

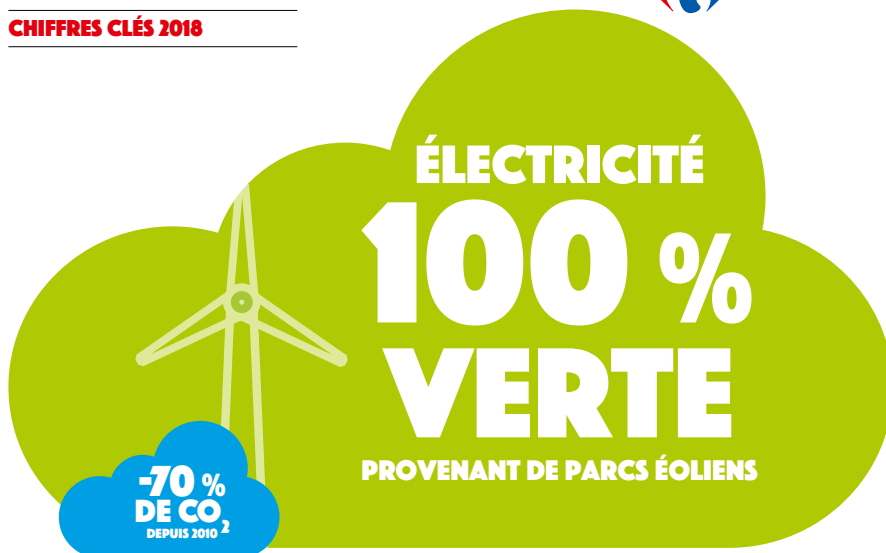


Bienvenue

CHEZ
**CARREFOUR
BELGIQUE**

DES ENGAGEMENTS, DES ACTES, DES RÉSULTATS





200 000
TÉLÉCHARGEMENTS
DE L'APP CARREFOUR

CARREFOUR BELGIQUE

Carrefour est un acteur incontournable du retail dans toute la Belgique où il propose des différents formats de magasins (Hypermarché Carrefour, Carrefour Market, Carrefour Express, Carrefour Drive) pour rencontrer les attentes de tous les clients. Carrefour est le premier et le seul distributeur à accompagner le client à chaque moment de son parcours de vie. Le Groupe Carrefour, dont Carrefour Belgique fait partie, est devenu au fil de ses 50 ans le commerçant de référence.

Carrefour a réduit de 25 % la teneur en sel de tous ses pains sans altération du goût, grâce au sel liquide Posidonia.

De même, une réduction de près de 2 tonnes de sucres a été réalisée en 2017 sur des produits de consommation courante, tout en conservant l'expérience gustative.

2,4
TONNES
DE SUCRES
EN MOINS

DANS
24
PRODUITS
CARREFOUR

7,4
TONNES
DE SEL EN
MOINS

DANS
83
PRODUITS
CARREFOUR



10 087
COLLABORATEURS

52 %
HOMMES



48 %
FEMMES





30
NOUVEAUX
MAGASINS
PAR AN

Carrefour Belgique est en plein essor et a besoin de place pour agrandir et faire évoluer son parc! Carrefour recherche et propose de belles opportunités de partenariat solide pour un investissement à long terme dans le retail.

10 000
PRODUITS

PROVENANT DE

700
PRODUCTEURS
LOCAUX

à moins de 40 km des magasins



80 %

DES MÉNAGES
BELGES

POSSÈDENT UNE BONUS
CARD

794 MAGASINS ET
64 POINTS DE RETRAIT EN
MAGASIN

En plus de sa capacité à innover, Carrefour Belgique met un point d'honneur à optimiser les fondamentaux de chaque site : accès, stationnement, signalétique, architecture, accueil et confort...



40



451



303

drive

200
POINTS DE
RETRAIT DRIVE

LES PRODUITS
CARREFOUR -
UNE GARANTIE
DE QUALITÉ
EN MOYENNE

30 %

MOINS CHERS

1 500

PRODUITS CARREFOUR
ONT ÉTÉ DÉVELOPPÉS
EN BELGIQUE

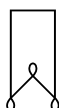
22

MILLIONS
DE SACS À PAIN
BIO COMPOSTABLES
DISTRIBUÉS
AUX CLIENTS





RENDRE LE MEILLEUR ACCESSIBLE A TOUS



Pour continuer à faire de Carrefour le commerçant préféré des Belges, Carrefour Belgique a lancé en 2018 un vaste plan de transformation touchant l'entreprise dans toutes ses dimensions.

UNE LONGUEUR D'AVANCE

Pour relever le défi de la transition alimentaire accessible à tous, et permettre ainsi à ses clients de mieux consommer, Carrefour Belgique déploie un plan de transformation ambitieux. Il repose sur 4 piliers : créer un univers omnicanal de référence, refondre l'offre au service de la qualité alimentaire, déployer une organisation simplifiée et

ouverte et augmenter les compétences des collaborateurs pour répondre aux défis du futur. Pour répondre à cette ambition, nous avons lancé en 2018 de nouvelles méthodes et organisation de travail ainsi qu'une série de chantiers qui porteront leurs fruits à court, moyen et long terme. Objectif : transformer l'entreprise en profondeur pour faire face aux défis de notre secteur en pleine mutation.

ENGAGEMENT ET POSITIVISME

Nous avons une confiance totale dans les actions et la direction du plan de transformation. Les changements opérés peuvent générer des craintes, c'est légitime, mais ils sont indispensables pour que nous puissions rester un des leaders du marché.

Pour parvenir à nos objectifs, il faut donc que nous fassions les choses plus simplement en réduisant les coûts au service des magasins, des franchisés et des clients. Pour cela, nous misons sur le positivisme et l'engagement de tous mais aussi sur la qualité et la vitesse d'exécution car les habitudes des consommateurs tout comme la stratégie de nos concurrents évoluent rapidement.

COMITÉ EXÉCUTIF



Guillaume de Colonges,
CEO Carrefour Europe
du Nord et de l'Est



Hilde Decadt,
Directrice des Opérations



Geoffroy Gersdorff,
Secrétaire Général



“ Nos franchisés sont nos meilleurs partenaires ”

DES AMBITIONS AU SERVICE DES CLIENTS ET DES FRANCHISÉS

A travers le plan de transformation, nous affichons des ambitions orientées autour du développement de la franchise, de l'omnicanalité, du repositionnement des Hyper, de la transition digitale, de la transition alimentaire, du renforcement de l'image de Carrefour, de l'amélioration de la performance et de la culture d'entreprise. Ces mesures se déclinent dans pas moins de **31 projets que nous avons lancés en 2018**, et dont le développement s'accélérera en 2019. Ainsi, parmi les nombreux projets, nous souhaitons devenir le meilleur franchiseur du pays car nous sommes persuadés que nos franchisés sont nos meilleurs partenaires. Pour cela, nous comptons poursuivre l'accompagnement de ceux-ci à travers un programme de formation, continuer le développement des services pour la franchise et accélérer la transition digitale via notamment Simply you box, Drive, ShipTo, One site et l'app Carrefour.

NOUVEAUX FORMATS ET NOUVEAUX CONCEPTS

Nous devons mettre l'innovation au cœur de la transformation, c'est la raison pour laquelle nous nous appuyons

sur le développement de nouveaux formats tels que le Carrefour Bio, le Drive Piéton et le Pick Up Box. Un autre axe de développement sera la mise en place de nouveaux concepts adaptés à ces formats innovants. Nous voulons ainsi à la fois créer de la restauration et une offre bio novatrice dans nos différents magasins, et moderniser les concepts Market et Express.

TRANSITION ALIMENTAIRE

Grâce au partenariat avec Greenyard, l'un des leaders mondiaux en approvisionnement de fruits et légumes, notre ambition est de devenir « le » référent en fruits et légumes, une ambition qui s'ajoute à notre volonté de consolider notre positionnement de leader dans la transition alimentaire. Celle-ci passe par le lancement de la plateforme Act for Food, l'amélioration des produits de la marque Carrefour, la prise d'engagements forts au niveau du zéro déchet et la poursuite de la collaboration avec les producteurs locaux.

UNE PROMOTION PLUS PERCUTANTE

En matière de promotion, notre volonté est de faire moins, mais mieux! Nous souhaitons privilégier une offre above

the line via la télévision et la radio, mais également mieux cibler notre communication en développant des messages personnalisés grâce au direct mailing, et faire du test mailing par zone pour augmenter la « share of wallet » de nos clients.

NOUVELLES TECHNOLOGIES

L'installation de nouvelles caisses répond aux attentes de nos clients : plus simple, plus rapide, tout en conservant le choix de la caisse classique. Nous accompagnons nos collaborateurs dans leur évolution digitale par nos formations et en mettant à leur disposition des smartdevices. Succesfactors, la nouvelle application des ressources humaines facilite leur démarches administratives.

En conclusion, vous l'aurez compris, nous souhaitons que le plan de transformation de notre groupe, initié en 2018, se poursuive et s'accélère en 2019. Nous sommes convaincus que nous y parviendrons si nous respectons les 5 leviers majeurs sur lesquels le plan s'appuie : la mise en œuvre des éco-zones, l'accélération de la transition digitale, la poursuite de notre ambition de devenir le référent de la transition alimentaire, la révision du modèle et de l'offre hypermarché et l'amélioration de la productivité opérationnelle au service de nos clients.

Si nous nous tenons à ce plan, alors ensemble nous aurons réinventé notre avenir!



Gilles Ballot,
Directeur Marchandises
et Supply



Francis Costenoble,
Directeur Financier



David Kestermans,
Directeur Marketing,
Digital & ICT



Pierre Leman,
Directeur Ressources
Humaines



HYPERMARCHÉS CARREFOUR

LE CHOIX ET LE SERVICE

Carrefour est le seul distributeur à avoir développé le format hypermarché au plan national, avec **40 Hypermarchés Carrefour** : 21 magasins en Flandre, 17 en Wallonie, 7 dans et autour Bruxelles.

L'EMPLACEMENT IDÉAL

- À proximité immédiate des centres commerciaux
- Grands parkings à disposition (350 à 800 places ou plus)
- Surface brute entre 5 000 et 21 000 m²



UN LIEU POUR TOUT, À PRIX POUR TOUS

Dans les Hypermarchés Carrefour, le client le plus exigeant trouvera ce qu'il attend, au meilleur prix et sous un seul toit.

Avec plus de 130 000 références disponibles chaque jour, les Hypermarchés Carrefour proposent le plus large choix de produits alimentaires et non alimentaires et au meilleur prix. Ce sont de véritables centres commerciaux

organisés dans un esprit boutique, en veillant à offrir un accueil et un service sur mesure.

L'assortiment de produits locaux le plus étendu de Belgique, des produits frais préparés et servis au comptoir par des spécialistes, du pain maison fabriqué et cuit sur place par des boulangers Carrefour, du poisson ultra frais en direct de la criée de Zeebrugge,





ADN HYPERMARCHÉ CARREFOUR

- Le meilleur choix au meilleur prix
- Le plus grand nombre de références et de services sous un même toit
- Les conseils de spécialistes
- Une expérience shopping inédite
- À la pointe de l'innovation retail



les produits BIO, des livres, l'électroménager... tout cela fait partie de l'expérience shopping offerte par les Hypermarchés Carrefour.

Chaque jour, les rayons proposent de nouvelles offres pour tous les produits du quotidien et, chaque semaine, des offres promotionnelles imbattables. Un service de commandes et de livraisons en ligne permet même d'en profiter sans se déplacer !

La rénovation des Hypermarchés Carrefour est en cours : une bonne occasion pour Carrefour de construire des projets qui soient des exemples en matière de préservation de l'environnement (économie d'énergie, réduction d'émissions, déchets).



LES PLUS DU FORMAT HYPERMARCHÉS CARREFOUR

- Organisation de type boutique ou halle
- Choix élargit tout sous un seul toit
- Accueil, conseil et spécialités
- Fait maison et sur mesure



AU CARREFOUR MARKET... COMME AU MARCHÉ

Carrefour Belgique se décline en plus de **451 Carrefour Market**, des supermarchés de proximité dont beaucoup ouvrent leurs portes aussi le dimanche matin. Un parc de supermarchés qui ne demande qu'à s'étendre chaque année...

L'EMPLACEMENT IDÉAL

- Zone urbaine ou rurale
- En entrée de ville ou sur les axes fréquentés
- Bonne visibilité et accès aisés
- Surface brute entre 800 et 3 000 m²
- Parking de 25 à 200 places



Chez Carrefour Market, les consommateurs d'aujourd'hui trouvent à deux pas de chez eux tout ce qu'ils recherchent pour leurs courses de tous les jours : un vaste assortiment de produits frais et de saison, locaux et adaptés (petites portions, sans gluten...), des prix attractifs dans tous les rayons, un cadre moderne et accueillant et du personnel à l'écoute.

Et en plus, chaque Carrefour Market propose sa propre sélection de produits locaux adaptée à la demande régionale. Ainsi, à Nivelles, on trouve des tartes al d'jotte. À Verviers, des tartes au riz. Et des cuberdons à Gand. De même, chaque point de vente adapte ses horaires et son offre de services pour répondre au mieux aux habitudes de ses clients. Même le dimanche.



LES TEMPS CHANGENT, CARREFOUR MARKET S'ADAPTE

Il y a, dans les Carrefour Market, bien des choses qu'on ne trouve pas ailleurs : le sourire et tout ce qui fait plaisir au quotidien.



ADN CARREFOUR MARKET

- Le meilleur choix pour les courses au quotidien
- Spécialiste du frais
- Le bon rapport qualité/prix
- Un ancrage et des produits locaux



Chez Carrefour Market, le shopping se veut simple et dynamique pour une organisation pratique et facile : un marché du frais organisé à l'entrée, des comptoirs en service à disposition, une offre digitale à la pointe, des services innovants (nettoyage à sec, retraits de colis) le tout dans un magasin le plus vert possible (diminution des émissions, éclairages LED et autres économies d'énergie).

Le format Carrefour Market est en plein boom.



LES PLUS DU FORMAT CARREFOUR MARKET

- Un assortiment adapté
- Du local et du frais
- Accueil, conseil et spécialités
- Tout pour les besoins de tous les jours



CARREFOUR EXPRESS, PROCHE ET OUVERT

Carrefour Express est la réponse de Carrefour Belgique à la demande de magasins de proximité. **303 Carrefour Express** offrent, dans leurs différentes versions (résidentiel, on the move, rural, petrol), une réponse adaptée au besoin de disponibilité de la clientèle actuelle. Une vingtaine de nouveaux magasins s'ouvrent chaque année.

L'EMPLACEMENT IDÉAL

- Zone urbaine ou rurale avec facilité de parking
- Zones habitées ou lieux de grand passage
- Bonne visibilité et accès aisés
- Surface brute entre 100 et 500 m²
- Bonne visibilité



portée de main pour vos besoins urgents du quotidien. Qu'il s'agisse d'un repas on-the-go ou de petites courses alimentaires, chaque Carrefour Express dispose pour chaque moment de la journée d'une offre variée et adaptée à la clientèle locale.

Une large gamme de solutions repas, des produits frais et les « indispensables » pour faire ou compléter ses courses.

Il y a toujours un Carrefour Express ouvert à proximité. Et ils sont ouverts tôt le matin et tard le soir, 7 jours sur 7, jours fériés inclus. Bref, les Carrefour Express sont toujours accessibles... tout comme leurs prix!

CARREFOUR EXPRESS, FACILE ACCESSIBLE, PRATIQUE

Besoin d'un croissant pour bien démarrer la journée? D'un sandwich sur le pouce? De farine pour les crêpes du mercredi après-midi? D'une idée repas pour le soir après le sport? Carrefour Express a toujours une solution à





ADN CARREFOUR EXPRESS

- Proximité
- Produits frais
- Les indispensables
- Offre adaptée (moments/clients)
- Rapidité
- 5 à 7 000 références
- Larges plages horaires

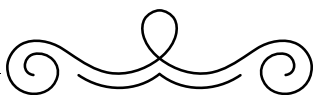


CARREFOUR BIO

L'ambition de Carrefour est de devenir le leader de la transition alimentaire pour tous. Le bio est le pilier majeur de cette ambition. Carrefour va la travailler en deux axes : Carrefour Bio, enseigne de proximité 100% bio et le déploiement des espaces dédiés bio dans l'ensemble de 800 points de vente de Carrefour Belgique. Le premier magasin de proximité Carrefour 100% Bio a ouvert ses portes sur 200m² à Woluwé-St-Lambert.

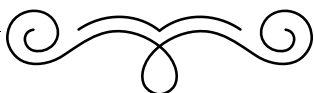
WALK-IN DRIVE

Le Walk-in Drive, une exclusivité Carrefour, offre de nouvelles solutions aux clients : la possibilité de commander en ligne ou via l'app, et de se faire livrer dans un point de retrait proche. Avantages : la grande diversité des produits disponibles au prix de nos hypermarchés et la livraison gratuite!



VIVRE AVEC SON TEMPS, VIVRE AVEC SES CLIENTS!

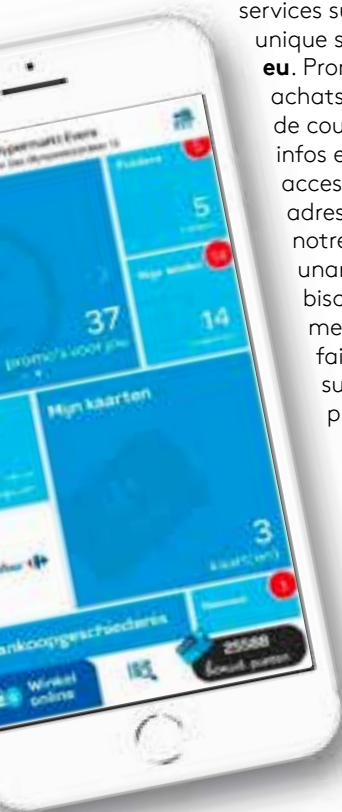
En Belgique, les attentes suivent les tendances : manger mieux, sain et local dans le respect de tous et de l'environnement. Chargée de promesses et d'engagements, «Act for Food» vient à la rencontre de ces nouveaux consommateurs, plus exigeants et responsables.



UN SITE, UNE APP!

Anticiper et inventer les services numériques de demain est incontournable pour satisfaire les nouveaux besoins de nos clients. Pour booster le volume des ventes en ligne d'ici 2022, Carrefour recentre son trafic et ses services sur un seul et unique site : **Carrefour.**

eu. Promotions, recettes, achats en ligne et listes de courses... toutes les infos et services sont accessibles via la même adresse. Quant à notre app Carrefour, unanimement plébiscitée, elle permet à nos clients de faire leurs courses sur leur smartphone, consulter



l'historique et leurs listes de courses, recevoir les dernières promotions, gérer leurs Points Bonus, consulter les folders, ou encore découvrir des recettes... Les ventes via l'app représentent aujourd'hui 10 % du volume complet d'achats. En constante évolution, l'App Carrefour sera demain la principale porte d'entrée vers les ventes alimentaires en ligne.

SHIPTO, L'APP QUI SIMPLIFIE LA VIE!

Inscrite en plein cœur de la stratégie omnicanales de Carrefour, ShipTo est la solution de **commandes et de livraisons** en ville. Conviviale et intuitive, l'app ShipTo remporte un grand succès. Et pour cause : une fois leur commande envoyée via l'App, elles sont préparées par un personal shopper, qui prendra personnellement

contact avec le client si un des produits venait à manquer. Dans les 90 minutes qui suivent, la commande leur sera apportée par un livreur en vélo cargo électrique. Le plus ? Les clients peuvent visualiser la position du livreur sur la carte et recevoir s'ils le souhaitent un statut de leur commande en temps réel. Toujours en phase pilote, ShipTo est actuellement disponible sur **l'ensemble des communes de Bruxelles,**

du lundi au dimanche compris de 10 h à 20 h.

L'avenir ? L'extension du service dans les villes de Gand, Louvain et Anvers. Carrefour est le

premier et le seul distributeur à fournir un tel service en Belgique!

À terme, le service va s'étendre à d'autres produits (hors gamme Carrefour), pour devenir une véritable market place digitale.





66

Carrefour poursuivra sans relâche sa transformation digitale pour offrir une expérience client unique, efficace et la plus intuitive possible.

99



LE NUTRI-SCORE, C'EST QUOI ?

Une app pour mieux manger ? En adaptant le Nutri-Score, Carrefour poursuit son avancée dans la sphère numérique. Toute denrée alimentaire respecte un système d'étiquetage nutritionnel précis, classant les aliments en **5 catégories**. Pour le consommateur désireux de savoir si son produit est plus ou moins équilibré, rien de plus facile avec Nutri-Score ! Il suffit d'**ouvrir l'app Carrefour**, de **sélectionner le produit** (ou de scanner son code EAN, c'est encore plus simple), et de **cliquer sur l'onglet «info»**, et le score du produit sélectionné apparaît. Aujourd'hui, **2285 produits Carrefour** sont déjà labellisés et répertoriés dans l'app. De manière générale, 2 produits sur 3 affichent **un score très bon (A)** ou **bon (B)**. Au rayon Traiteur, seules 3 références de l'assortiment n'obtiennent pas l'indice d'équilibre maximal. Une note qui incarne à elle seule l'engagement pris par Carrefour d'**accompagner le consommateur dans sa transition alimentaire**.

SIMPLY YOU BOX, POUR TOUTES LES FAMILLES, ET TOUS LES GOÛTS !

Préparer un repas en un tour de main, en évitant la corvée des courses ? C'est ce que propose Carrefour depuis 2016 avec la **Simply you box**. Chaque semaine, 10 recettes au choix, livrées à domicile ou dans un point de retrait avec l'ensemble de leurs ingrédients, facilitent la vie de nos clients. Jusqu'ici réservée aux couples ou aux petites

familles, la Simply you box va désormais à la rencontre de tous nos clients, en proposant de nouvelles **formules familiales** pour 1, 2, 3, 4 ou 5 personnes. **Autres nouveautés ?** La box offre désormais **jusqu'à 5 repas par semaine** et de plus en plus de **produits bio**. Résultat ? Plus de 1000 commandes par semaine font le bonheur des fins connaisseurs ou amateurs, avec des produits de saison sélectionnés avec soin, de préférence d'origine belge. Qui s'en priverait ? Pas nos clients !





CARREFOUR DRIVE, LA SOLUTION GAIN DE TEMPS !

Depuis 2013, les clients Carrefour ont la possibilité de faire leurs courses sur internet via **Carrefour Drive**. Chaque mois, près de 7 000 commandes sont préparées et livrées à domicile ou directement déposées dans le coffre de nos clients motorisés, heureux de réceptionner leurs produits frais en quelques minutes à peine. Mais Carrefour a voulu aller plus loin pour les clients non motorisés ou vivant au cœur des villes en créant les Walk-in Drive.



UN DRIVE PIÉTON, LA SOLUTION URBAINE !

Trouver un hypermarché en plein centre-ville n'est en effet pas chose aisée. Désormais, les plus citadins de nos clients peuvent commander leurs produits Carrefour préférés en ligne ou via l'app, et faire livrer leurs courses dans un point de retrait proche de leur lieu de travail ou domicile. Les avantages du **Walk-in Drive** ? La grande diversité des produits disponibles à la commande, au prix de nos hypermarchés. En plus, la livraison est gratuite ! Omnicanale et révolutionnaire, cette nouvelle offre vient compléter l'étendue des services proposés à nos clients pour leur faciliter la vie au quotidien.



L'OMNICALITÉ FACE AUX NOUVEAUX BESOINS DES CONSUMMATEURS

Grâce à ses 3 formats de magasins et ses solutions en ligne, Carrefour propose un écosystème physique et digital unique en Belgique. Une expérience inégalée qui met le client au centre de nos préoccupations.

Pressé ? Connecté ? En promenade ? Mobile ? Carrefour désire répondre à tous les types de comportements. Car après tout, c'est le client qui commande, au propre comme au figuré ! La politique d'investissement marketing de Carrefour fera elle aussi peau neuve, pour accompagner nos clients dans leur mobilité et leurs nouvelles habitudes de consommation. D'ici 5 ans, la moitié des investissements marketing seront orientés vers le digital, contre 8 % aujourd'hui.



LA CARTE BONUS

La Carrefour Bonus Card, bien plus qu'une simple carte!

En présentant cette carte lors de ses visites en magasin, le client récolte ses Points Bonus qui valent de l'argent. Outre de nombreux avantages tels les offres partenaires ou le service selfscan, le client reçoit régulièrement des offres personnalisées via nos newsletters et mailings. La Carte Bonus est également accessible dans l'application Carrefour.



À VOS SCANS, AVEC LE SELF CHECK-OUT

Carrefour accélère son plan de digitalisation et permet à ses clients de scanner eux-mêmes leurs produits, qu'ils paient ensuite par carte, sans contact ou en espèces. Ces nouvelles caisses répondent à l'attente des consommateurs en matière de facilité, de respect de la vie privée et de gain de temps. Cela ne signifie pas pour autant que les caisses classiques seront supprimées, **les clients conservant le choix** entre les trois types de caisses : caisse classique, self checkout, self scanning.





ACT FOR FOOD : PLACE A L'ACTION



100 %
RECYCLABLE

CHASSE AU GASPILLAGE!

D'ici 2025, 100 % des emballages Carrefour seront recyclables, réutilisables ou compostables.

En Belgique, les attentes suivent les tendances : manger mieux, sain et local dans le respect de tous et de l'environnement. Chargée de promesses et d'engagements, «Act for Food» vient à la rencontre de ces nouveaux consommateurs, plus exigeants et responsables.



DES ENGAGEMENTS POUR LA TRANSITION ALIMENTAIRE

La transition alimentaire est un enjeu majeur de ce 21^e siècle. Des changements s'imposent, pour nos modes de production, de distribution et de consommation. «Act for Food» répond à ces défis par une série d'**actions concrètes**, proposées dans nos rayons, mais également en dehors de nos enseignes. Carrefour souhaite ainsi répondre aux nouvelles préoccupations de nos clients : manger mieux au quotidien, de façon respectueuse. De plus en plus soucieux de la qualité, de la provenance et du mode de production des produits qu'ils consomment, nos clients trouvent ainsi chez

Carrefour la **marque BIO la moins chère de Belgique**, ainsi que la multiplication de certificats authentifiant le respect de nos modes de production et de distribution. Avec «Act for Food», Carrefour passe à l'action et poursuit des engagements pour offrir à chacun de ses clients des **produits de qualité, accessibles à juste prix**, répondant au désir des consommateurs de s'engager dans **une transition alimentaire**. Dans les rayons, plus de 600 références Carrefour BIO au prix le plus bas de Belgique traduisent déjà l'engagement de Carrefour. Mais «Act For Food», c'est bien plus que ça encore...



“

Placer la durabilité et la responsabilité au cœur de la stratégie de Carrefour.

”

DES ENGAGEMENTS ET DES ACTES

En déclinant son programme mondial «Act for Food» en Belgique, Carrefour s'est engagé ouvertement à agir, et à tenir ses promesses.

Au total, près de **20 actions ont été lancées**. Chacune d'elles propose une réponse concrète aux enjeux représentés d'une part par une alimentation plus saine, et d'autre part par une gestion responsable et durable des modes de fabrication des produits Carrefour. Ces actions s'appliquent donc à toute la **chaîne de production**, à la mise en valeur de **producteurs locaux**, aux **conditions d'élevage et d'abattage** (pêche et espèces menacées, interdiction d'utilisation préventive d'antibiotiques...), jusqu'aux **emballages** (lutte contre le gaspillage, réduction des plastiques, emballages recyclables ou le marquage au laser de produits comme les avocats...).



Véritable raison d'être de Carrefour, ce vaste programme a placé la **durabilité** et la **responsabilité** au cœur de la stratégie de Carrefour. Définitivement tourné vers l'avenir, «Act for Food» incarne l'ambition du groupe de devenir le **leader mondial de la transition alimentaire**.



CARREFOUR ET LES PRODUCTEURS LOCAUX

Plus qu'une promesse, des actes ! En Europe, 3 produits alimentaires Carrefour sur 4 proviennent de fournisseurs nationaux.



Bernard Bartholomé
de la Ferme du Tambourin

CONSOMM'ACTEURS : À NOUS TOUS DE JOUER !

De nos collaborateurs à nos clients, la transition passe par l'éducation et la formation. En Belgique, Carrefour propose des coachings diététiques à ses clients, et sensibilise ses clients à la saisonnalité, à la réduction des déchets et à l'anti-gaspillage alimentaire.



FILÈRES QUALITÉ CARREFOUR :

**+DE
2 000
TESTS EFFECTUÉS
PAR AN**

**1 500
PRODUCTEURS
PARTENAIRES**



Les Filières Qualité Carrefour (FQC), c'est le respect du producteur, de l'animal et du consommateur.

Le respect du client par une qualité impeccable, le respect du producteur par un partenariat durable et le respect des animaux et de l'environnement, grâce à des normes très strictes. De cette manière, Carrefour crée de la valeur pour toute la chaîne et lutte contre la dévalorisation de produits agricoles.



LA SANTÉ DANS L'ASSIETTE

Les aliments sains et bio remplissent un nombre croissant d'assiettes. Ténor de la grande distribution, Carrefour s'engage à rendre les aliments plus sains accessibles à tous.



LA SANTÉ PASSE PAR CARREFOUR !

Une alimentation saine est l'une des clés d'un organisme en bonne santé. Manger des fruits et légumes, limiter les aliments gras, acheter des produits de bonne qualité... Depuis le lancement du programme «Act for Food», Carrefour entreprend des **actions concrètes pour aider ses clients à mieux manger**. Et ce ne sont pas les actes qui manquent !

BLOCKCHAIN, UNE PREMIÈRE EN BELGIQUE !

Depuis des années déjà, Carrefour fait contrôler ses produits **Filière Qualité Carrefour** par un organisme indépendant. En faisant appel à la **blockchain**, Carrefour devient le **premier distributeur en Belgique** à appliquer cette technologie pour permettre aux consommateurs de retracer l'origine des produits Filière Qualité Carrefour, en toute transparence.



La blockchain est une technologie de stockage et transmission numérique, utilisée pour rendre certaines informations sécurisées et infalsifiables. Carrefour va plus loin encore, en rendant ces **informations accessibles à ses clients**, désireux d'en savoir plus sur l'origine, la qualité, la provenance et le mode de production de leur produit. Il leur suffit, via smartphone, de scanner le QR code présent sur l'étiquette du produit, pour obtenir les informations sur celui-ci en toute transparence. Un exemple ? Tous les produits «**Porc d'antan**» de la Filière Qualité Carrefour, permettent au consommateur de



“

Les produits Carrefour, le meilleur de nous-mêmes

”



retracer l'origine, les conditions d'élevage et d'alimentation des porcs et toutes les étapes de traitement des produits, avec l'assurance que ces données ont été vérifiées et sont fiables. Après avoir scanné le code QR, le client accède à la page web où il peut retrouver également des recettes avec le produit, ou introduire des remarques sur celui-ci. L'alimentation des porcs des produits Porc d'antan est 100 % naturelle, sans OGM et produite à la ferme ou à proximité.

ANTIBIOTIQUES, COLORANTS CHIMIQUES ET OGM? PASSEZ VOTRE CHEMIN...

En interdisant l'utilisation préventive d'antibiotiques dans ses Filières Qualité Carrefour, Carrefour s'engage à veiller au bien-être des générations futures. Outre les antibiotiques prescrits par nos médecins, nous pouvons également absorber les antibiotiques utilisés pour soigner préventivement les animaux d'élevage. Sur ce point,

Carrefour est intransigeant et explore des méthodes d'élevages privilégiant le bien-être animal et le recours à la vaccination, à l'homéopathie, à l'aromathérapie et à la phytothérapie. Ainsi, œufs bio, poulet d'Auvergne, porc d'antan, bœuf Bleue des prés, ou bar oméga permettent de savourer les meilleurs des produits, en toute confiance.

Du côté des **colorants chimiques**, la chasse est également ouverte! Pour garantir une alimentation de qualité aux enfants, Carrefour bannit les **arômes et colorants non naturels** de 190 produits alimentaires de ses marques Carrefour Kids et Carrefour Baby.

Enfin, Carrefour exige de ses fournisseurs qu'ils **bannisent les OGM de la totalité des produits** vendus sous la marque Carrefour. Une première en Belgique, qui a servi d'exemple à l'ensemble du secteur.

3

ATOUTS

LES ATOUTS DE LA FILIÈRE QUALITÉ CARREFOUR

- 1 - produits issus de partenariats durables
- 2 - produits savoureux avec une garantie de qualité constante, du champ à l'assiette
- 3 - produits issus de l'agro-écologie



FARM-TO-SHOP AU SERVICE DE LA VIANDE DE QUALITÉ

Première en Belgique : Carrefour et Vinçotte, plus grand organisme de contrôle en Belgique, associent leur savoir-faire et lancent la solution web « Farm-to-Shop », pour informer nos clients sur l'origine et la qualité garantie de la viande qu'ils achètent. Dans un premier temps, le système s'appliquera aux produits « Porc d'antan » de la « Filière Qualité Carrefour ». D'autres lignes de produits suivront très rapidement.



Carrefour 2^e plus grande centrale d'achat de Belgique

En novembre 2018, Carrefour a conclu un accord avec la centrale d'achat Provera Belux (cora, louis delhaize, MATCH, Smatch et Delitraiteur), afin d'acheter des produits en commun, les enseignes concernées conservant chacune une politique commerciale et promotionnelle strictement indépendante. Cet accord fait de Carrefour Belgique la deuxième plus grande centrale d'achat de Belgique.



FILIÈRES QUALITÉ, LE GOÛT DU FRAIS

En matière de qualité et de transition alimentaire, Carrefour en connaît un rayon ! Garantir la **fraîcheur** et le **goût** de nos fruits et légumes, notamment, est une mission de tous les jours. Elle passe par la **sélection de nos producteurs** et de leurs produits sur base des critères très stricts et par des **contrôles de qualité continus** lors de chaque étape de production, jusqu'à la distribution en rayon. Dans ce même rayon, nos spécialistes sont spécialement formés pour contrôler la qualité et la fraîcheur de nos arrivages, et pour sélectionner, sur base des normes de qualité très strictes, les meilleurs produits. Dernier produit à avoir rejoint les Filières Qualité Carrefour : le Gouda belge, proposé sous 3 formes : fromage entier, tranches et blocs. Et comme toute la gamme de fromages Filière Qualité Carrefour, emballés dans une barquette en carton recyclable.



FIRST IN FRESH SUR TABLETTE !

Avec le lancement de First in Fresh, tous nos magasins se sont équipés d'une tablette. Ils commandent les quantités adaptées à leurs besoins à même les rayons (via MyCadencier ou Greengard Fresh Direct).



FIRST IN FRESH, QUAND L'ASSORTIMENT EST ROI !

First in Fresh est une nouvelle plateforme de commande lancée en 2018. Elle offre aux Carrefour Express et Market de nombreux avantages. À commencer par les **livraisons plus fréquentes**. Désormais, les produits frais sont livrés au minimum 3 fois par semaine. Avec First in Fresh, les **délais de livraison** sont également **plus courts**. Nos magasins sont en mesure d'obtenir des articles en 24 h, 36 h ou 48 h, en fonction des produits. Autre atout pour ces enseignes de plus petite taille, à la clientèle de passage : First in Fresh permet de commander les **produits frais en plus petite quantité**. Résultat ? **Moins de gaspillage**, et des réassortiments de rayon mieux adaptés aux besoins de chaque magasin. Jusqu'ici limités par de grandes commandes, nos magasins sont aujourd'hui en mesure d'offrir un plus grand assortiment d'un même produit : plusieurs arômes d'une boisson à base de lait, par exemple.



UNE HUILE DE PALME 100 % DURABLE

De la pâte à tartiner chocolatée aux produits cosmétiques en passant par les détergents, l'huile de palme est partout. Conscient de l'impact environnemental et des conséquences sur la déforestation engendrée par sa culture intensive, Carrefour s'est engagé dès 2006 dans 2 axes principaux : la **substitution de l'huile de palme** par une autre huile (colza, tournesol), et l'utilisation d'une huile de palme **certifiée durable** (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Cette démarche responsable permet d'**améliorer le profil nutritionnel de nos produits** sans en changer le goût, tout en transformant le marché de l'huile de palme en une filière durable. Aujourd'hui, **100 % de l'huile de palme** utilisée dans les produits de marque Carrefour est **issue des filières RSPO**.



MOINS DE SEL ET SUCRE ? C'EST POSSIBLE !

Une étude révèle que les ménages belges consomment le double de la quantité de sel recommandée par l'OMS. Carrefour passe à l'offensive ! Désormais, nous utilisons **25 % de sel en moins** dans la majorité de nos pains. Le goût ? Il reste identique et savoureux grâce au **sel liquide Posidonia**. Récolté à l'état liquide dans les Salines de l'île espagnole Formentera, le sel de Posidonia est 100 % naturel et ne contient que 8 % de sodium, soit 32 % en moins que le sel classique.

Même combat pour le **sucré**. L'amélioration de la qualité nutritionnelle de nos produits est notre priorité. L'enjeu ? Garder le parfait équilibre de l'ensemble des ingrédients, leurs qualités gustatives et leur saveur authentique. En 2017, **17 tonnes de sucres** ont ainsi été utilisées en moins dans nos produits, sans aucune perte de goût ni de qualité. Il en va de même pour les **ajouts d'additifs**, qui sont désormais évités autant que possible.



ÉQUILIBRE NUTRITIONNEL, PARI TENU !

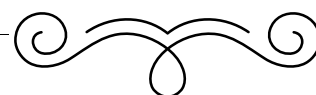
Avec **Act For Food**, Carrefour a pris des mesures concrètes pour aider ses clients à mieux manger. Un an après son lancement, le bilan est à la hauteur des engagements :

- **7,4 tonnes de sel en moins et 8 produits réduits en sel.**
- **62,6 tonnes de matières grasses et 4,8 tonnes d'acides gras saturés en moins dans nos articles.**
- **2,5 tonnes de sucres en moins dans 24 produits.**



LE BIO POUR TOUS, ET TOUS POUR LE BIO!

À la fois bonne pour la santé et pour l'environnement, l'alimentation bio connaît un véritable engouement. Coup de projecteur sur la gamme bio la moins chère de Belgique!



MARQUE
bio
LA MOINS CHÈRE
DE BELGIQUE

*dans le respect de tous les acteurs de
la chaîne de production*





CARREFOUR BIO, LA MARQUE LA MOINS CHÈRE DE BELGIQUE

Longtemps l'apanage des petites épiceries spécialisées et des consommateurs aisés, le bio vit depuis plusieurs années une révolution démocratique spectaculaire. L'offre s'élargit, et la demande s'accroît : un potentiel de développement anticipé très tôt par Carrefour. Depuis plus de vingt ans, nous ne nous contentons pas de suivre la tendance, nous voulons la devancer et la soutenir activement, pour rendre ces produits plus nombreux et plus accessibles.

DU BIO, DU VRAI !

Œufs, épices, pain, sucreries, viandes, cosmétiques, fruits et légumes : chez Carrefour, la vague du bio est à marée haute, dans chacun de nos rayons. Observez de plus près, vous serez surpris du nombre d'articles présentant le **label écologique officiel Bio de l'UE**. Il garantit que les produits sont issus de l'agriculture biologique. Concrètement, ces produits doivent être **biologiques à 100 %**, sauf s'il s'agit de produits transformés : dans ce cas, au moins 95 %

“ Carrefour BIO a secoué le secteur de la grande distribution ”



des ingrédients doivent être issus de l'agriculture biologique. Bon à savoir : l'agriculture biologique n'utilise **aucun engrais artificiel** et **aucun pesticide chimique**. Les organismes génétiquement modifiés ne peuvent pas être utilisés. Les engrais chimiques et les pesticides synthétiques sont également interdits.

LE BIO ACCESSIBLE À TOUS !

Avec sa marque **Carrefour BIO**, Carrefour a secoué le secteur de la grande distribution. Son objectif était de taille : **rendre le bio accessible à tous**, dans le respect des producteurs. Pour Carrefour, leader de la transition alimentaire, **la démocratisation du bio est en effet essentielle**. Comment garantir la marque bio la moins chère de Belgique ? Par des contrôles réalisés toutes les 2 semaines. Sa mission ? Comparer les prix d'une très large gamme Carrefour BIO en frais, épicerie, droguerie et parfumerie avec ceux de la concurrence. **Si nos prix sont plus élevés, nous les adaptons à la baisse**. C'est aussi simple que ça !

CARREFOUR BIO DES CHIFFRES DANS LE VERT

540
PRODUITS
CARREFOUR BIO

160
NOUVEAUX
PRODUITS
LANCÉS EN 2017

BIENTÔT
50
FERMES BELGES
SOUTENUES DANS LEUR
TRANSITION VERS LE BIO



ACTE 8

TOUJOURS MOINS DE PESTICIDES

- 26 ans de Filière Qualité Carrefour
- 0 % de résidus de pesticides pour les asperges Filière Qualité Carrefour
- 0 % de résidus de pesticides pour les poires Conférence Filière Qualité Carrefour

50 FERMES SOUTENUES PAR CARREFOUR DANS LEUR TRANSITION VERS LE BIO

En 2019, les Belges consomment **deux fois plus de produits bio** qu'il y a 10 ans. Face à cet engouement, les 1 625 fermes belges en possession de la certification bio sont loin d'être suffisantes. Si de nombreux agriculteurs désirent transiter vers une culture biologique, force est de constater qu'on ne devient pas fermier bio du jour au lendemain. Préparer les sols, apprendre les nouvelles méthodes, recevoir sa certification bio... toute cette préparation en

amont prend du temps, jusqu'à 3 ans pour certaines fermes. Durant cette conversion, les revenus provenant de la commercialisation des récoltes ne sont pas au rendez-vous. C'est pourquoi **Carrefour s'engage**, à travers l'Acte 7 de son programme Act for Food, à **soutenir les agriculteurs dans leur transition**.

Concrètement, Carrefour apporte un **soutien à 50 fermes belges** désirant entamer leur transition biologique. Mais ce n'est pas tout ! Carrefour s'engage également à **acheter une partie des productions** des fermes concernées pour une durée de 5 ans. Ce laps

CARREFOUR S'ENGAGE À FAVORISER L'AGROÉCOLOGIE

LES PESTICIDES EN NET RECUL

L'Acte 8 du programme «Act for Food» s'en prend quant à lui à l'utilisation des pesticides. Carrefour s'engage à favoriser l'agroécologie, afin de limiter au maximum l'utilisation des pesticides et protéger l'écosystème. À travers ses **Filières Qualité Carrefour**, Carrefour impose de nouvelles **méthodes de production plus naturelles**, comme l'introduction de coccinelles pour lutter contre les pucerons. Concrètement,

cet acte se traduit dans nos rayons par des **asperges et poires Conférence Filières Qualité Carrefour, garanties sans le moindre résidu de pesticides**. Les carottes, pommes de terre, tomates en grappe, chicons et cerises des Filières Qualité sont pour leur part produits en culture raisonnée avec un recours aux pesticides de manière contrôlée.



de temps couvre à la fois la période de conversion et les années qui suivent l'obtention de la certification bio.

En contribuant au développement de l'agriculture biologique en Belgique, Carrefour souhaite **élargir l'offre de produits bio belges** pour permettre au plus grand nombre de consommer des produits plus sains.

FACE AUX OGM, PAS DE COMPROMIS!

La culture des premiers OGM
(Organismes Génétiquement Modifiés)

végétaux, dès les années 1990, a suscité des espérances en termes d'augmentation de production agricole et de réduction de pesticides et désherbants. Mais depuis, leur utilisation a révélé des risques élevés sur l'environnement, et le manque de recul ne permet pas d'écarter tout impact sur la santé. Face à l'absence de certitudes scientifiques et à l'existence de risques non maîtrisés, **Carrefour a choisi**, à l'époque déjà, d'appliquer **le principe de précaution**. Depuis 1999, tous les OGM et dérivés ont été supprimés des produits alimentaires Carrefour, faisant du groupe un pionnier en la matière.

Carrefour continue à joindre les actes aux paroles, en continuant à exiger de ses fournisseurs qu'ils **bannissent les OGM** de la totalité des produits vendus sous la marque Carrefour (Acte 3 du programme «Act For Food»).





LA PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

L'alimentation se trouve au cœur de défis environnementaux. De la production au transport, Carrefour fait de la préservation de l'environnement un cheval de bataille.



À LA PÊCHE AUX CERTIFICATS !

45
POISSONNERIES
D'HYPERMARCHÉS
CARREFOUR
LABELLISÉES MSC

13
POISSONNERIES
CARREFOUR MARKET
EN COURS DE
CERTIFICATION

12
ESPÈCES SENSIBLES
INTERDITES
À LA VENTE

CARREFOUR FACE AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Si la transition énergétique est au cœur de la stratégie de Carrefour, elle est également l'affaire de tous. Pour une planète plus propre et responsable, chacun de nous est appelé à prendre ses responsabilités. Nos clients eux-mêmes désirent désormais limiter à tout prix les **conséquences environnementales de chacun de leurs actes d'achat**. Mais Carrefour n'a pas attendu ce constat pour entreprendre une autre transition : **la transition écologique et énergétique**.

PÊCHE DURABLE ET RÉDUCTION DES PESTICIDES

Garantir une alimentation naturelle et diversifiée n'est pas seulement l'enjeu du présent, mais c'est également un devoir pour les générations futures. C'est pourquoi Carrefour s'engage à **préserver les ressources marines** en interdisant la vente d'espèces menacées. Au-delà de cet engagement,

tous nos poissons sont issus de la **pêche durable**. En Belgique, Carrefour propose déjà **plus de 60 références affichant le label MSC ou AFC***, en rayon poissonnerie, en surgelé ou en conserve. Parfois, certains poissons seront absents de nos rayons, car nous respectons leur saisonnalité pour préserver le renouvellement des espèces. Ainsi, vous ne trouverez pas de bar sauvage entre mars et juin.

Les **pesticides**, quant à eux, sont en net recul. Carrefour s'engage en effet à favoriser l'agroécologie. Le but ? Limiter au maximum l'utilisation des pesticides pour protéger et renforcer la biodiversité. À travers ses Filières Qualité Carrefour, Carrefour impose de nouvelles méthodes de production plus naturelles.

* Le label MSC (Marine Stewardship Council) garantit la pêche d'espèces non menacées, avec des techniques de pêche respectueuses et une traçabilité assurée de l'étal jusqu'à l'océan.

Le label ASC (Aquaculture Stewardship Council) garantit du poisson issu d'élevages responsables assurant le bien-être de l'animal et ayant un faible impact sur l'environnement naturel.



“

Entre la transition alimentaire et la transition écologique, il n'y a qu'un pas.

”

EMBALLÉ, PESÉ ? OUI, MAIS DANS DES SACS RÉUTILISABLES !

L'introduction de sacs réutilisables en nylon pour les fruits et les légumes est actuellement à l'essai dans 4 hypermarchés Carrefour.

DU CÔTÉ DES ÉMISSIONS...

Entre la transition alimentaire et la transition écologique, il n'y a qu'un pas. D'ici 2025, Carrefour ambitionne d'afficher **40 % d'émissions de CO₂ en moins**, notamment en visant la **réduction permanente** de sa consommation d'énergie.

DE L'ÉLECTRICITÉ 100 % VERTE, ET BIEN PLUS ENCORE.

Partenaire d'un site éolien situé en mer du Nord, le parc des enseignes Carrefour est désormais alimenté par de l'**énergie 100 % verte, et belge**. Au total, 40 hypermarchés, 44 Carrefour Market, 2 dépôts ainsi que le Siège Central d'Evere bénéficient déjà de ce partenariat écologique.

À côté de ce nouvel approvisionnement propre, toutes les centrales frigorifiques ont été remplacées par des **solutions de réfrigération plus durables**, où les fluides frigogènes à effet de serre sont remplacés par du CO₂ transcritique.



Les magasins opèrent eux-mêmes un **virage écologique**, avec pour objectif la réduction des émissions de CO₂ liées à la gestion du bâtiment de 30 % d'ici 2025. Cet objectif sera atteint en réduisant sensiblement leur consommation d'énergie par de l'**éclairage LED**, l'installation de frigos hyper écologiques,

ou encore des systèmes de **chauffage** et de **climatisation** avec récupération d'énergie. À cette transformation s'ajoute la formation continue de l'ensemble de nos collaborateurs pour une gestion toujours plus efficace de l'énergie : fermer les portes des chambres froides, ne pas laisser les fours allumés à vide, éteindre et fermer systématiquement les lumières...

Côté **logistique**, de nouvelles mesures ont été mises en place pour réduire les transports de 30 % (nouveaux camions, nouveaux itinéraires, nouvelles règles de remplissage des camions). De plus, les camions de livraison approvisionnant les magasins Carrefour roulent au **biométhane** issu des déchets provenant de nos magasins. Nous expérimentons depuis 2 ans ce nouveau mode de transport, qui contribue à **réduire fortement les émissions polluantes** à travers le **recyclage des déchets** non consommables des magasins.



José Willaert,
Carrefour Market Mariakerke





CARREFOUR, PIONNIER DE LA DÉMARCHE ZÉRO DÉCHET

Si la lutte contre les déchets et l'utilisation injustifiée du plastique est l'affaire de tous, elle s'inscrit aussi au cœur de la stratégie Carrefour.



SORTEZ VOS BOÎTES RÉUTILISABLES !

Depuis novembre 2017, les clients peuvent apporter leurs propres **boîtes réutilisables** pour emballer les produits frais qu'ils achètent. La satisfaction de nos clients ? Immédiate ! C'est bien connu, **diminuer l'usage des emballages facilite la vie** ! Carrefour est **la première enseigne** de grande distribution à proposer ce service à ses clients. Nous espérons ouvrir la voie à cette pratique simple, efficace et ultra propre !

EXIT LE PLASTIQUE À USAGE UNIQUE !

Carrefour a pris des engagements forts dans le cadre de son programme « Act For Food ». L'Acte 9 vise à **lutter activement contre le plastique à usage unique** et l'Acte 11 à **réduire les emballages de ses produits**. Ces deux engagements s'inscrivent aussi dans une démarche à long terme : réinventer les emballages et passer du jetable à une économie circulaire. Notre ambition ? **Atteindre 100 % d'emballages recyclables, réutilisables, ou compostables** pour les produits à la marque de l'enseigne **d'ici 2025**.



UNE DÉMARCHE PERMANENTE

Nous nous efforçons constamment de réduire ou substituer les emballages de nos produits : jusqu'à 2000 emballages sont ainsi modifiés chaque année pour réduire les déchets plastiques. Nous invitons également nos clients à laisser les emballages plastiques à l'entrée de nos magasins dans des bacs prévus à cet effet.





CARREFOUR ET LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ

Dans tous les pays, Carrefour entreprend des actions concrètes pour favoriser des filières responsables qui protègent mieux les écosystèmes et contribuent à préserver les ressources naturelles. En Belgique comme ailleurs, cette politique se traduit par le développement de modes de production alternatifs, et par la protection des animaux, de la naissance à l'abattage, au sein des modes de production conventionnels ou alternatifs.



EN VRAC

Tous nos fruits et légumes bio – comme la plupart de nos fruits et légumes – étaient déjà disponibles en vrac. Mais depuis peu, de nouveaux rayons proposent également des produits secs (céréales, riz, pâtes, haricots, etc.), proposés avec un système de distribution à la fois pratique et hygiénique. Le client peut amener ses contenants ou son panier – nous proposons un service de pesée assistée – ou se servir des sacs biodégradables mis à disposition.



BEPULP : L'ALTERNATIVE AU PLASTIQUE JETABLE

Depuis le 1^{er} janvier 2019, Carrefour a banni tous les articles en plastique à usage unique de ses rayons en proposant des alternatives durables. Pailles, gobelets, couverts sont supprimés de nos rayons pour être remplacés par des alternatives durables : le carton, comme par exemple pour les assiettes jetables de la marque Carrefour, et la gamme BePulp.

Les produits de la gamme BePulp sont fabriqués à partir de matières naturelles renouvelables, abondantes et compostables : la bagasse, un résidu fibreux de canne à sucre, et l'amidon de maïs.



20 TONNES DE PLASTIQUE EN MOINS EN 2018

En 2018, Carrefour a adapté les emballages des ravers et barquettes de son rayon boucherie. Le polystyrène et le plastique ont été réduits de 20 tonnes en un an, tout en garantissant à la viande un mode de conservation optimal.



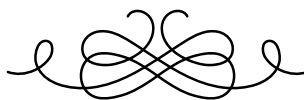
COTONS-TIGES EN PLASTIQUE ? C'EST DU PASSÉ !

Carrefour Belgique est le premier distributeur à cesser de commercialiser des cotons-tiges en plastique. Diverses alternatives bio et non bio en papier sont déjà disponibles en magasin !



SOUTIEN À L'APICULTURE

Les abeilles constituent un maillon essentiel de notre écosystème, hélas de plus en plus menacé. Carrefour soutient l'apiculture et s'est fixé pour objectif que tous les pays du Groupe aient mis en place un plan abeille d'ici 2020 : constitution de ruches sur les toits des magasins, commercialisation de miels locaux, développement d'un miel Filière Qualité Carrefour.



NOTRE ANCRAGE? 100 % BELGE !

LES NOUVEAUX ACTEURS DU CIRCUIT COURT

Un producteur local est une petite exploitation agricole située dans un rayon d'environ 40 km autour du magasin. Fraicheur et traçabilité garanties ! Ce partenariat entre Carrefour et l'agriculture locale profite à tous : les producteurs élargissent leurs productions et rentabilités, et nos clients retrouvent en rayon des produits authentiques de leur région. En soutenant l'économie locale, nous valorisons ainsi les savoir-faire du terroir, tout en limitant également notre impact environnemental.

La proximité de Carrefour, du nord au sud du pays, n'est pas qu'au service de ses clients, mais aussi de tous les producteurs belges que nous soutenons. Au total, plus de 10 000 produits locaux proposés à nos clients sont issus du terroir.



ENTRE CARREFOUR ET LES PRODUCTEURS LOCAUX, LE COURANT PASSE !

Notre ancrage local, nous ne le devons pas qu'à nos points de vente répartis sur l'ensemble du territoire belge. Accompagner nos clients dans leur transition alimentaire, c'est un travail quotidien. Un travail qui passe par la qualité de nos produits, leur origine et leur provenance locale.

SOUTIEN PRIVILÉGIÉ AUX PETITS PRODUCTEURS LOCAUX

En matière de qualité et de durabilité, **la proximité est essentielle**. Depuis quelques années, on constate un engouement croissant pour l'économie locale et pour l'entrepreneuriat citoyen autour de la question des circuits courts. Chez Carrefour, cela se traduit en actions concrètes depuis près de 7 ans, en mettant en valeur les produits de producteurs locaux. À l'origine, Carrefour a inauguré ce type de collaboration dans 2 de ses enseignes, en 2012. Très vite, l'ensemble de nos hypermarchés et de nombreux Carrefour market ont suivi le pas, proposant aujourd'hui **plus de 10 000 produits** provenant directement de **700 petits producteurs belges**. Carrefour s'est par ailleurs fendu d'une charte qui adapte les procédures aux petites structures et à leurs manières de travailler. Une manière sympathique et efficace de donner davantage de visibilité à leurs produits.



66

Renforcer notre collaboration avec les agriculteurs locaux jour après jour.

99



MANGEZ, C'EST DU BELGE!

Sensibiliser nos clients au savoir-faire, à la qualité et au goût de produits belges, voilà un beau défi que s'est assigné Carrefour! Depuis, **les laits équitables belges** Fairebel, Bande des Félaits et C'est qui le patron ont pris une belle place dans nos rayons. Aujourd'hui, **95 % de la viande Carrefour** et **75 % de la charcuterie Carrefour** sont **d'origine belge**. Et au rayon des œufs, **100 %** de la marque Carrefour sont désormais belges. Carrefour est donc en mesure de mieux veiller au bien-être des poules et au respect des normes concernant leur alimentation pour qu'elles pondent des œufs de bonne qualité tous les matins. Une collaboration avec les agriculteurs locaux renforcée jour après jour, pour le plus grand bonheur de notre clientèle.

LE CIRCUIT COURT EN QUELQUES CHIFFRES

PLUS DE
700
PETITS
PRODUCTEURS

PLUS DE
10 000
PRODUITS
LOCAUX





+ DE
80 000
CONTRÔLES
QUALITÉ PAR AN



VENTE DE PRODUITS LOCAUX EN LIGNE

Quand économie locale et solution digitale se rencontrent, ce n'est pas pour mécontenter les habitants d'Arlon. C'est en effet en Ardennes que Carrefour a décidé d'ouvrir pour la toute première fois sa **plateforme digitale** aux **producteurs locaux**, désireux de toucher un nouveau public « connecté ».

Carrefour avait déjà adapté ses services d'approvisionnement, de facturation et de paiement à la logistique et la réalité de ses petits producteurs partenaires. Mais c'est maintenant tout son

système de commande en ligne qui a été revu, **afin de permettre d'accueillir une offre 100 % locale**. L'apparition de l'onglet « **Produits locaux** » permet aux clients de choisir des aliments produits dans un rayon de 40 km du magasin sélectionné **dans l'application ou sur le site Carrefour**. Simple, intuitif et collaboratif!

Carrefour compte étendre ce service à l'ensemble de ses magasins ayant déjà une offre « physique » en produits locaux.





LES BIENS-FAITS DU CIRCUIT COURT

Un mode de production et de commercialisation qui vise à rapprocher le producteur du consommateur n'apporte que du positif à la société.

À travers la Filière Qualité Carrefour, le circuit court :

- assure un revenu équitable au producteur
- garantit un prix juste au consommateur
- renforce la transparence de la filière et la traçabilité des produits
- valorise le savoir-faire des producteurs
- crée des opportunités d'emploi dans le secteur agricole



LA FILIÈRE QUALITÉ CARREFOUR

En matière de savoir-faire agricole local, Carrefour a une longueur d'avance. **Depuis plus de vingt ans**, la **Filière Qualité Carrefour** permet à nos clients de retrouver le **bon goût** et la **qualité** des produits qu'ils aiment savourer depuis toujours. Grâce à des partenariats privilégiés avec des **producteurs locaux**, ces aliments sont produits selon un **cahier des charges rigoureux, dans le respect de l'environnement**. Cerise sur le gâteau : les producteurs de ces produits sont **rémunérés à un prix équitable**. La Filière Qualité Carrefour, c'est une nouvelle façon de consommer, plus responsable et plus authentique.



PRODUITS CARREFOUR BELGES



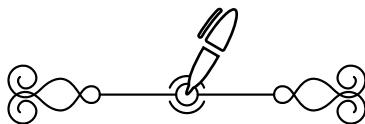
**100 %
DES ŒUFS**

**95 %
DU LAIT**

**95 %
DE LA VIANDE**

NOTRE ATELIER DE PÂTISSERIE

Eclair, 1^{er} atelier de pâtisserie de Belgique, est devenu 100 % Carrefour dès 1999. Spécialisé depuis 1982 dans la production de pâtisserie fraîche, Eclair n'utilise que des matières premières fraîches et fabrique des produits semi-finis ou finis, livrés frais ou surgelés. Les 130 personnes de l'entreprise de Mollem (Brabant flamand) préparent chaque jour les commandes de ses 500 clients, selon plus de 150 recettes.



CARREFOUR ET L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE

Ouverte sur le monde, Carrefour n'a de cesse de se réinventer pour renforcer les liens entre les populations et faire de la solidarité l'affaire de tous.



En s'appuyant sur les **associations locales**, Carrefour implique ses employés, ses clients et ses fournisseurs dans une solidarité de proximité. Collaborateurs et clients sont ainsi au cœur de l'action sociale menée par la Fondation Carrefour au profit de diverses associations.

ARRONDI SOLIDAIRE

Les clients de Carrefour peuvent arrondir leur paiement à la caisse à l'euro supérieur, et offrir ainsi leurs centimes aux banques alimentaires. Mis en commun, ces petits efforts individuels peuvent faire une grande différence pour les 250 000 personnes qui chaque jour font appel aux services d'aide alimentaire.

En 2018, cette action qui a duré du 17 au 28 janvier a permis de récolter quelque 226 428 euros, soit l'équivalent de 75 476 repas.



FAIRTRADE : UN PEU, BEAUCOUP, PASSIONNÉMENT...

Acheter un produit Fairtrade, c'est accomplir un acte positif et marquer sa solidarité avec les petits producteurs des pays en voie de développement ou des pays du Sud. Avec **le plus grand assortiment Fairtrade** en marque de distributeur dans le retail belge, Carrefour poursuit l'élargissement de son offre équitable, en utilisant notamment exclusivement du cacao équitable pour préparer les pâtisseries Carrefour. C'est le « **Fairtrade Cocoa program** », lancé lors de la semaine du Fairtrade en octobre 2018.



VOUS AVEZ DIT FAIRTRADE ?

En 2018, le bilan de la présence des produits Fairtrade dans nos rayons est encore plus positif qu'en 2017 :

- 2 nouveaux produits Carrefour BIO Fairtrade
- Tout le cacao utilisé en pâtisserie est équitable
- Mise en avant du chocolat Belvas « Fairtrade Cocoa program »
- 113 produits Fairtrade proposés en rayon

QUAND L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE DEVIENT L'AFFAIRE DE TOUS



CARREFOUR DONNE UNE SECONDE VIE AUX INVENDUS

Sandwichs, salades, desserts, fleurs ou produits frais : les articles invendus représentent un volume considérable de gaspillage et affectent quotidiennement notre chiffre d'affaires. Heureusement, **réintégrer les produits non consommés dans le circuit de la vente** est aujourd'hui possible. Au-delà des dons alimentaires via les Banques Alimentaires et la Bourse aux dons, l'app « **Too Good To Go** » permet aux consommateurs d'acheter à **prix réduit** les invendus de la journée, sous la forme d'un panier-surprise. À ce jour, 240 magasins ont déjà franchi le pas de la consommation durable. Une opération **doublement gagnante** : Carrefour contribue à la réduction des émissions de CO₂ et la **valorisation d'aliments autrefois gaspillés**, et nos clients profitent de délicieux produits à prix réduit.

UN DÎNER DE RÉVEILLON POUR TOUS

Pour la plupart d'entre nous, les fêtes de fin d'année riment avec famille, repas de fête et cadeaux. Pour les personnes plus démunies, cette période intensifie le sentiment d'isolement et de solitude. Sensible à cette réalité, Carrefour a lancé l'action « **Cuisine solidaire** » pour offrir à tous, via les Banques Alimentaires, des repas de qualité durant les fêtes. Le principe consiste à proposer à tout cuisinier bénévole de donner un peu de son temps pour la réalisation de repas, dans 2 cuisines pop-up installées à

+ DE 3 MILLIONS DE REPAS OFFERTS CHAQUE ANNÉE PAR CARREFOUR



Bruxelles et Malines. Les collaborateurs de Carrefour se sont joints à l'initiative, transformant cette première édition de cuisine éphémère en un **succès festif et participatif**, avec plus de 2000 repas offerts en 4 jours.





66

Cela signifie beaucoup pour nous que la plus grande chaîne de supermarchés du pays rejoigne nos efforts dans la lutte contre le cancer du sein.

99

Bettina Geysen, Pink Ribbon



LE PINK RIBBON ET CARREFOUR

Carrefour et Pink Ribbon, c'est depuis de nombreuses années une alchimie positive, teintée de rose ! S'associer à Pink Ribbon est un choix logique pour Carrefour. En effet, les collaborateurs de Carrefour soutiennent fortement cette association, car tous se sentent concernés, de près ou de loin, par le cancer du sein. Un soutien qui se manifeste **depuis plusieurs années** et qui fait de Carrefour un **partenaire structurel depuis 2014**. En 2016, en plus de la vente du Ruban Rose emblématique à l'accueil du magasin, le soutien de Carrefour s'est illustré par la vente d'un livre original, rédigé par les hôtes et les hôtesse de caisse : « Le lapin sur le parking ».

En 2018, Carrefour a réalisé des actions au profit de la recherche tout au long de l'année, dont le lancement d'un **calendrier de membres du personnel nus**, reversant l'entièreté des bénéfices à des actions de lutte contre le cancer du sein.



AVEC CARREFOUR, CHAQUE ENFANT MÉRITE UN AVENIR HEUREUX



CHILD FOCUS

Carrefour apporte son soutien à Child Focus, une association mettant tout en œuvre pour retrouver les enfants disparus et lutter contre l'exploitation sexuelle des mineurs, en ligne et hors ligne. Pour contribuer aux actions de Child Focus, Carrefour et de grandes marques joignent leurs forces en y associant directement les clients, avec 1 € reversé à Child Focus par tranche d'achat de 10 € sur les produits participants. En 2018 sont connus, ce action de solidarité a permis de récolter le montant record de 140 000 euros.

CUBZZ, POUR QUE CHAQUE ENFANT AIT SA CHANCE

Cubzz est un label neutre œuvrant sous sa marque au profit de diverses associations humanitaires, plus précisément en faveur de l'enfance démunie. Cinq lettres, c'est peu, mais Cubzz fait la différence. C'est pourquoi Carrefour s'est officiellement associée à ce label, en vue d'**offrir des chances de développement, d'éducation et d'épanouissement à chaque enfant en difficulté**. Concrètement, Carrefour Belgique commercialise les **produits alimentaires Cubzz** (boisson

CARREFOUR ET CUBZZ UNIS POUR L'ENFANCE EN DIFFICULTÉ

Cubzz, c'est un label 100 % belge qui produit des aliments 100 % équitables (café, spéculoos, boisson chocolatée et pain) au profit d'associations œuvrant pour les enfants en situation précaire (ex : SOS Villages d'Enfants).

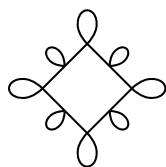


chocolatée, spéculoos, café et un pain 100 % belge). Pour chacun de ces articles achetés, une contribution est reversée à un projet pour soutenir les enfants démunis.



NOS ENGAGEMENTS POUR NOS COLLABORATEURS

Coup de projecteur sur les nombreuses initiatives déployées pour le bien-être, la santé et la valorisation de nos collaborateurs dans un environnement en constante (r)évolution.



On le sait, le succès d'une entreprise est aussi lié à la satisfaction personnelle et professionnelle de ses employés. Un environnement où les employés se sentent protégés, impliqués et inspirés, est toujours propice au bien-être. Ce ne sont pas les idées et la créativité qui manquent au sein de Carrefour!

CARREFOUR IN YOUR POCKET

Les ressources humaines de Carrefour Belgique se digitalisent pour permettre à chaque collaborateur d'être de plus en plus autonome dans sa gestion administrative. **Pour se familiariser aux nouvelles technologies, nos collaborateurs sont désormais équipés de smartdevices.**

SUCCESSFACTORS

SuccessFactors est un nouveau programme, disponible sur PC et en version mobile, qui intègre tous les outils de **gestion des ressources humaines**. Il permet le traitement des démarches liées au recrutement, à la gestion de l'accueil et la formation, à la gestion des performances,

aux plans de développement et à l'administration personnelle. En d'autres mots, le collaborateur pourra effectuer tout cela dans une seule application et de manière simple et efficace!

CARREFOUR GOES GOOGLE

Carrefour utilise à présent les solutions de Google pour ses outils digitaux comme par exemple les mails, le chat et les plannings, permettant à ses collaborateurs de **se connecter en temps réel et encore mieux servir nos clients.**

VOUS AVEZ DIT MOBILITÉ INTERNE?

Changer de poste ou de domaine? Chez Carrefour, c'est possible! Avec la mobilité interne, tout le monde est gagnant. C'est en ce sens que des actions de communication ont été initiées : **offrir une meilleure visibilité des offres d'emploi internes** et permettre une **meilleure accessibilité aux candidatures ouvertes** via l'intranet.





PROGRAMME VITAMINE C

La vitamine C, c'est la vie !
D'où le nom de ce programme, regroupant notamment une série d'initiatives visant à garantir le bien-être de nos employés. Des exemples ? Menée par notre cellule Prévention, la formation « Avoir mal, c'est pas normal ! » sensibilise nos collaborateurs aux risques du métier. Au total, trois brochures débordant de conseils, trucs et astuces ergonomiques sont à la disposition de nos collègues. À côté de ces conseils, les collaborateurs qui le souhaitent bénéficient de conseils en matière de santé et de bien-être. Un esprit sain, dans un corps sain ? Pari tenu ! De délicieuses recettes vitaminées sont régulièrement suggérées à l'ensemble de nos équipes. En parallèle, des cours de yoga sont proposés et connaissent un grand succès. Carrefour invite également ses employés à prendre part aux 20 km de Bruxelles, ou encore à la pratique groupée du plogging, qui consiste à courir à son propre rythme tout en nettoyant le sol de malheureux déchets.



DIGITAL ACADEMY

La digitalisation est l'affaire de tous : de nos clients, et de nos collaborateurs. Dans un secteur en pleine mutation, les connaissances et compétences digitales de chacun de nos collaborateurs sont devenues un must. Pour permettre à chacun d'acquérir des compétences digitales, les collaborateurs ont été sensibilisés aux aspects digitaux dans leur quotidien et dans le monde du retail.

Ces ateliers sont donnés par nos « Digital Activators », qui mettent tout en œuvre pour **faciliter le travail des collaborateurs**, et **les rapprocher de nos clients**. Les formations se terminent par la remise d'un « passeport digital », qui leur permettra d'améliorer leurs connaissances digitales à travers divers visas.



YOUNG GRADUATE PROGRAM

Un parcours de découverte des métiers Carrefour pour accéder rapidement à des fonctions clés ? Voilà le menu du **Young Graduate Program**, un programme d'accompagnement individualisé offert aux jeunes diplômés désirant se développer personnellement et professionnellement au sein de l'entreprise. Deux parcours sont proposés (**parcours Store Director** et **Expert Headquarter**). Tout au long du programme, les Young Graduates peuvent échanger et se développer à travers de nombreuses **formations**, des **séminaires** et **événements**.





carrefourbe



carrefourbelgium



@carrefour_bnews



Carrefour Belgium

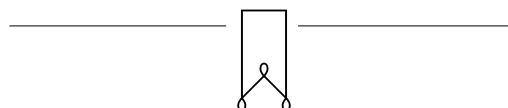


Photo de couverture:

Collaborateur: Sébastien Dewolf

Fonction: Assistant Manager Fruits & Légumes

Magasin: CARREFOUR MARKET BOONDAEL (Bruxelles)



E. R. Geoffroy Gersdorff – Press_be@carrefour.com
Carrefour Belgium s.a. – Avenue des Olympiades 20, 1140 Bruxelles
www.carrefour.eu

