repas	77	44,1	45,6	48,7	6,6%
Poids d'invendus alimentaires valorisés par la vente de paniers en partenariat avec Too Good To Go en Europe	Tonnes	-	3 437	3 440	3 904	(0,1)% 13,6%
Fondation						
Budget annuel	Millions d'euros	6,75	6,75	6,75	6,75	-
Nombre de projet à impact soutenus	Nombre	42	72	83	77	(7)%

5.2 Nos plans d'actions

Être solidaire, pour Carrefour, c'est aider au quotidien les populations des pays dans lesquels le Groupe est présent. En s'appuyant sur son métier de commerçant et sa connaissance du tissu local, Carrefour accompagne des publics de tous les horizons et appréhende, avec les associations, des problématiques très diverses à l'échelle locale, nationale et internationale.

En 2023, et comme chaque année, de nombreuses opérations solidaires ont été orchestrées dans tous les pays dans lesquels le Groupe opère au travers de dispositifs variés tels que les collectes de denrées, les produits-partage ou le don en caisse. Carrefour se mobilise, entre autres, en faveur des Pièces Jaunes (France), des Banques Alimentaires (dans tous ses

pays d'intervention), d'Action contre la Faim (Italie), de La Croix-Rouge (Espagne, Roumanie et Pologne), de Pink Ribbon (Italie), d'Açao da Cidadania (Brésil), de l'Unicef (Argentine), de la SPA etc.

Avec 48 millions d'équivalents repas donnés en 2023, Carrefour est l'un des premiers donateurs privés en France. Lorsque des invendus sont générés, ils sont triés quotidiennement par les équipes magasins, les invendus sains et autorisés sont orientés vers les associations d'aide alimentaire locale. Au niveau mondial, le pôle Solidarité Groupe & France œuvre également pour le déploiement d'opérations solidaires communes à tous les pays intégrés.

Illustration :

Partenaire historique de la collecte des Banques Alimentaires depuis 1995, Carrefour a mobilisé ses magasins et collaborateurs pour la 39ème collecte des banques alimentaires. A travers cette mobilisation et l'engagement de ses équipes, l'enseigne a souhaité rappeler l'importance des valeurs de solidarité et de partage, alors que les plus démunis sont davantage confrontés à la précarité.

Au delà de la collecte, qui permet de collecter 10% des produits distribués chaque année par les Banques Alimentaires, Carrefour accompagne l'association tout au long de l'année à travers deux grands axes d'action :

- le don de denrées alimentaires issues des entrepôts et des ramasses magasins,
- les dotations financières par le biais de la Fondation Carrefour, qui permettent d'encourager le mieux manger auprès des publics précaires en finançant des formations à l'alimentation saine, comme le programme "Bons Gestes et Bonne Assiette."

5.2.1 La Fondation Carrefour

La Fondation s'inscrit dans la démarche de transition alimentaire portée par Carrefour, en accompagnant les acteurs de l'économie sociale et solidaire qui œuvrent pour un accès à une alimentation plus saine, plus équilibrée et plus diversifiée, en France comme à l'international.

Particulièrement sensible aux difficultés des personnes en situation de transition et de précarité alimentaire, Carrefour a alloué en 2023 une dotation de 6,75 millions d'euros à la Fondation Carrefour qui lui a permis de soutenir 77 projets au cours de l'année en lien avec l'agriculture durable et solidaire, l'anti-gaspillage solidaire et l'engagement sociétal.

Parmi les 77 projets soutenus en 2023 :

- 41 projets, dont 11 à l'international, concernaient l'engagement sociétal,
- 30 projets, dont 9 internationaux, concernaient l'agriculture durable et solidaire
- 6 projets concernaient l'anti-gaspillage solidaire,

La Fondation d'entreprise Carrefour déploie sa mission dans les pays d'implantation du Groupe : Argentine, Belgique, Brésil, Espagne, France, Italie, Pologne et Roumanie. Fortes de leur proximité avec le tissu local, ces entités accompagnent des actions de solidarité en collaboration avec les associations sur le

terrain. De leur candidature à leur réalisation finale, les projets suivent quatre étapes clés :

- **L'identification** : active dans la recherche d'acteurs associatifs qui partagent les mêmes ambitions et membre de plusieurs comités de sélection de projets dans l'ESS, la Fondation s'enquiert des innovations sociales liées à ses trois programmes d'intervention. Le formulaire "Devenir partenaire", disponible sur son site internet (fondation-carrefour.org) est également vecteur de nouveaux partenariats.
- **La sélection et la co-construction** : la Fondation veille à coconstruire avec les porteurs de projets associatifs et les équipes Carrefour des pays. Des échanges et rencontres ont lieu en amont pour évaluer l'ambition et l'impact des projets.
- **Le suivi et l'évaluation** : résolument collaboratif, l'accompagnement repose sur un double soutien financier et technique défini par la Fondation et les équipes implantées dans les pays.
- **Le financement** : la Fondation veille à étudier toutes les demandes et à attribuer les subventions aux associations, avec la validation de son Conseil d'Administration.

Jusqu'en décembre 2023, cette mission s'exprimait autour de trois programmes :

5.2.2 L'agriculture durable et solidaire

Nous accompagnons les filières agricoles vers des modèles plus durables, autour de l'agriculture biologique et de l'agroécologie, lesquelles participent à une meilleure préservation des ressources naturelles. Afin d'aider les agriculteurs à relever le défi d'une transition alimentaire accessible à tous, nous soutenons leurs efforts d'investissement et de formation. Pour agir en faveur de l'insertion professionnelle, reconnecter les citoyens à la terre et développer la biodiversité dans les villes, nous nous engageons également en faveur de l'agriculture urbaine. Un enjeu majeur pour des villes toujours plus denses, où vivent d'ores et déjà 50 % de la population mondiale. Pour leurs habitants, le maintien de zones naturelles en ville est essentiel.

L'anti-gaspillage solidaire

Parce que 13% du gaspillage alimentaire mondial est attribué aux distributeurs alimentaires¹, il est impératif de revaloriser les invendus alimentaires. La Fondation accompagne également la lutte contre le gaspillage non alimentaire sur toute la chaîne

d'approvisionnement. En soutenant les réseaux de transformation, nous répondons également à des enjeux de solidarité et permettons à des populations en difficulté de mieux consommer.

L'engagement sociétal

La Fondation Carrefour accompagne les initiatives qui permettent de faire le lien entre une alimentation saine et équilibrée et ses impacts positifs sur la santé. Elle souhaite par ailleurs faciliter l'engagement de chacun – citoyen, association et entreprise – en faveur de cette cause que nous avons tous en commun : la transition alimentaire solidaire.

A partir de janvier 2024, dans le cadre de son nouveau mandat, la Fondation Carrefour continuera à promouvoir l'accès à une alimentation pour tous en soutenant des projets visant à lutter contre la crise alimentaire et la précarité et à promouvoir l'éducation nutritionnelle.

¹ Food Waste Index, Report 2021, UN Environment Program : <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/35280/FoodWaste.pdf>

Depuis sa création, la Fondation Carrefour agit également en cas de situation d'aide d'urgence humanitaire. En décembre 2023, pour faire face à la progression de la précarité alimentaire, Carrefour a poursuivi son soutien auprès des associations d'aide alimentaire en leur distribuant 1 million d'équivalents repas supplémentaires pour la fin d'année soit plus de 1,5 million d'euros de nourriture. Depuis sa création, sa mobilisation face aux situations d'urgences humanitaires, catastrophiques s'élève à plus de 21 millions d'euros.

En parallèle du Pôle Solidarité Groupe & France et de la Fondation Carrefour, les pays intégrés portent des actions de solidarité auprès des associations nationales et locales. Quatre pays disposent d'une Fondation en propre :

- Fundación Carrefour Argentina est principalement axée sur la nutrition, l'éducation et la santé des jeunes générations, avec des programmes de construction de vergers, d'ateliers de cuisine santé, d'aide aux banques alimentaires dans leur mission d'accès à la nourriture pour les personnes qui en ont besoin et d'attention médicale et nutritionnelle dans les zones rurales du pays.
- Fundación Solidaridad Carrefour en Espagne concentre son action auprès des enfants malades et en situation de handicap.

En 2023, la Fondation Carrefour a porté différents appels à projets pour soutenir les initiatives, au niveau local ou à l'international, en faveur de l'agriculture durable et solidaire, l'anti-gaspillage et l'engagement sociétal :

- Ensemble pour la Transition alimentaire : en 2023, la Fondation Carrefour et Carmila ont organisé la troisième édition de l'appel à projets Ensemble pour la Transition alimentaire. Dix lauréats engagés en faveur de l'agriculture durable, l'anti-gaspillage et l'éducation nutritionnelle ont reçu un soutien financier de 10 000 euros afin de développer ou de pérenniser leur projet en faveur de la transition alimentaire. Ils bénéficieront également d'une opération de visibilité localisée dans l'un des centres commerciaux de Carmila en France afin de sensibiliser le grand public aux enjeux de la transition alimentaire. En 2023, les collaborateurs de Carrefour France et Carmila ont été invités à voter pour leur association préférée afin d'élire le Prix Coup de Cœur qui a reçu un prix de 3 000 euros.

L'engagement des collaborateurs

Carrefour a pour ambition de soutenir et d'accompagner les collaborateurs du Groupe qui souhaitent s'engager auprès d'associations. En septembre 2023, Carrefour a mis en place le programme Carrefour Solidarity, qui permet à tous les collaborateurs du Groupe en France (siège, magasins et entrepôts) de s'engager à hauteur de 2 jours par an sur leur temps de travail pour répondre aux besoins des associations

partenaires du Groupe (les Restos du Cœur, les Banques Alimentaires etc.). Depuis septembre 2023, 700 collaborateurs se sont inscrits sur la plateforme d'engagement mise à leur disposition et 10% ont réalisé des actions solidaires. Le Groupe souhaite petit à petit étendre ce dispositif à l'ensemble des 8 pays intégrés.

En 2024, le Groupe prévoit également de lancer un appel à projets dédiés aux collaborateurs engagés dans une association. Le programme accompagnera 10 lauréats qui recevront un financement pouvant aller jusqu'à 10 000 euros.



www.carrefour.com
@GroupeCarrefour

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