



Politique Environnementale

La stratégie RSE du groupe Carrefour

Convaincu que la performance se mesure également par la contribution à la Société, la responsabilité sociétale fait partie intégrante de la stratégie de Carrefour. La performance RSE est le résultat d'une démarche d'amélioration permanente impliquant tous les métiers du Groupe dans l'ensemble des pays et couvre les impacts environnementaux, sociaux et économiques.

Le Groupe mène des actions concrètes dans les pays où il est présent. Elles participent à une performance pérenne et responsable de l'entreprise.

La politique RSE de Carrefour se décline aujourd'hui en quatre axes principaux :

- limiter l'utilisation des ressources en luttant contre toutes les formes de gaspillage ;
- encourager la préservation des ressources et la biodiversité ;
- accompagner les partenaires de l'entreprise ;
- accompagner la dynamique sociale et encourager la diversité..

Cette stratégie est implémentée par la direction RSE Groupe et les équipes opérationnelles en charge des différents aspects de la stratégie RSE.

La politique environnementale

Intégrés dans la stratégie RSE, les engagements environnementaux sont construits sur la conviction partagée que les ressources sont limitées et ne doivent donc pas être gaspillées tout en étant préservées pour un futur durable et une empreinte environnementale réduite. La politique, symbolisée par une abeille, lutte contre toutes les formes de gaspillage, au long du cycle de vie des produits : depuis leur production agricole ou industrielle, à leur vente en magasin, leur consommation et jusqu'à leur fin de vie. Elle couvre également le processus de production par un engagement en faveur de l'agro-écologique et une approche durable des matières premières.

L'approche environnementale de Carrefour couvre les impacts environnementaux de son activité aux travers de ses produits, de ses magasins et de son activité opérationnelle. Sa formalisation est intégrée dans la stratégie RSE globale et est le résultat d'une analyse de matérialité des impacts de Carrefour au travers de ses différentes activités.

La politique environnementale présente donc une approche transversale des piliers de la stratégie RSE intégrant le plan anti-gaspillage, la protection de la biodiversité et l'accompagnement des partenaires de l'entreprise dans le cadre d'une collaboration active et d'une formation des équipes de Carrefour.

La lutte contre le dérèglement climatique en pour la protection de l'environnement constitue un défi collectif. Avec ses clients, ses fournisseurs et ses partenaires, Carrefour met en œuvre des solutions afin de s'adapter au changement climatique et de favoriser la transition vers une économie bas carbone. Elles sont portées par plusieurs engagements du Groupe :

- au sein du réseau Consumer Goods Forum (CGF), regroupant plus de 400 acteurs du secteur des biens de consommation, Carrefour s'engage à réduire l'empreinte carbone liée à la déforestation, aux réfrigérants et aux déchets alimentaires ;
- signataire du French Business Climate Pledge, le Groupe s'engage, conjointement avec 88 autres entreprises françaises, à investir pour la transition bas carbone et la lutte contre le changement climatique.
- Carrefour adhère à Caring for Climate (C4C), une initiative notamment portée par le Pacte mondial des Nations Unies. Aux côtés de 450 autres entreprises, Carrefour s'engage à réduire ses émissions de gaz à effet de serre (GES) avec des objectifs, une stratégie et des pratiques, et à les communiquer;
- Carrefour prend part à l'initiative Science Based Targets, menée par le CDP, le Global compact, le World Resources Institute (WRI) et le WWF®. Carrefour est ainsi engagé avec plus de 190 entreprises pour établir des objectifs de réduction de CO2, sur la base d'une démarche scientifique, pour maintenir le réchauffement climatique au dessous de 2 °C en 2100 par rapport aux températures de la période préindustrielle.

La politique environnementale se compose des différents engagements suivants. Chaque engagement comporte un objectif, une définition de cet objectif ainsi que sa couverture, la responsabilité de sa mise en place et de son suivi ainsi que son reporting.

A. Gaspillage alimentaire

Objectif: réduire de 50 % ses déchets alimentaires en 2025, par rapport à 2016.

Pour satisfaire cette ambition, Carrefour met en œuvre une politique globale de réduction des déchets alimentaires qui s'appuie sur plusieurs leviers:

- Professionnaliser en magasin la lutte contre le gaspillage : coachs Antigaspi, adéquation des stocks à leur écoulement, promotion des denrées à date courte, seconde vie donnée aux produits, valorisation des bio déchets et dons aux associations d'aide alimentaire ou à des épiceries solidaires ;
- Trouver des solutions avec les fournisseurs : extension de la durée de vie des produits de marques Carrefour, études du gaspillage en production, mise en vente d'articles avec des défauts visuels, aussi bons et sûrs que leurs équivalents, etc. ;
- créer des opérations de solidarité : développer une relation contractualisée avec des associations d'aide alimentaire pour distribuer les invendus en magasin et travailler avec la Fondation Carrefour qui agit pour l'alimentation solidaire et l'aide humanitaire d'urgence ;
- promouvoir l'enjeu auprès des clients : développement de solutions innovantes, sensibilisation et accompagnement dans une démarche de progrès.

Couverture: Magasins et entrepôts, fournisseurs et produits, logistique, clients, associations et partenaires.

Responsabilité: Comité anti-gaspillage (Comité d'investissements Groupe, directions consolidation financière, stratégie, risque & conformité et RSE)

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie
Objectifs et résultats intégrés dans l'indice RSE Groupe publié annuellement

B. Gestion des déchets

Objectif: prévenir la production de déchets et valoriser 100 % des déchets de ses hypermarchés et supermarchés d'ici à 2025.

Pour satisfaire cette ambition, Carrefour met en œuvre une politique globale, qui s'appuie sur plusieurs leviers:

- prévenir la production de déchets en magasin liée aux emballages et aux publicités sur le lieu de vente, en trouvant des solutions avec les fournisseurs;
- favoriser le tri et la valorisation en magasin, en mettant en œuvre/en utilisant des solutions innovantes avec les partenaires (production de biométhane et de compost avec les déchets organiques, mutualisation des collectes, etc).
- participer au développement des filières de tri et de valorisation dans les pays où celles-ci relèvent de la réglementation et transformer ainsi la gestion des déchets d'une contrainte à une opportunité financière, de concert avec les acteurs de valorisation du carton, du plastique, des déchets organiques et du bois ;
- participer à la structuration des filières de tri et de valorisation des déchets dans les pays d'implantation du Groupe où celles-ci ne sont pas soumises à la réglementation

La réduction et la valorisation des déchets s'appuient sur deux programmes complémentaires:

. La lutte contre le gaspillage alimentaire (voir ci-dessus), qui prévient la production de déchets organiques

. La réduction des emballages (voir ci-après), qui réduit en amont la production de déchets de cartons et plastiques.

Couverture: Magasins et entrepôts, fournisseurs et produits, logistique, associations et partenaires.

Responsabilité: Comité anti-gaspillage (Comité d'investissements Groupe, directions consolidation financière, stratégie, risque & conformité et RSE)

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie
Objectifs et résultats intégrés dans l'indice RSE Groupe publié annuellement

C. Changement Climatique

Objectif: Réduire de 40 % les émissions de CO₂ d'ici 2025 et de 70 % d'ici 2050 par rapport à 2010

Cet objectif se décline en plusieurs sous-objectifs:

- réduire la consommation d'énergie de 30 % d'ici 2025, par rapport à 2010 ;
- diminuer de 40 % les émissions de CO₂ liées aux fluides réfrigérants d'ici 2025, par rapport à 2010, grâce à l'utilisation de gaz frigorigènes naturels et à la limitation des fuites de fluides frigorigènes;
- réduire de 30 % les émissions de CO₂ liées au transport d'ici 2025, par rapport à 2010, en optimisant les modèles logistiques et en développant des alternatives à l'utilisation du diesel;
- augmenter la part des énergies renouvelables dans la consommation énergétique;
- engager les fournisseurs de Carrefour à définir des engagements chiffrés de réduction du CO₂ dans leur périmètre direct et en amont.

Pour satisfaire cette ambition, Carrefour met en œuvre une politique globale, qui s'appuie sur plusieurs leviers:

- déployer des technologies clés bas carbone dans les magasins
- appliquer le prix interne du CO₂ aux nouveaux projets d'investissements;
- communiquer en magasin, aux clients et aux salariés, les meilleures pratiques pour

- économiser l'énergie;
- développer, avec des partenaires logistiques, transport et énergie, de nouvelles solutions de transport plus responsable, notamment pour les livraisons en centre-ville;
- mettre en place un Plan d'adaptation au risque de changement climatique

Couverture: Sièges, magasins et entrepôts, investissements, fournisseurs, logistique, prestataires.

Responsabilité: Comité anti-gaspillage (Comité d'investissements Groupe, directions consolidation financière, stratégie, risque & conformité et RSE)

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie
Objectifs et résultats intégrés dans l'indice RSE Groupe publié annuellement

D. Packaging

Objectif: économiser 10 000 tonnes d'emballages d'ici 2025 par rapport à 2016

La politique de réduction des emballages s'appuie sur plusieurs leviers:

- optimiser les emballages : adapter les formes, réduire en taille, poids et couleurs, privilégier les encres végétales;
- supprimer les suremballages;
- favoriser les matériaux renouvelables et les matières recyclées;
- proposer aux clients des solutions de collecte des emballages en partenariat avec les collectivités et les fournisseurs.

Afin d'enclencher une dynamique et d'atteindre l'objectif de réduction des emballages, chaque pays du Groupe s'engage annuellement sur cinq projets en la matière.

Tout nouveau développement doit remplir des critères de réduction des matériaux, d'optimisation du taux de remplissage et des modes d'impression, de simplification de l'ouverture/fermeture, etc. La conservation du produit doit rester assurée afin de ne pas augmenter le gaspillage alimentaire. Pour limiter les déchets, les cartons et caquettes de transport des fruits et légumes sont remplacés par des bacs en plastique réutilisables. Le prêt-à-vendre (emballage secondaire utilisé comme présentoir) est développé, pour alléger et réduire les emballages primaires.

Couverture: Magasins et entrepôts, fournisseurs et produits, logistique, prestataires

Responsabilité: Département RSE avec le département de développement des produits et le département financier

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie
Objectifs et résultats intégrés dans l'indice RSE Groupe publié annuellement

E. Gestion de l'eau

Objective: Réduire la consommation d'eau par m² de surface de ventes

- Réduire la consommation d'eau des magasins par: un monitoring précis (compteurs dédiés) et le développement de nouvelles solutions (récupération d'eau de pluie et robinets économiseurs d'eau).
- Consommation dans la chaîne d'approvisionnement (usines): Projet Clean Water avec les fournisseurs (processus de production, utilisation de produits chimiques, traitement des eaux)

- Production agricole: pratiques agro-écologiques, production bio et solutions anti-gaspillage

Couverture: Magasins et entrepôts, fournisseurs et produits, prestataires

Responsabilité: Département RSE avec les départements opérationnels et sourcing

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie

F. Protection de la biodiversité

Carrefour s'engage autour de dix points clés cibles pour développer les principes de l'agro-écologie dans les Filières Qualité Carrefour et à distribuer des produits biologiques et équitables, pour proposer des références de qualité sur le long terme tout en protégeant la biodiversité.

a. Agriculture agro-écologique et bio, commerce équitable

Objectif: 5 milliards d'euros de ventes de produits bio en 2022

La promotion de l'agriculture agro-écologique et bio intégrer les mesures suivantes:

- Développement des filières qualité Carrefour: démarche collaborative lancée en 1992 pour encourager ses partenaires à produire avec des pratiques innovantes, respectueuses de l'environnement et de la biodiversité. Les producteurs des Filières Qualité Carrefour adoptent les socles que sont la lutte intégrée, la rotation des cultures, l'interdiction de l'épandage de boue des stations d'épuration, l'exclusion des productions végétales hors sol ou l'absence de traitement chimique post-récoltes sur les fruits et légumes. Des critères spécifiques par famille de produits complètent ces principes transverses.
- Développement de l'offre de produits issus de l'agriculture biologique certifiée, en produits frais, en épicerie, et en cosmétique.
- développement des produits d'import de petits producteurs combinant la certification commerce équitable MaxHavelaar® et la certification agriculture biologique.

Couverture: Fournisseurs et produits

Responsabilité: Directions sourcing et achat

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie
Objectifs et résultats intégrés dans l'indice RSE Groupe publié annuellement

b. Produits de la mer

Objectif: un produit de la mer Carrefour sur deux soit issu d'une démarche d'approvisionnement responsable d'ici 2020

Les produits issus d'une démarche d'approvisionnement responsable incluent:

- Les Filières Qualité Carrefour, filières sélectionnées et tracées jusqu'au bateau et/ou bassin d'élevage;
- Les produits certifiés: Aquaculture Stewardship Council (ASC), Marine Stewardship Council (MSC), produits bio;
- Les techniques de pêche et la qualité des stocks de poisson.

Pour atteindre cet objectif, Carrefour travaille avec ses producteurs et les acteurs de la filière afin de:

- privilégier les espèces abondantes, les produits certifiés et les techniques de pêche aux impacts moindres sur les écosystèmes. Carrefour suspend également la commercialisation des espèces sensibles;
- suspendre la commercialisation des espèces sensibles;
- développer une aquaculture responsable en sélectionnant les élevages aux bonnes pratiques (limitation de la pêche minière, interdiction des antibiotiques et, le cas échéant, alimentation sans OGM) ;
- soutien à la pêche locale durable à travers des partenariats avec les acteurs locaux;
- valoriser en magasin les produits issus de la pêche durable et la diversité des produits de la mer, signalés aux clients par l’emblème de la mouette ;
- promouvoir la lutte contre la pêche illégale.

Couverture: Magasins et entrepôts, fournisseurs et produits

Responsabilité: Directions sourcing et achat et direction RSE

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie
Objectifs et résultats intégrés dans l’indice RSE Groupe publié annuellement

c. Apiculture

Objectif: tous les pays du Groupe aient mis en place un Plan abeille d’ici 2020

Les quatre priorités de ce plan sont les suivantes:

1. Développer les ruches sur les toits des magasins, sensibiliser les clients au rôle de l’abeille dans l’environnement et développer une apiculture périurbaine;
2. Privilégier le référencement de miels locaux et nationaux, pour soutenir les apiculteurs
3. Développer des miels Filière Qualité Carrefour dans chaque pays, pour créer un partenariat direct avec les apiculteurs et garantir la traçabilité ;
4. Intégrer un chapitre sur la protection des pollinisateurs dans les cahiers des charges des fruits et légumes Filières Qualité Carrefour.

Couverture: Sièges, magasins et entrepôts, fournisseurs et produits

Responsabilité: Directions sourcing et achat, directions opérationnelle et RSE

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie
Objectifs et résultats intégrés dans l’indice RSE Groupe publié annuellement

d. Produits non issus de la déforestation

Objectif: Zéro déforestation d’ici 2020

Pour atteindre cet objectif, le Groupe actionne plusieurs leviers, notamment :

- mettre en œuvre les règles de conformité des achats de produits issus des forêts ;
- organiser des panels de parties prenantes pour adapter les règles de conformité d’achat aux situations locales et envisager des communications conjointes avec les partenaires auprès des clients en magasin (explication des labels, identification des produits, etc.) ;
- animer des opérations commerciales avec les ONG partenaires pour valoriser les produits issus de la démarche forêt durable.

Ce programme est déployé en priorité sur quatre typologies d’approvisionnement dont l’impact sur la forêt est le plus significatif:

1. Bois/papier

Objectif: 100% des ventes des 10 premières familles de bois / papier / pâte à papier provenant des sources responsables ;

Carrefour favorise une gestion durable des forêts pour ses produits contrôlés en bois et produits dérivés y compris le papier d'écriture, le mobilier, les articles en bois ainsi que le charbon de bois de marque de distributeur.

- Sur les familles de produits prioritaire qui représentent près de 80 % de la consommation de composants issus du bois ou du papier, Carrefour s'engage vers un approvisionnement à 100 % issus de forêts gérées durablement d'ici 2020 ;
- Signature la Charte bois de Carrefour, systématiquement annexée aux contrats ;
- Réalisation d'un audit technique avec un contrôle de la traçabilité du bois.
- Les critères de durabilité sont les labels FSC (Forest Stewardship Council) 100 %, FSC Mixte, PEFC (Pan European Forest Certification) Europe ;
- Suppression des approvisionnements en bois issus de forêts tropicales d'ici 2020.

2. Boeuf Brésilien

Objectif: 100% des fournisseurs de bovins brésiliens géo-référencés, en zéro déforestation s'ici 2020;

Dans certaines régions, notamment en Amazonie, la production de viande bovine peut être source de déforestation. Pour prévenir ce risque, Carrefour Brésil met en œuvre une politique active en la matière, qui vise à :

- Création d'une filière d'approvisionnement bovine responsable (Grupo de trabalho da pecuaria sustentavel – GTPS) ;
- Commercialiser, au Brésil, des produits de viande certifiés par l'ONG Rainforest alliance;
- Encourager ses fournisseurs à développer une traçabilité de leurs approvisionnements en viande bovine au Brésil.

3. Soja

Objectif: disposer d'une FQC issue d'animaux nourris par des protéines végétales "zéro déforestation" dans chaque pays d'ici 2020.

Carrefour s'engage contre la déforestation liée à la culture de soja et soutien la culture de soja sans OGM au travers des actions suivantes :

- Développement de produits animaux nourris sans OGM notamment au travers des Filières Qualité Carrefour (Certification ProTerra).
- Soutient au moratoire sur le soja en Amazonie.
- Promotion de l'utilisation de soja produit localement (ex. porcs nourris 100% soja Français).

4. Huile de Palme

Objectif: 100% de l'approvisionnement en huile de palme en conformité avec les engagements d'approvisionnement durable : certifiées RSPO ségrégué, RSPO mass balance, RSPO Next, POIG ou similaire d'ici 2020.

La politique d'approvisionnement de Carrefour en huile de palme s'appuie sur des critères de production incluant le standard de la RSPO et des exigences supplémentaires de protection des forêts et des tourbières.

- 100 % des produits des marques Carrefour contenant de l'huile de palme sont issus de filières soutenues par la RSPO;
- Développement de la part d'huile de palme « ségréguée », c'est-à-dire tracée pour son caractère durable tout au long de la chaîne d'approvisionnement depuis le raffineur.

Couverture: Sièges, magasins et entrepôts, fournisseurs et produits

Responsabilité: Directions sourcing et achat, et direction RSE

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie
Objectifs et résultats intégrés dans l'indice RSE Groupe publié annuellement

G. Construction et rénovation de bâtiments

Objectif: 100% des constructions de nouveaux centres commerciaux et expansions certifiés BREEAM et déploiement des certifications BREAM In-Use en France

Couverture: Magasins et centres commerciaux

Responsabilité: Carrefour Property

Reporting: Données collectées dans le Reporting RSE et auditée par une tierce partie