



Communiqué de presse  
Massy, le 19 avril 2021

## Ambition renforcée : Carrefour fixe de nouveaux objectifs pour son indice RSE et Transition Alimentaire

Trois ans après la création de son indice RSE et Transition Alimentaire, Carrefour rehausse ses objectifs et en fixe de nouveaux. Il est désormais intégré à la rémunération variable de l'ensemble des salariés de l'entité Groupe ainsi que celle des dirigeants des pays intégrés.

Carrefour a mis en place en 2018 un indice RSE et transition alimentaire qui permet d'évaluer les performances du Groupe et de suivre l'atteinte de ses objectifs en matière de responsabilité sociétale. Cet indice couvre 4 thématiques : l'approvisionnement responsable des produits, l'activité des magasins et la logistique, la perception et la satisfaction des clients et l'engagement envers son collectif de travail. À chacune de ces thématiques sont associés plusieurs objectifs quantitatifs et des échéances. 17 indicateurs font ainsi l'objet d'un suivi et d'une publication annuels. La moyenne des scores atteints pour chacun de ces indicateurs constitue le score global de l'indice. En 2020, l'indice RSE et Transition alimentaire a atteint le score de 115% (après 114% en 2019), soit une surperformance de 15 points par rapport à l'objectif initial.

Carrefour réhausse, d'une part, ses objectifs sur plusieurs thématiques pour confirmer et renforcer son engagement en matière de pêche durable, de lutte contre la déforestation, de nutrition et de santé, de produits locaux ou encore de réduction des emballages.

Carrefour se fixe, d'autre part, de nouveaux objectifs sur la réduction de l'empreinte carbone des produits vendus, le bien-être animal, l'engagement des fournisseurs de marques nationales, la diversité et l'engagement des collaborateurs.

A titre d'illustration, Carrefour s'est fixé les objectifs suivants :

- **Nutrition et santé** : Afin d'accompagner nos clients dans une consommation plus saine, nous nous engageons à atteindre 25% des produits alimentaires contribuant à la transition alimentaire d'ici 2025 et à ce que la recette de plus de 6000 produits soit revue pour réduire le taux de sucre, gras ou sel, et pour supprimer les substances controversées ou additifs d'ici 2022. Ces nouveaux engagements complètent l'application du Nutriscore sur 7000 produits en magasin et E-



commerce avant 2022 et la suppression de plus de 100 substances controversées dans nos produits de marque Carrefour.

- **Transition alimentaire en magasin** : dans le cadre de notre programme ACT FOR FOOD, l'indice RSE et transition alimentaire mesurera la satisfaction de nos clients sur les 5 priorités que nous nous sommes fixées :
  - Produits bio accessibles
  - Marque Carrefour saine et responsable
  - Lutte contre le gaspillage alimentaire
  - Suppression des plastiques à usage unique
  - Offre de produits ultra locaux
- **Engagement des fournisseurs** : dans le prolongement du pacte transition alimentaire lancé en 2019, avec plus de 30 grandes marques partenaires, Carrefour étend, en 2021, ce pacte aux fournisseurs nationaux dans chacun des pays. L'objectif est d'impliquer les marques plébiscitées par nos clients dans notre programme de transition alimentaire pour tous. L'ambition est d'engager 300 fournisseurs d'ici 2025.
- **Emballages** : Carrefour a doublé son objectif de réduction des emballages en le fixant à - 20 000 tonnes avant 2025. Le Groupe associe tous ses partenaires industriels dans l'objectif d'atteindre 1000 solutions d'emballages réutilisables afin d'approvisionner les dispositifs de réemploi, consignes et vrac déployés dans les magasins.
- **Climat** : pour atteindre son engagement de réduire de 30% les émissions de CO2 de ses activités indirectes (scope 3), Carrefour engage ses fournisseurs à participer à une réduction de 20 mégatonnes de CO2 de leur empreinte carbone avant 2025 via notamment le développement des protéines végétales, la réduction de la consommation d'énergie, le recours aux énergies renouvelables ou l'intégration d'ingrédients locaux et bas carbone.
- **Diversité et engagement des équipes** : Carrefour renforce, à l'échelle du Groupe, ses ambitions sur la diversité en fixant un objectif de 35% de femmes parmi ses 200 plus hauts dirigeants et l'intégration de 4% de salariés en situation de handicap, le développement des compétences par l'accès à la formation et l'engagement des équipes, mesuré par leur recommandation employeur.

Afin de favoriser l'atteinte de ces objectifs, des critères de performance ont été intégrés à la rémunération des dirigeants du Groupe. Dès 2019, l'indice RSE servait de base à hauteur de 25% au calcul de la rémunération des dirigeants dans le cadre d'un plan «



Long Term Incentive » et à hauteur de 20% à celui de la part variable annuelle du Président-Directeur Général (mandataire social). Depuis 2021, l'indice RSE est intégré à la rémunération variable de l'ensemble des salariés de l'entité Groupe, ainsi qu'à la rémunération variable des dirigeants des pays intégrés.



**Annexe : liste exhaustive des indicateurs de l'indice RSE et transition alimentaire 2021-2025**

**Produits responsables**

Thématique	Objectif	Evolution
<b>Agriculture durable</b>	15 % des ventes de produits alimentaires sont issues de l'agriculture biologique ou de l'agroécologie d'ici 2025	Nouveau
<b>Matières premières sensibles</b>	100% des matières premières sensibles sont couvertes par un plan de réduction des risques en 2025	Rehaussé
<b>Emballages</b>	100% d'emballages réutilisable, recyclables ou compostables en 2025	Confirmé
<b>Bien-être animal</b>	8 objectifs clés de notre politique bien-être animal déployés dans tous les pays d'ici 2025	Nouveau
<b>Engagement des fournisseurs</b>	300 fournisseurs engagés au sein du pacte pour la transition alimentaire d'ici 2025	Nouveau

**Magasins, e-commerce et logistique**

Thématique	Objectif	Evolution
<b>Gaspillage alimentaire</b>	50% de réduction du gaspillage alimentaire d'ici 2025 (vs 2016)	Confirmé
<b>Déchets</b>	100% de déchets valorisés d'ici 2025	Confirmé
<b>Climat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>30% de réduction des émissions de GES liées au scope 1 et 2 d'ici 2030, et 55% d'ici 2040 (vs 2019)</li> <li>29% de réduction des émissions de GES liées au scope 3 d'ici 2030, dont 30% de réduction des émissions de GES liées aux achats de biens et services (20 mégatonnes).</li> </ul>	Rehaussé
<b>Ancrage local</b>	30 000 partenaires locaux en 2025	Nouveau

**Clients**

Thématique	Objectif	Evolution
<b>Nutrition et santé</b>	6 000 produits dont les recettes sont revues pour réduire le taux de sucre, gras ou sel, et pour supprimer les substances controversées ou additifs d'ici 2022	Nouveau
<b>Offre transition alimentaire</b>	25% des produits alimentaires vendus contribuent à la transition alimentaire d'ici 2025	Nouveau
<b>Transition alimentaire en magasins</b>	+15 points aux baromètres clients en magasin concernant les produits bio et locaux, la réduction du gaspillage alimentaire et des emballages, la santé et la nutrition d'ici 2025	Nouveau



<b>Act For Food</b>	80% de nos clients pensent que Carrefour les aide à avoir une alimentation plus saine et responsable, tout en restant accessible en prix d'ici 2022	Confirmé
---------------------	---	----------

## Employés

Thématique	Objectif	Evolution
<b>Engagement</b>	Score minimum de 75/100 de recommandation employeur attribué tous les ans à Carrefour par ses collaborateurs	Nouveau
<b>Egalité femmes/hommes</b>	35% de femmes dirigeantes (top 200) d'ici 2025	Rehaussé
<b>Formation</b>	50% au moins des salariés ont accès à une formation tous les ans	Nouveau
<b>Handicap</b>	Au moins 4% des salariés sont en situation de handicap dans le Groupe d'ici 2025	Confirmé

### A propos du Groupe Carrefour

Fort d'un réseau multi-formats de plus de 13 000 magasins dans plus de 30 pays, le Groupe Carrefour est un des leaders mondiaux du commerce alimentaire. Carrefour a réalisé un chiffre d'affaires total de 78,6 milliards d'euros en 2020. Il compte plus de 320 000 collaborateurs qui contribuent à faire de Carrefour le leader mondial de la transition alimentaire pour tous, en offrant chaque jour une alimentation de qualité, accessible partout et à un prix raisonnable. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.carrefour.com](http://www.carrefour.com), sur Twitter (@GroupeCarrefour) et sur LinkedIn (Carrefour).

### Contacts

#### Relations investisseurs

Selma Bekhechi, Anthony Guglielmo et Antoine Parison

Tél : +33 (0)1 64 50 79 81

#### Relations actionnaires

Tél : 0 805 902 902 (n° vert en France)

#### Communication Groupe

Tél : +33 (0)1 58 47 88 80