Bienvenue

CHEZ CARREFOUR BELGIQUE

DES ENGAGEMENTS, DES ACTES, DES RÉSULTATS

CARREFOUR BELGIQUE

Carrefour est un acteur incontournable de la grande distribution en Belgique. Les différents formats de magasins de la chaîne sont conçus pour satisfaire les attentes de tous les clients. Grâce à son ancrage local, dans pratiquement chaque commune, avec une offre incomparable de produits locaux et bio, Carrefour Belgique est le partenaire de la vie quotidienne. L'ambition de Groupe Carrefour, dont Carrefour Belgique fait partie, est de devenir le leader de la transition alimentaire pour tous. Son programme d'actions Act for Food doit permettre à tous de mieux manger.

11 329
COLLABORATEURS[1]

35% HOMMES

65% FEMMES

9 BASTIONS

CARREFOUR BELGIQUE VEUT SE DIFFÉRENCIER DANS 9 CATÉGORIES DE PRODUITS

1. LE BIO
2. LES PRODUITS LOCAUX
3. LA MARQUE PROPRE
4. LE VÉGÉTARIEN
5. LES FRUITS ET LÉGUMES
6. LA BOULANGERIE
7. LES SOLUTIONS REPAS
8. LES PRODUITS DU MONDE
9. LES SERVICES (POINT POSTE, LIVRAISON, SHIPTO...)

[1] Septembre 2020.
[2] Fin 2020.

230
POINTS DE COLLECTE DRIVE

722
PRODUITS CARREFOUR BIO

2 000
TONNES D'EMBALLAGE EN MOINS EN 2020

888
PRODUCTEURS BELGES PARTENAIRES DE LA FILIÈRE QUALITÉ CARREFOUR

786 MAGASINS CARREFOUR[2]

Carrefour
40

Carrefour market
420
43 Intégrés
86 Mestdagh
291 Franchisés

Carrefour express
305

Carrefour express
21

116
ADDITIFS SUPPRIMÉS DES PRODUITS CARREFOUR

11
OUVERTURES DE MAGASINS EN 2020

CROISSANCE DU BIO EN 2020
30%

TOUTES LES POISSONNERIES EN SERVICE CHEZ CARREFOUR SONT CERTIFIÉES MSC

LEADER DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE POUR TOUS

Si l'année 2019 s'est déroulée dans la continuité de la précédente pour Carrefour Belgique, tourné vers son objectif de proposer une transition alimentaire accessible à tous, 2020 a été marquée par la crise du Covid-19 : une période éprouvante pour toutes les équipes de Carrefour, mais dont nous sortons grandis humainement et conscients du rôle clé de notre secteur.

J'adresse dès lors un message de remerciement à tous les collaborateurs, qui ont vécu des semaines de grande tension au cœur de la crise, marquante physiquement et moralement pour l'ensemble des équipes. Nous devrons maintenir nos efforts, car le niveau d'alerte remonte cet automne. Je salue également le formidable élan qui s'est exprimé à travers les actions de solidarité lancées de toutes parts, aussi bien du siège que de l'ensemble des magasins, franchisés et intégrés. Un immense merci à chacun de vous !

Ma reconnaissance s'accompagne de deux constats : d'une part, la satisfaction que Carrefour Belgique soit bien sorti de cette crise, avec un chiffre d'affaires exceptionnel et une part de marché en croissance et, d'autre part, le fait que cet événement ait remis en lumière le rôle essentiel de notre secteur.

COMITÉ EXÉCUTIF

François-Melchior de Polignac,
CEO de Carrefour Belgique

Hilde Decadt,
Directrice des Opérations

Cédric Ammann,
Directeur Marchandises et Supply

> **La transition alimentaire pour tous est la raison d'être du groupe Carrefour**

TROIS AXES

La stratégie de Carrefour Belgique reste en ligne avec celle adoptée au cours des années précédentes. Nous avons cependant tenu à la simplifier dans son expression et à la rapprocher du quotidien de nos clients et de nos collaborateurs. Elle repose sur trois axes : la transition alimentaire pour tous à travers Act for Food, la satisfaction du client grâce à la démarche 555 et une évolution de la culture d'entreprise avec Act for Change.

DES PRODUITS BONS POUR LA SANTÉ ET POUR LA PLANÈTE

La transition alimentaire pour tous, qui correspond aux engagements d'Act for Food, est la raison d'être du Groupe Carrefour. Nous poursuivons les orientations prises ces dernières années : premièrement, favoriser le bio, notamment les produits Carrefour Bio, qui doit rester la marque bio la moins chère de Belgique. Deuxièmement, promouvoir les produits locaux et, troisièmement, nous concentrer sur les Filières Qualité Carrefour et les produits de marque propre, qui non seulement captent et fidélisent des clients, mais que nous améliorons en permanence — suppression des substances controversées, diminution de la teneur en sel, sucre et matières grasses, et réduction des emballages plastiques.

Un exemple emblématique du travail réalisé par nos équipes en ce sens — transparence, production responsable, produit bénéfique pour le client et pour la planète — est le lait Filière Qualité Carrefour, produit dans les Ardennes par des éleveurs partisans d'une agriculture raisonnée. Le prix payé au producteur par litre de lait, 0,40 € par litre, est mentionné sur chaque brique de lait.

LE CLIENT AU CŒUR DE TOUTES NOS ACTIONS

Tout ce que nous faisons doit être ancré dans l'expérience vécue par les clients au quotidien dans nos magasins. Cette volonté s'exprime à travers l'**approche 555** que nous avons élaborée à partir de nos « parcours clients », l'outil d'enquête que nous utilisons mois après mois pour recueillir le feed-back de nos clients. À partir des informations récoltées, nous avons défini 15 engagements concrets autour de trois principes : Confiance, Service, Accueil & proximité. Ces engagements visant à satisfaire chacune des attentes de nos clients sont de la responsabilité de tous les collaborateurs de Carrefour Belgique, du CEO à l'hôtesse de caisse en passant par les experts du siège. Par ailleurs, cette approche a été lancée début 2020 et repartagée à la rentrée à plus de 1000 collaborateurs connectés — un format de communication digital dont la crise aura accéléré l'adoption.

UNE CULTURE PLUS AGILE

L'objectif du programme **Act for Change est de faire évoluer notre culture d'entreprise sur le plan de l'inclusion et de la responsabilité individuelle**. Ce programme, nous avons voulu qu'il émerge de l'organisation. Début 2020, une dizaine de collaborateurs chargés de construire le programme ont composé C-Next pour Carrefour Next, le Carrefour de demain. Afin de diffuser cette nouvelle culture dans notre entreprise, ses membres nous ont proposé une méthode qu'ils ont baptisée « stracciatella », des pépites de chocolat disséminées dans la glace pour la parfumer plutôt qu'un modèle plus classique de « dame blanche » et son chocolat qui se fige en surface sans pénétrer dans l'organisation. C-Next s'est agrandi et compte désormais 60 ambassadeurs chargés de rendre notre culture moins hiérarchique et davantage inclusive autour de 4 piliers : Act for People, Act for Customer, Act for Simplicity et Act for Transformation.

UN ARBRE À FAIRE FRUCTIFIER

Ce plan stratégique a été schématisé par des Young graduates, des jeunes fraîchement engagés, et des ambassadeurs C-Next, sous la forme d'un arbre dont les branches symbolisent Act for Food, les racines représentent le programme 555 et les maraîchers, l'équipe de Carrefour qui s'investit collectivement dans Act for Change. Un arbre que, tous ensemble, nous allons continuer à faire croître et fructifier au profit de nos clients, dans un paysage toujours plus concurrentiel.

Francis Costenoble,
Directeur Financier

David Kestermans,
Directeur Marketing, Digital & ICT

Pierre Leman,
Directeur Ressources Humaines

LE POINT SUR LA FRANCHISE

En 2020, Carrefour Belgique compte 703 magasins franchisés, qui génèrent 65 % du chiffre d'affaires de l'enseigne. Nos franchisés représentent donc l'une des clés du succès de notre enseigne. Cette année, les ouvertures de magasins se sont poursuivies, bien que leur rythme, tout comme le travail de chacun, a été bousculé par la crise du coronavirus.

Cette situation a bouleversé les comportements aussi bien des consommateurs que des franchisés et du franchiseur, obligeant chacun de nous à s'adapter. **Je tiens à remercier chacun de vous pour le travail accompli et l'accueil des clients dans ces circonstances difficiles**

Nous avons **la chance de travailler dans un secteur sur lequel cette crise a eu un impact globalement positif**. En octobre 2020, Market Franchise affichait une croissance de 14 % et Express Franchise, de 5 %. Pourtant, parmi les 305 Carrefour Express franchisés, 69 ont souffert des conséquences de la pandémie : ces magasins de passage, situés dans les quartiers de bureaux, les zones touristiques, les gares et les stations de métro désertées, ou encore les hôpitaux, ont vu leur chiffre d'affaires diminuer de 35 à 80 %. Nous suivons de près la situation de ces magasins et avons mis en place un plan de mesures visant à les épauler.

11 OUVERTURES

Notre expansion se poursuit même si, en 2020, le rythme d'ouvertures de nouveaux Carrefour Express a été beaucoup moins soutenu que prévu. 7 Express en franchise ont ouvert, portant leur nombre à 305, et 4 nouveaux Carrefour Market franchisés et Mestdagh ont ouvert en 2020. Plusieurs de ces magasins bénéficient des nouveaux concepts Express et Market, inaugurant une nouvelle génération de magasins. Le nombre total de Market franchisés s'élève ainsi à 312, auxquels s'ajoutent les 86 magasins Carrefour Mestdagh. Par ailleurs, nous avons reconduit notre contrat de master franchise avec Mestdagh pour les 10 prochaines années et renouvelé le contrat de franchise avec Lukoil pour 5 ans.

SATISFAIRE NOS CLIENTS ET NOS FRANCHISÉS

L'approche 555 adoptée par Carrefour Belgique pour améliorer l'expérience du CLIENT s'articule autour de 15 engagements simples, que nous souhaitons voir respectés et appliqués par tous et à tous les niveaux de notre organisation, au siège et dans les magasins, intégrés comme franchisés. Nous voulons dès lors donner à nos partenaires-franchisés les moyens d'embarquer leur personnel dans cette démarche. Nos franchisés sont nos clients. **Le 5e de ces engagements 555 est d'ailleurs de « faire réussir les franchisés »**. Nous travaillons en effet chaque jour pour devenir le meilleur franchiseur de Belgique. Notre priorité est d'offrir à nos partenaires-franchisés les meilleurs concepts et assortiments possibles, soutenus par les services logistique et soutien marketing. Nous

mettons tout en œuvre pour assurer leur rentabilité, améliorer leur satisfaction et augmenter leur efficacité opérationnelle.

Les plateformes que nous avons organisées comme points de rencontre avec les franchisés autour de 6 thèmes prioritaires tels que la logistique, l'informatique, les assortiments food et frais, l'e-commerce et la dynamique commerciale commencent à délivrer des résultats concrets.

MESURE DE LA SATISFACTION DU CLIENT

Pour mesurer la satisfaction du CLIENT, Carrefour a mis en place une série d'instruments. Pour les Market, en plus des traditionnels **« parcours clients »**, enquêtes clients évaluant mensuellement les magasins sur une cinquantaine de critères, nous avons lancé des **tables rondes** réunissant des clients et le directeur du magasin. Notre objectif, une fois sortis de la pandémie, est de relancer avec nos partenaires-franchisés la cadence de 2 tables rondes organisées chaque mois par nos directeurs régionaux. Nous avons aussi implémenté, notamment pour les Express, le **NPS Realtime** : un outil digital permettant aux clients d'attribuer une note évaluant la probabilité qu'ils recommandent le magasin à un proche. Cette note s'accompagne de la possibilité de laisser un commentaire, ce qui nous permet ensuite de déclencher si nécessaire des actions d'amélioration.

EXPLOSION DE L'E-COMMERCE

L'e-commerce alimentaire a connu une véritable explosion en 2020, qui s'est intensifiée lors du confinement. Le succès de notre application de commande et de livraison **ShipTo** s'est amplifié et son rayon d'action s'est étendu de **Bruxelles à Anvers, Gand et Liège**. Par ailleurs, pour répondre à la demande exponentielle d'achats en ligne, Carrefour Belgique a conclu un **partenariat avec Food-X Technologies**. Grâce à l'expertise et à la solution logicielle de pointe de cette société canadienne active dans l'e-commerce alimentaire, Carrefour Belgique sera en mesure de proposer aux magasins des préparations centralisées des commandes en ligne dans un nouveau centre de distribution, construit entre Anvers et Bruxelles. Notre objectif est d'offrir pour la mi-2021 un modèle économique qui inclura, en plus des Hyper et des Market intégrés, l'ensemble des magasins franchisés dans un partenariat win-win.

PRIX ET IMAGE PRIX

Avec la crise économique qui se profile en conséquence du coronavirus, de plus en plus de consommateurs belges vont surveiller leur budget. Les produits Carrefour Bio sont les moins chers du marché et Carrefour Belgique a baissé les prix de 1000 produits en novembre 2019 et de 1000 autres en mai 2020. Pourtant, les prix que nous pratiquons ne sont pas toujours en phase avec l'image prix que nous véhiculons. Dans les mois et années à venir, les prix de nos produits et notre image prix revêtiront une importance plus cruciale que jamais.

9 BASTIONS

Dans le contexte d'une concurrence toujours plus forte en Belgique, se différencier sur le marché est essentiel. Carrefour Belgique a donc choisi de mettre l'accent sur **9 bastions, 9 catégories de produits sur lesquels nous voulons nous distinguer** : la marque Carrefour, le bio, les produits locaux, les produits végétariens, les fruits et légumes, la boulangerie-pâtisserie, les solutions repas, les produits du monde et les services (poste, Lotto, livraison à domicile, ShipTo...).

Des outils et des choix stratégiques pour continuer à avancer efficacement, ensemble, sur le chemin de la réussite !

Giosino Cornacchia,
Directeur exploitation franchise

CARREFOUR EXPRESS, PRATIQUE ET PROCHE

Commerces de proximité par excellence, les enseignes Express proposent un assortiment et des heures d'ouverture adaptés à l'environnement dans lequel ils sont implantés. Fin 2020, on comptait 305 Carrefour Express, dont 5 suivant le nouveau concept.

L'EMPLACEMENT

- Zone urbaine ou rurale
- Commerce de proximité
- Surface de 80 à 500 m²
- Visible et facile d'accès

LES BESOINS URGENTS DU QUOTIDIEN

Du lunch sur le pouce aux petites courses alimentaires, les Carrefour Express offrent pour chaque moment de la journée un assortiment varié et en adéquation avec la demande de la clientèle environnante et de passage. Ils proposent de larges horaires d'ouverture, certains y compris le dimanche et les jours fériés.

EXPRESS NOUVELLE GÉNÉRATION

Ouvert fin 2019 à deux pas de la gare Centrale de Bruxelles, le Carrefour Express Colonies répond surtout aux besoins de la clientèle des bureaux du quartier. Une large place y est faite au bio ainsi qu'aux solutions de repas rapides et saines préparées sur place et disponibles en libre service, à emporter ou à consommer dans l'espace lounge.

En plein quartier européen, le Carrefour Express Maelbeek a ouvert en juillet 2020. Son offre est ajustée aux clients de passage et aux riverains, avec des repas prêts à consommer, mais aussi des produits frais à cuisiner ainsi qu'une grande variété de produits du quotidien. Ce magasin conçu pour générer une empreinte écologique minimale propose un vaste assortiment Carrefour BIO, notamment en vrac. Deux autres nouveaux magasins aménagés suivant le nouveau concept Express ont ouvert fin 2020, l'un en milieu rural, à Olmen, l'autre dans le quartier universitaire d'Anvers.

ADN CARREFOUR EXPRESS

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

Carrefour Express Colonies

Clinique Montlégia, à Liège

CHU UCL

7 EXPRESS DANS DES HÔPITAUX

Un 6e Express a ouvert en juillet 2019 au sein d'un hôpital, à Sainte-Elisabeth Namur. Il présente une gamme et des horaires adaptés aux patients, visiteurs et personnel soignant : des solutions de restauration rapide pour tous les moments de la journée et une gamme de produits de base et de produits frais et sains, notamment des fruits et légumes, des produits bio, mais aussi des fleurs et des cadeaux. Fin mars 2020, un autre Express a ouvert ses portes à la Clinique Montlégia, à Liège. Son ouverture a été avancée en raison du coronavirus. D'abord accessible uniquement au personnel de l'hôpital, le magasin a ensuite ouvert ses portes aux patients et aux visiteurs.

DANS LE MÉTRO AUSSI

Un 5e Carrefour Express a ouvert dans le métro bruxellois, fin 2019, à la station Saint-Guidon, proposant une offre pour les passants et les utilisateurs du métro.

CARREFOUR BIO, UNE ENSEIGNE 100 % BIO

137
PRODUITS BIO EN VRAC

100
PRODUITS BIO LOCAUX

Les portes du premier magasin Carrefour BIO de Belgique se sont ouvertes en juillet 2019, à Woluwé-Saint-Lambert. Les adeptes du bio y trouvent près de 3 000 références, dont une sélection de produits belges. En phase avec la démarche de Carrefour, l'enseigne propose des produits bio accessibles à tous et respectueux de tous les intervenants.

L'EMPLACEMENT

- Zone urbaine
- Surface de vente de 200 m²
- Commerce de proximité

LES PRODUCTEURS BELGES À L'HONNEUR

Une attention particulière est apportée au choix de fruits et légumes bio. Le Carrefour BIO de Woluwe-Saint-Lambert s'approvisionne notamment auprès du producteur local Wall'bio en pommes, poires, pommes de terre, oignons ou plats préparés. Sous un balisage clair, les produits laitiers de la ferme du Tambourin y sont également vendus. Cette ferme située à Rebecq est le premier producteur soutenu par Carrefour dans sa conversion à l'agriculture bio.

UN ASSORTIMENT COMPLET PRIVILÉGIANT LES PRODUITS LOCAUX

Les clients trouvent dans ce magasin les produits bio couvrant tous leurs besoins, notamment un mur de 6 mètres de produits en vrac (pâtes, légumineuses, céréales, fruits secs, thé, café, bonbons, biscuits, chocolat…), un comptoir de fromages, 16 références de pain, des viennoiseries, une machine à jus d'orange, des produits sans gluten… Ils peuvent aussi s'approvisionner en produits d'entretien et de lessive via une station de remplissage, en articles textiles de la marque belge BONJOUR Maurice ou faire leur choix parmi 100 produits locaux.

EMBALLAGES DURABLES

Pour emballer leurs produits, les clients ont le choix entre sacs en papier, sacs en tissu ou bocaux en verre. Comme dans toutes ses enseignes proposant du vrac, Carrefour encourage ses clients à apporter leur propre contenant. À l'exception des produits fragiles, les fruits et légumes sont présentés dans des caisses en bois ou au rayon frais. Les viandes Carrefour Bio sont conditionnées dans des raviers en carton 100 % recyclable.

Le magasin de Woluwe-Saint-Lambert est la première enseigne Carrefour 100 % bio. L'objectif est d'en ouvrir d'autres.

CARREFOUR CITY, LA TRANSITION ALIMENTAIRE AU CŒUR DE LA VILLE

Situé en plein centre de Bruxelles, dans le piétonnier de l'avenue Anspach, le premier Carrefour City de Belgique a ouvert en décembre 2019. Cette enseigne de proximité destinée aux clients urbains s'inscrit pleinement dans la stratégie de Carrefour de devenir le leader de la transition alimentaire pour tous.

L'EMPLACEMENT

- Zone urbaine
- Surface de vente de 200 m²
- Commerce de proximité

UN ESPACE DE RESTAURATION : LE CARREFOUR CAFÉ

Le Carrrefour City Anspach accueille un espace de restauration de 60 m² offrant des solutions de repas à emporter ou à consommer sur place : bar à salades, pizzas, sandwichs, soupes, fruits prédécoupés… Un espace convivial avec vue sur le piétonnier et connexion wi-fi gratuite.

UN ASSORTIMENT COMPLET PRIVILÉGIANT LES PRODUITS LOCAUX

L'accent est mis sur les produits BIO et locaux.

Dans un cadre contemporain équipé de meubles recyclés, les consommateurs ont accès à une gamme complète de produits couvrant tous leurs besoins quotidiens, notamment un espace dédié aux produits locaux et une vaste zone consacrée aux produits bio : boulangerie, fruits et légumes frais ainsi qu'un grand mur de vrac 100 % bio.

… ET DE MARQUE PROPRE

Pour rendre le meilleur accessible à tous, plus de 1500 références de produits Carrefour y sont proposées, dans 19 catégories. Des produits aux qualités nutritionnelles sans cesse améliorées dans le cadre du programme Act for Food, tout en préservant le budget des clients.

FOCUS SUR LES DERNIÈRES TENDANCES

Ce magasin pilote intègre les nouvelles technologies telles que le service de livraison à vélo ShipTo, les caisses en libre-service ou la consultation du Nutri-Score via l'app Carrefour. Le client peut apporter ses propres contenants, ou opter pour des sacs en tissu ou la nouvelle gamme de sacs issus de déchets de la mer.

1530
PRODUITS DE LA MARQUE CARREFOUR

480
PRODUITS CARREFOUR BIO

CARREFOUR EXPRESS ORANGE, LES COURSES EN TOUTE SIMPLICITÉ

À mi-chemin entre les Carrefour Express et Market, les Express Orange ont ouvert un nouveau magasin à Brugge-Sint-Andries. Leur offre est axée sur les produits frais et les achats simples et rapides. Fin 2020, la Belgique comptait 21 magasins Carrefour Express Orange, enseignes destinées aux courses quotidiennes et aux bonnes affaires, grâce aux promotions locales renouvelées quasiment chaque jour.

L'EMPLACEMENT

- *Zone rurale ou urbaine*
- *Bonne visibilité et accès aisé*
- *Surface de vente de 400 à 800 m²*

PRODUITS DU QUOTIDIEN

Généralement situé en zone rurale, le Carrefour Express Orange est le magasin idéal pour les achats quotidiens, où le client trouve rapidement tous les produits frais dont il a besoin. Carrefour entend ainsi soutenir les clients qui souhaitent consommer des produits frais tout en préservant leur budget.

L'enseigne présente une offre variée de fruits et de légumes, de viande, de poisson, ainsi qu'un vaste assortiment de pains frais, cuits en magasin. Les clients trouvent également un large assortiment au rayon des aliments secs, ainsi qu'une sélection de produits non alimentaires en droguerie, parfumerie et hygiène.

PRIX DOUX

À l'instar des Carrefour Market, les magasins Carrefour Express Orange proposent des prix compétitifs. Les partenaires-franchisés sont responsables de la dynamique commerciale de leur point de vente et de la tenue fréquente d'actions attrayantes. Les produits alimentaires frais, par exemple, font l'objet de cinq à six promotions locales par semaine. Les prix sont fixés au niveau local, indépendamment des promotions nationales.

ADN CARREFOUR EXPRESS ORANGE

- Proche
- Courses simples et rapides
- Produits frais
- Offre locale adaptée
- Produits et ingrédients indispensables
- Prix compétitifs et promotions locales
- Heures d'ouverture étendues
- Courses pour 2 ou 3 jours

Carrefour Express Orange Begijnendijk. Un Express Orange a également été ouvert à Brugge St Andries en octobre 2020.

OUVERTURE LE DIMANCHE

Pour répondre au mieux aux besoins de leurs clients, les magasins Carrefour Express Orange proposent des horaires d'ouverture étendus, depuis tôt le matin jusque tard le soir, dimanche compris. Ils servent de charnière entre les petits magasins de dépannage et de passage Express et les supermarchés Market.

En 2018, tous les magasins Easy ont été renommés et dotés d'un logo Express Orange. Le type de magasin, son ADN, sa valeur ajoutée et sa proposition client ont néanmoins été conservés.

CARREFOUR MARKET, VARIÉTÉ ET FRAÎCHEUR

419 Carrefour Market se répartissent uniformément sur tout le territoire belge. Ces supermarchés proches des clients mettent à disposition une offre de produits frais et locaux, un assortiment varié à prix attractif et un cadre accueillant.

L'EMPLACEMENT IDÉAL

- Zone rurale ou urbaine
- Bonne visibilité et accès aisé
- Surface de vente de 800 à 2 000 m²

TOUT À PORTÉE DE MAIN

Chez Carrefour Market, les clients trouvent à deux pas de chez eux tout ce qu'ils recherchent pour les courses de tous les jours : un large assortiment de produits frais et de saison à prix avantageux dans un cadre moderne et accueillant.

Axées sur les services, le confort d'achat et la fidélité, ces enseignes proposent une sélection de produits locaux adaptée à la demande régionale : des tartes al'djote à Nivelles, des tartes au riz à Verviers ou des cuberdons à Gand.

Le shopping chez Carrefour Market se veut simple et dynamique grâce à une organisation pratique et facile : un marché du frais à l'entrée, des comptoirs en service, une offre digitale à la pointe...

MODERNISATION DE L'ENSEIGNE

Lors des transformations et des ouvertures, des aménagements sont réalisés en vue de réduire la consommation d'énergie. Le programme Act for Food et la transition alimentaire sont mis en avant, tout comme les produits bio, locaux, veggie et le marché du frais.

Chaque point de vente ajuste ses horaires et son offre pour répondre au mieux aux habitudes de ses clients. Tous les Market franchisés sont ouverts le dimanche et les jours fériés.

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

FOCUS SUR LE MARKET DE RUPELMONDE

D'une surface de vente de 1300 m², le nouveau Market de Rupelmonde a ouvert ses portes fin 2019, remplaçant l'ancien magasin situé à quelques centaines de mètres. Le supermarché est équipé de panneaux solaires, de réfrigérateurs peu énergivores et d'un éclairage LED lui permettant de réduire sa consommation d'énergie de 15 %. Les clients y ont accès à des solutions de repas sains pour tous les moments de la journée et à de vastes départements de produits frais : un assortiment étendu de fruits et légumes, du poisson frais et une boucherie en service, des produits végétariens et vegan, des fruits secs en vrac…

NOUVEAU CONCEPT MARKET

Ouvert fin 2020, le Market de Rijkevorsel est représentatif de la nouvelle génération de Carrefour Market. Présentant une offre complète sous un seul toit, le supermarché comble tous les besoins quotidiens des consommateurs : viande découpée sur place, plats maison préparés par des chefs pour le département traiteur, pain du jour, fruits et légumes frais. L'accent est mis sur les produits locaux avec quelque 190 références, soit près de 3 fois plus que dans un Market classique, provenant d'une vingtaine de fournisseurs de la région. La viande, par exemple, est fournie par un éleveur local sur la base d'un cahier des charges élaboré par les partenaires-franchisés eux-mêmes.

Le supermarché propose une vaste gamme de produits bio ainsi qu'un large assortiment de produits Carrefour veggie et de produits du monde : italiens, asiatiques ou mexicains. En dehors des périodes de restrictions liées au coronavirus, un espace de restauration est accessible, où les clients peuvent notamment déguster les délicieux cafés d'un fournisseur local.

Conçu de manière à réduire son empreinte écologique (éclairage LED, installations frigorifiques et climatisation optimisées), le Market de Rijkevorsel propose des zones de recyclage pour les vidanges, les piles, le papier/carton et le plastique. Les clients y ont aussi accès à un Cubee, le distributeur automatique de colis de bpost. Et pour éviter les invendus, le magasin est partenaire de Too Good To Go.

HYPERMARCHÉS CARREFOUR, LE CHOIX ET LE SERVICE

La Belgique compte 40 Hypermarchés Carrefour offrant un choix incomparable : 21 en Flandre, 17 en Wallonie et 7 en Région bruxelloise. Plusieurs de ces enseignes ont été rénovées en 2019 et 2020 pour offrir aux clients une expérience de shopping inédite.

L'EMPLACEMENT IDÉAL

- Zone rurale ou urbaine
- Surface de vente de 5 000 à 10 000 m²
- Grand parking

UN LIEU POUR TOUT, À PRIX POUR TOUS

Dans les Hypermarchés Carrefour, les consommateurs trouvent tout ce qu'il leur faut sous un seul toit. Avec plus de 12 000 références disponibles chaque jour, ces enseignes présentent le plus large choix de produits alimentaires et non alimentaires au meilleur prix, en veillant à offrir un accueil et un service sur mesure : produits frais préparés et servis par des spécialistes, pain maison fabriqué et cuit sur place, ainsi qu'un vaste choix de produits locaux et bio, articles textiles, librairie, petit électroménager, multimédia...

Chaque jour, de nouvelles offres sont proposées sur les produits du quotidien, ainsi que des promotions imbattables chaque semaine. Un service de commande en ligne et de livraison permet d'en profiter sans se déplacer !

NOUVEAUX CONCEPTS

La rénovation des hypermarchés se poursuit, l'occasion pour Carrefour de tester de nouveaux concepts et de construire des projets exemplaires en matière d'efficacité énergétique. En 2019 et 2020, les Hypermarchés d'Evere, de Fléron, de Sint-Denijs-Westrem et de Tirlemont ont été rénovés. Les parcours client ont été repensés, le programme Act for Food faisant office de fil rouge dans les rayons alimentaires. L'accent a été mis sur l'expansion de la gamme de produits bio, les espaces consacrés aux producteurs locaux et les métiers du frais organisés comme un marché couvert : choix exceptionnel de fruits et légumes et comptoirs en service. Plusieurs de ces hypermarchés bénéficient désormais d'un espace de restauration Carrefour Café.

L'HYPERMARCHÉ D'EVERE TRANSFORMÉ : VISITE GUIDÉE

L'Hypermarché d'Evere rénové fin 2019 offre une expérience de shopping améliorée grâce à un parcours client plus pratique et de nouveaux services et produits frais. Le Carrefour Café propose des solutions de repas pour tous les moments de la journée dans un espace convivial. Les clients y trouvent un choix de plats à emporter ou à consommer sur place et peuvent y recharger leurs portables et profiter du wi-fi gratuit.

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

L'Hypermarché d'Evere

Une zone bio de 250 m² compte plus de 1500 références, dont 600 produits de la marque Carrefour BIO et 100 produits bio en vrac, permettant aux clients de faire un one-stop-shopping 100 % bio. À côté, le client retrouve toute l'offre en circuit court des producteurs locaux. En plus du rayon vin, un nouvel espace bière compte pas moins de 500 références. Le marché du frais a été réaménagé autour des comptoirs traiteur, poissonnerie et — nouveauté — boucherie en service. Le tout a bénéficié d'un relooking avec des meubles modernes et plus pratiques.

La zone non alimentaire a été réaménagée par univers : un pôle parfumerie, une zone textile inspirante et un espace bébé regroupant toute l'offre alimentaire et non alimentaire ainsi que les langes pour faciliter la vie des parents. Dans les zones HyperDeals et Outlet, les clients peuvent faire de bonnes affaires tout au long de l'année.

DES PRODUITS DECATHLON DANS LES HYPERMARCHÉS CARREFOUR

Depuis mai 2020, une sélection de produits Decathlon est proposée dans les Hypermarchés Carrefour. Cette collaboration, qui a émergé pendant le confinement et la fermeture des magasins de sport, s'est ensuite poursuivie.

Un corner Carrefour BIO a par ailleurs été installé au Decathlon de Namur.

L'E-COMMERCE EN PLEIN ESSOR

Chez Carrefour, les clients ont le choix de faire leurs courses en ligne sur le site, l'application, ShipTo ou Uber Eats. L'enseigne continue à renforcer son offre numérique et se donne de nouveaux moyens de répondre à l'augmentation de la demande d'achats en ligne. Carrefour Belgique a ainsi signé un partenariat avec Food-X Technologies Inc., une entreprise spécialisée dans l'e-commerce alimentaire.

230
POINTS DE COLLECTE DRIVE

5 000
COMMANDES EN LIGNE PAR SEMAINE
DONT
1 500
LIVRÉES À DOMICILE

LE SERVICE DRIVE DE CARREFOUR

Lancée en 2009, l'offre de courses en ligne de Carrefour se décline aujourd'hui sur le site carrefour.eu et sur l'application Carrefour. Les clients se font livrer à domicile ou dans l'un des 230 points de collecte Drive, présents dans 80 magasins intégrés et 150 franchisés.

UNE CROISSANCE EXPONENTIELLE

Pendant le confinement du printemps 2020, la demande a atteint un pic à 6 000 commandes par semaine, la capacité maximale de préparations que Carrefour Belgique pouvait alors atteindre. Après un léger fléchissement, la demande a repris une courbe ascendante, les ventes en ligne atteignant en fin d'année près de 5 000 commandes par semaine, dont 1 500 livrées à domicile. Par rapport à 2019, les commandes en ligne ont connu une croissance à trois chiffres en 2020.

> **Des performances inédites en termes d'efficacité opérationnelle, d'expérience client et de qualité de service.**

UN PARTENARIAT POUR BOOSTER L'E-COMMERCE

Pour répondre à cette demande croissante et monter en puissance en termes de quantité et de qualité des commandes, Carrefour Belgique a conclu en septembre 2020 un partenariat exclusif avec la société canadienne Food-X Technologies Inc., active depuis plus de 20 ans dans l'e-commerce alimentaire.

L'expertise et le logiciel de pointe de Food-X Technologies permettront à Carrefour Belgique de proposer aux magasins des commandes en ligne préparées de manière centralisée dans un nouveau centre de distribution. Cet entrepôt, situé entre Anvers et Bruxelles, est en cours de construction. Il livrera les clients à domicile et les magasins proposant le click & collect, couvrant ainsi l'ensemble du territoire belge. Le lancement de ce nouveau service est prévu mi-2021.

FoodX

UNE EFFICACITÉ SANS PRÉCÉDENT

Le service Drive pourra ainsi s'étendre à de nouveaux clients et atteindre des performances inédites en termes de capacité de commandes, d'efficacité opérationnelle, d'expérience client et de qualité de service. La plateforme proposera un assortiment de 16 000 références, qui seront accessibles aux plus petits magasins tels que les Carrefour Express.

Les clients bénéficieront d'un plus grand assortiment, d'un service plus rapide, d'un pourcentage de commandes complètes plus élevé avec des substitutions plus pertinentes en cas de produit manquant, de produits encore plus frais, d'une commande simplifiée grâce à de nouvelles fonctionnalités et d'une réduction des emballages en plastique avec des livraisons durables à l'aide de bacs réutilisables.

16 000
RÉFÉRENCES EN LIGNE SERONT DISPONIBLES DANS TOUTE LA BELGIQUE

LES COURSES CARREFOUR SUR UBER EATS

Depuis octobre 2020, à Bruxelles et à Liège, les consommateurs peuvent se faire livrer des produits essentiels du quotidien et des solutions repas Carrefour en 30 minutes via l'application Uber Eats.

> **Le Smartscan permet aux clients de scanner directement leurs produits en magasin.**

UNE NOUVELLE APP PLUS PERFORMANTE

L'app Carrefour a été téléchargée plus de 570 000 fois.

En octobre 2020, le pourcentage d'achats en ligne via l'app Carrefour se maintenait à 10 %, contre 90 % via le site carrefour.eu. Ce pourcentage devrait basculer au cours des mois à venir grâce à la sortie d'une nouvelle version de l'application : plus facile d'utilisation, plus rapide et plus performante !

CLARTÉ, RAPIDITÉ ET EFFICACITÉ

Un nouveau design, un système de connexion plus aisé et une navigation mieux structurée facilitent la vie des utilisateurs. L'écran d'accueil reprend les informations clés : montant des points de la carte Bonus, coupons et raccourcis vers les fonctionnalités les plus utilisées — courses en ligne, folders et historique d'achats. Le Smartscan, qui permet aux clients en magasin de scanner directement leurs produits, est accessible en un clic : un gain de temps précieux lors des courses et au passage en caisse.

Les achats en ligne sont plus efficaces grâce aux informations facilement accessibles : choix du magasin et sélection du créneau horaire, recherche d'articles, visualisation des produits fréquemment achetés, parcours des rayons, affichage du panier de courses et confirmation de la commande. Cette nouvelle version de l'app est plus rapide grâce à l'affichage en un clin d'œil des achats fréquents et à une recherche d'articles plus pertinente.

> **Plus facile à utiliser, plus rapide et plus performante**

SHIPTO, LE PERSONAL SHOPPING ALIMENTAIRE

Avec ShipTo, les clients se font livrer leurs courses en 1 h 30 en vélo électrique dans un rayon de 4 km. Pratique, rapide et écologique, ce service innovant connaît une croissance spectaculaire. Il est désormais disponible à Bruxelles, Gand, Anvers et Liège.

Conviviale et intuitive, l'app ShipTo permet au client d'envoyer sa commande en toute facilité. Un personal shopper se charge de rassembler les produits et, si un produit n'est pas disponible, appelle le client pour lui proposer un autre produit à un prix équivalent. Dans les 90 minutes qui suivent, le coursier livre les achats en vélo électrique à domicile, au bureau ou à la salle de sport.

ShipTo compte une flotte de 36 vélos cargos 100 % électriques capables de transporter jusqu'à 80 kg de courses. Les clients peuvent aussi effectuer des commandes par téléphone et par e-mail.

SUCCÈS CONFIRMÉ

Lancé en 2018, le service ShipTo effectuait 450 à 500 missions par semaine début 2020 pour monter à 1400 missions hebdomadaires en fin d'année, avec un pic à 3 000 pendant le confinement du printemps. Au cours de l'année, le nombre de téléchargements de l'application a triplé pour atteindre 20 000 téléchargements. Évolutions prévues ? L'intégration à l'app de fonctionnalités comme la carte Bonus et le paiement direct, et extension du service à d'autres villes.

SHIPTO, C'EST :

PLUS DE 5 000 COMMANDES PAR MOIS

36 VÉLOS CARGOS 100% ÉLECTRIQUES

SIMPLY YOU BOX, LA BOÎTE REPAS SAINE

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, les clients se voient proposer 10 recettes parmi lesquelles ils font leur choix en quelques clics avant de récupérer leur boîte repas en magasin ou livrée à domicile. Des recettes simples et prêtes en moins de 30 minutes, veggie, au poisson ou à la viande, pour 1 à 5 personnes, permettent de composer 3 à 5 repas sains et variés à base d'ingrédients frais. Les avantages ? Gain de temps et d'inspiration, absence d'abonnement pour un budget sous contrôle et quantité exacte d'ingrédients prévue afin d'éviter le gaspillage. Du changement en prévision : Simply You Box s'apprête à fusionner avec Quitoque, sa grande sœur française appartenant elle aussi à Carrefour.

1 000 à 1 200 boîtes repas sont distribuées chaque semaine dans 500 points de collecte, soit quasi tous les magasins Carrefour, répartis dans toute la Belgique.

AU PLUS PRÈS DES CLIENTS

Que ce soit en diversifiant ses canaux de distribution, en proposant des solutions innovantes, en misant sur la qualité et le goût de ses produits, en baissant ses prix ou en s'engageant à améliorer au quotidien ses services, Carrefour Belgique met le client au cœur de ses priorités.

> **Une présence complémentaire par le biais de multiples canaux**

UNE OFFRE COMPLÉMENTAIRE

Six formats de magasins, une présence en ville, dans les campagnes et les villages, dans le métro, les gares, les hôpitaux, les centres commerciaux ainsi qu'en ligne sur carrefour.eu ou l'app Carrefour, le service novateur Ship To ou les boîtes repas Simply You... Carrefour offre à ses clients une présence complémentaire par le biais de multiples canaux.

Carrefour Belgique continue à développer la complémentarité de ses formats de magasins – Carrefour BIO et City en plus des Express, Corners BIO chez Decathlon, Express Orange, Market et Hypermarchés – mais aussi ses solutions d'e-commerce. Ces démarches reflètent sa volonté de s'adapter aux attentes diverses des consommateurs et à la demande d'innovations.

15 ENGAGEMENTS

Répondre aux demandes des consommateurs est essentiel, mais Carrefour veut le faire en préservant la qualité de l'expérience client. Pour améliorer la satisfaction de ses clients, en magasin et en ligne, l'enseigne a déployé l'approche 555 auprès de tous ses collaborateurs, que ce soit au siège ou dans chacun des magasins, intégrés comme franchisés.

C'EST QUOI, L'APPROCHE 555 ?

Ce sont 15 engagements concrets à l'égard du client qui se doivent d'être appliqués et respectés par l'ensemble des collaborateurs, à tous les échelons de l'organisation. Ces 15 engagements, qui visent à répondre au quotidien aux aspirations et aux besoins immédiats du client de manière plus efficace, sont classés en 3 catégories : la confiance, le service, l'accueil & la proximité. Ils concernent par exemple la disponibilité des produits, l'exactitude des promotions et des prix affichés, la résolution des réclamations et des demandes des clients, l'hygiène et la sécurité dans les magasins ou l'écoute et le conseil aux clients.

MESURER LA SATISFACTION

Les engagements de la démarche 555 ont été élaborés à partir des « parcours clients », enquêtes réalisées chaque mois auprès des clients, qui évaluent les magasins sur une quarantaine de critères tels que la fraîcheur des fruits et légumes, les prix, la propreté du magasin, le parking ou la rapidité et l'amabilité à l'accueil.

D'autres outils servent à prendre le pouls des clients comme les tables rondes qui rassemblent clients et responsables de magasins ou le NPS Realtime, outil digital permettant aux clients d'attribuer une note au magasin et de laisser un commentaire.

> « Répondre au quotidien aux besoins immédiats du client »

LA CARTE BONUS

En présentant sa carte Bonus lors de ses achats, le client récolte des points à échanger ensuite contre des chèques Bonus utilisables dans tous les magasins Carrefour. Les clients détenteurs de la carte Bonus reçoivent aussi des offres promotionnelles et peuvent accéder au service Selfscan.

Le programme de fidélité Carrefour est très apprécié par les Belges : plus de 1 ménage sur 2 utilise la carte Bonus. Carrefour enregistre ainsi un taux de pénétration proche de 60 % parmi la population belge.

SUR SMARTPHONE

La carte Bonus est intégrée à l'app Carrefour. Les clients peuvent y visualiser leur solde de points et créer des chèques Bonus. Les clients qui n'utilisent pas l'app Carrefour peuvent ajouter leur carte Bonus au Wallet de leur smartphone, disponible sur iPhone et Android.

> « Plus de 1 ménage sur 2 utilise la carte Bonus »

AU GOÛT DU CLIENT

PRÈS DE
5 000
TESTS GUSTATIFS
RÉALISÉS PAR AN

Pour adapter son offre au goût des consommateurs, Carrefour organise régulièrement des panels dans un laboratoire externe accrédité. Ils sont effectués pour chaque nouveau produit ainsi que pour améliorer les produits existants. Près de 5 000 tests gustatifs sont ainsi réalisés annuellement sur les produits de la marque Carrefour, toutes catégories confondues par des experts et/ou des consommateurs.

DEUX PRODUITS RÉCOMPENSÉS

En 2019, deux produits Carrefour ont été primés par l'International Taste Institute (ITI). Les galettes fines pur beurre Carrefour ont reçu le Diamond Award pour la 7e année consécutive et les croquettes au Fromage Comté & Parmesan ont obtenu le Superior Taste Award 2 étoiles. Ces produits ont été évalués par un jury composé d'experts indépendants et de chefs professionnels.

AU SERVICE DES FESTIVALIERS

En 2019, pour la 2e année consécutive, Carrefour Belgique a ouvert un supermarché au festival Tomorrowland. En rayons, une large sélection de solutions repas, de fruits et légumes frais, de pain et de jus de fruits, dont plus de 140 produits bio, ainsi que des articles essentiels pour les festivaliers tels que crèmes solaires et produits d'hygiène. En vue de réduire les déchets, des kits de couverts et de gobelets biodégradables à base de poudre de maïs ont été mis à disposition.

Cette expérience n'a malheureusement pas pu être renouvelée en 2020 vu l'annulation du festival en raison de la crise sanitaire.

TENIR LE CAP PENDANT LA CRISE SANITAIRE

L'année 2020 a été profondément marquée par la crise du coronavirus. En plus de mettre en place les mesures pour assurer la sécurité sanitaire de ses clients et de ses collaborateurs, Carrefour a tenu à accompagner au mieux sa clientèle en appliquant des baisses de prix ou en proposant des mesures complémentaires innovantes.

DES POINTS BONUS POUR AIDER LES MÉNAGES

Pendant le confinement du printemps 2020, les promotions ont été interdites dans les magasins alimentaires pour ralentir les achats de stockage, une décision du gouvernement qui a eu un impact sur le budget des consommateurs. Pour soulager leur pouvoir d'achat, Carrefour a décidé d'offrir pendant 3 semaines aux détenteurs de la carte Bonus un bon de 500 points Bonus, correspondant à un chèque d'une valeur de 5 €, à l'achat d'au moins 50 €.

BAISSES DE PRIX

Assurer des prix bas a toujours été l'une des préoccupations de Carrefour. En novembre 2019, Carrefour Belgique avait baissé les prix de 1000 produits. Fin mai 2020, le pouvoir d'achat des Belges ayant été impacté par la crise du coronavirus, 1000 autres produits se sont vus appliquer une baisse prix, tant des produits de marques nationales que des produits Carrefour. Ces diminutions de prix de 3 à 15 % n'ont pas concerné les produits Carrefour Bio, déjà les moins chers du marché.

LE SAFETY CUBE

Dés le début de la crise du Covid-19, Carrefour a pris de nombreuses mesures de sécurité : filtrage à l'entrée, limitation du nombre de clients en magasin, désinfection des caddies, protections aux caisses... puis, en avril, est allé un pas plus loin en testant un concept inédit. En coopération avec Disinfect, un Safety Cube, véritable unité mobile de désinfection, a été installé devant le Carrefour Market de la place Jourdan à Etterbeek. Grâce à un système de pulvérisation, le bas du corps des clients et de leur caddy ou panier étaient entièrement désinfectés avant leur entrée dans le magasin avec un produit similaire à ceux utilisés dans les hôpitaux.

500
POINTS BONUS
À L'ACHAT D'AU MOINS
50 €

2000
PRIX DIMINUÉS

SCAN PAR SMARTPHONE

À l'arrivée de la crise du Covid-19, Carrefour Belgique a revu ses priorités afin de répondre d'abord aux questions de sécurité et d'efficacité. C'est ainsi que l'enseigne a déployé en avril la fonctionnalité Smartscan dans l'app Carrefour. Grâce au Smartscan, les clients peuvent utiliser leur smartphone pour scanner les produits en magasin et se rendre directement à une caisse self checkout ou à une caisse classique pour payer.

ACT FOR FOOD : PLACE A L'ACTION

Lancé en septembre 2018, le programme Act for Food sous-tend toutes les actions et projets du groupe Carrefour. Act for Food, ce sont des engagements et des actes concrets en faveur de la transition alimentaire pour tous. Au cœur de ces engagements : la préservation de l'environnement, la qualité et l'accessibilité alimentaires.

134

RÉFÉRENCES VEGGIE

UNE GAMME VEGGIE ÉTENDUE

Début 2020, la gamme d'alternatives végétales de marque propre a triplé, passant de 6 à 19 références, dont des produits bio et vegan. Des tartinables et cuisinables, des tranchés et des plats préparés veggie se sont ajoutés aux galettes, boulettes, steaks et nuggets veggie existants. À côté de ces produits de marque propre, l'assortiment complet d'alternatives végétariennes s'est lui aussi étendu, passant de 122 à 134 références.

DES ENGAGEMENTS FORTS

1. Agir en faveur de la qualité alimentaire à travers des produits frais, un approvisionnement local, le développement du bio, une amélioration de la qualité des produits de la marque Carrefour et la préservation de la biodiversité grâce à des pratiques responsables.
2. Fournir la qualité au juste prix et une meilleure accessibilité des produits, notamment en déployant l'e-commerce.
3. Nous avons tous le pouvoir d'agir pour préserver l'environnement. Carrefour développe des partenariats afin de faire converger les forces et s'engage à accompagner le changement de comportement du consommateur : éducation à la saisonnalité, sensibilisation à la réduction des déchets et à l'anti-gaspillage alimentaire.

20 ACTIONS CONCRÈTES

Le programme Act for Food a démarré avec 18 actes. Deux se sont ajoutés à la liste en 2019 : réduire de 25 % la teneur en sel de la plupart de nos pains et lutter contre le gaspillage alimentaire à tous les niveaux. Au cours de l'année, les équipes de Carrefour ont mis l'accent sur le développement du bio, la diminution des déchets et l'amélioration nutritionnelle des produits de marque propre à travers la réduction des additifs et des substances controversées.

MIEUX MANGER

Le « mieux-manger », pivot d'Act for Food, a été mis en lumière par diverses initiatives. Objectif : aider les consommateurs à mieux s'alimenter en leur apportant des conseils, du contenu et une aide concrète. Des exemples ?

LES « FOODACTERS », ACTEURS DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE

Le Carrefour Food Magazine met à l'honneur les « foodacters » : des citoyens, des clients, des fournisseurs ou des collaborateurs de Carrefour qui prennent part activement à l'objectif « mieux manger » en changeant leurs habitudes alimentaires, en produisant de manière durable ou en sélectionnant des produits sains et respectueux de l'environnement.

L'organisation, en collaboration avec Partena, de coachings en magasin avec des diététiciennes agréées, d'un challenge sur les légumes de saison avec un jeu en ligne permettant de gagner des points Bonus) ou des jeudis veggie avec l'asbl EVA : une promotion sur des produits veggie tous les jeudis pour encourager les consommateurs à se tourner vers une assiette végétarienne.

VERS LE ZÉRO DÉCHET

En ce qui concerne la réduction des déchets, parallèlement à la suppression dans les rayons des cotons-tiges et des articles en plastique à usage unique tels que pailles et vaisselle, Carrefour a lancé le challenge mini poubelle avec la diffusion d'astuces zéro déchet.

DU CONCRET

En 2020, l'ambition de Carrefour a été de rendre les engagements d'Act for Food toujours plus concrets et accessibles.

L'enseigne a lancé dès le début de l'année une première campagne « Prix sains », suspendue au moment de la crise du Covid et relancée dès septembre. Le but : montrer que les engagements d'Act for Food se concrétisent à travers une multitude de produits présentant chacun un atout, à un prix accessible. Ce prix est identique dans tous les magasins Carrefour et en ligne. L'origine belge des produits est privilégiée.

UN MAGAZINE PROCHE DES CLIENTS

Pour donner au programme Act for Food une dimension en phase avec les préoccupations de ses clients, Carrefour Belgique a lancé en septembre un nouveau magazine gratuit, le Carrefour Food Magazine. Dix parutions annuelles présentent des articles pratiques, des astuces pour mieux manger et moins gaspiller, et de nombreuses recettes autour des produits de saison ou des nouvelles tendances de consommation comme le végétarisme. Chacune de ces recettes affiche un Nutri-Score.

SOUTIEN À LA PRODUCTION LOCALE

Parallèlement aux démarches en faveur de l'amélioration nutritionnelle des produits Carrefour, de la réduction des déchets et de la promotion du bio, un quatrième axe prioritaire vise à favoriser les produits locaux, en continuant à développer des partenariats avec les producteurs et en renforçant l'offre de produits en circuit court.

DE 2017 À 2019

100
TONNES DE SUCRE
EN MOINS DANS 56 PRODUITS CARREFOUR

34
TONNES DE SEL
EN MOINS DANS 123 PRODUITS CARREFOUR

561
TONNES DE MATIÈRES GRASSES
EN MOINS DANS 56 PRODUITS CARREFOUR

64
TONNES D'ACIDES GRAS SATURÉS
EN MOINS DANS 55 PRODUITS CARREFOUR

ACTE 18

RÉDUIRE LA TENEUR EN SEL DE NOS PRODUITS : MOINS 25 % DE SEL DANS LA PLUPART DE NOS PAINS

LA SANTÉ DANS L'ASSIETTE

Une alimentation équilibrée et variée à base de produits de saison frais et naturels, voici ce que Carrefour veut offrir à ses clients. Comment ? En améliorant la composition de ses produits de marque propre, en travaillant sans cesse à étendre sa gamme de produits Filière Qualité Carrefour ou en misant sur la fraîcheur.

TOUJOURS PLUS DE QUALITÉ NUTRITIONNELLE

Améliorer la composition de ses produits est l'un des chevaux de bataille de Carrefour. Notre enseigne mise sur des produits de marque propre toujours plus naturels et équilibrés en améliorant leur composition nutritionnelle et en diminuant leur teneur en additifs, tout en préservant leur goût.

Les équipes de Carrefour travaillent en collaboration avec les fournisseurs pour réduire la quantité de sel, de sucre, de matières grasses et d'acides gras saturés entrant dans la composition de ses produits de marque propre. 156 références ont été améliorées depuis 2017, dont 68 en 2019.

116 ADDITIFS SUPPRIMÉS

Parmi les 329 additifs autorisés par la réglementation européenne, certains sont controversés. Ces additifs peuvent être des colorants, des conservateurs, des édulcorants ou des exhausteurs de goût qui améliorent l'aspect, la saveur

ou prolongent la durée de vie des aliments. L'objectif de Carrefour est de limiter au maximum l'utilisation d'additifs dans la fabrication de ses produits de marque propre. En 2019, la liste des additifs supprimés s'est allongée : ce sont désormais 116 additifs qui ont été retirés de la composition des produits de la marque Carrefour.

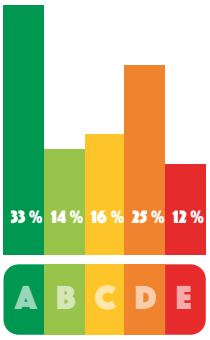
LE NUTRI-SCORE DE PLUS DE 4100 PRODUITS CONSULTABLE SUR L'APP CARREFOUR

Afin de fournir une information claire et transparente sur la composition de ses produits, le Nutri-Score de plus de 4100 références s'affiche désormais sur l'app Carrefour. Il suffit pour y accéder d'ouvrir l'app, de sélectionner le produit ou de scanner son code EAN et de cliquer sur l'onglet « info ». De plus, au fur et à mesure des changements de packaging, les Nutri-Scores sont ajoutés aux étiquettes des produits Carrefour.

Le Nutri-score classe les aliments en 5 catégories, de A à E. Le score de chaque aliment dépend de la quantité d'éléments à favoriser (fibres, protéines, fruits et légumes, légumineuses et noix) et à réduire (calories, graisses saturées, sucres et sel).

L'AMIBIOTE : UNE BAGUETTE QUI PREND SOIN DU MICROBIOTE

Un microbiote intestinal de qualité est gage de bonne santé. Voilà pourquoi Carrefour a ajouté une nouvelle baguette saine et savoureuse à son assortiment. Composée de sept fibres végétales, elle nourrit l'organisme de nutriments favorables à la santé de la flore intestinale, qui joue un rôle important dans la digestion et l'immunité. Trois ans de recherche en collaboration avec l'INRA (Institut National de la Rercherche Agronomique, France) ont été nécessaires pour formuler la recette de l'Amibiote.



PRÈS DE LA MOITIÉ DES PRODUITS CARREFOUR OBTIENNENT UN NUTRI-SCORE A OU B

> *116 additifs en moins dans les produits Carrefour*

DES PRODUITS FRAIS

DES POISSONS ACHETÉS À LA CRIÉE

Carrefour est la seule enseigne en Belgique à acheter ses poissons directement à la criée de Zeebruges. Ils représentent environ 12 % des poissons vendus par Carrefour Belgique, soit près de 5 tonnes par semaine de produits issus d'une pêche responsable qui soutient les mareyeurs locaux. Grâce aux circuits de distribution raccourcis, le poisson est frais de la veille !

FRAÎCHEUR ASSURÉE

Grâce à la plateforme de commande First in Fresh, les produits sont livrés aux Carrefour Express et Market plus souvent, plus rapidement et en plus petites quantités. Résultat : des produits plus frais et des assortiments mieux adaptés aux besoins.

12%

DES POISSONS VENDUS PAR CARREFOUR BELGIQUE PROVIENNENT EN DIRECT DE LA CRIÉE DE ZEEBRUGES

LA FILIÈRE QUALITÉ CARREFOUR, GAGE DE QUALITÉ

Grâce à des partenariats privilégiés avec des producteurs locaux, les produits de la Filière Qualité Carrefour suivent un cahier des charges rigoureux, dans le respect de l'environnement, et sont rémunérés à un prix équitable pour tous.

Les équipes de Carrefour travaillent continuellement à l'extension de ces partenariats, qui permettent de proposer des produits authentiques, de qualité et respectueux de l'environnement. En 2019 et 2020, 13 nouvelles Filières Qualité Carrefour (FQC) ont vu le jour, dont 8 belges : le gouda jeune, le bar oméga fumé, le poulet d'antan, les fraises, les dérivés de saumon, le brie, le fromage frais et le lait.

DES PRODUITS BELGES EMBLÉMATIQUES

Le **lait** de la Filière Qualité Carrefour est 100 % belge. Il provient d'une coopérative de 7 éleveurs ardennais. Les animaux sont nourris avec de l'herbe et des fourrages produits sur les exploitations — sans OGM (<0,9 %) et sans soja donc — et profitent de pâturages en plein air au moins 180 jours par an. La laiterie est neutre en CO_2 et l'emballage Tetrapack 100 % recyclable est fabriqué avec des matières premières renouvelables.

Les **poires** Conférence de la FQC sont belges et issues d'un mode de production durable. Sans résidus de pesticides

> **En septembre 2020, Carrefour Belgique compte 69 Filières Qualité Carrefour, dont 34 belges, pour un total de 523 produits**

DES POULETS ARDENNAIS ENTIÈREMENT TRAÇABLES

Les poulets d'Antan de la Filière Qualité Carrefour sont élevés en Ardenne belge pendant au moins 53 jours. Les volailles ont accès à un parcours extérieur et sont nourries avec une alimentation 100 % végétale, garantie sans OGM (<0,9 %). Elles naissent, sont élevées et transformées en Belgique. Chaque produit de la filière Poulet d'Antan est traçable grâce à la blockchain. En scannant le QR Code affiché sur l'emballage, le consommateur accède à une page web reprenant toutes les informations relatives au produit, de l'incubation au stockage en passant par l'élevage et l'abattage. La gamme Poulet d'Antan compte neuf références.

(<0,05 ppm), elles sont disponibles d'octobre à janvier. Seuls des pesticides biologiques sont utilisés durant les derniers mois. Les analyses de résidus sont effectuées juste avant la récolte. Une fois arrivées à maturité, elles sont cueillies à la main dans les 14 jours et acheminées vers les magasins dans les 24 à 48 heures. Elles sont emballées dans des barquettes en carton recyclable ou disponibles en vrac.

DES PRODUITS TRAÇABLES GRÂCE À LA BLOCKCHAIN

La blockchain est une technologie de stockage et de transmission numérique sécurisée des informations. Elle permet ainsi de retracer toutes les étapes du parcours d'un produit de manière totalement sûre et facilement accessible pour le consommateur. En scannant avec son smartphone le QR Code présent sur l'étiquette, le client obtient toutes les informations sur le produit concerné : origine, mode de production, attestations de qualité...

Trois Filières Qualité Carrefour sont traçables avec la blockchain : le poulet d'Auvergne français, qui a fait l'objet de la première blockchain alimentaire d'Europe et le porc d'Antan 100 % belge, depuis 2018, ainsi que le poulet d'Antan depuis 2019. Les prochaines filières à rejoindre la liste fin 2020 sont les œufs et la gamme de saumon fumé FQC.

888
PRODUCTEURS BELGES
SONT PARTENAIRES DE LA FQC

FQC
+14%
EN CA EN 2020

LE BIO

Manger bio est un excellent moyen de préserver sa santé et l'environnement. C'est aussi l'un des axes privilégiés par Carrefour pour devenir le leader de la transition alimentaire. Les produits bio sont certifiés et contrôlés, cultivés sans produit chimique ni OGM. Obtenus grâce à des procédés de fabrication respectueux de la santé et de la nature, ils conservent toutes leurs qualités nutritionnelles.

Les produits bio doivent respecter les règles éthiques de l'agriculture biologique, qui ne recourt pas aux engrais, aux pesticides, aux désherbants chimiques... Le bétail est quant à lui nourri d'aliments cultivés dans le respect des normes biologiques. Les méthodes de production bio maintiennent les champs fertiles tout en protégeant les nappes phréatiques et la biodiversité.

CARREFOUR BIO : LA QUALITÉ AU MEILLEUR PRIX

ACTE 3

100% DES PRODUITS CARREFOUR SANS OGM

ACTE 1

LA MARQUE BIO LA MOINS CHÈRE

LA MARQUE BIO LA MOINS CHÈRE

Pour que les bienfaits des produits issus de l'agriculture et de l'élevage bio puissent profiter à tous, Carrefour s'est engagé à devenir la marque bio la moins chère de Belgique. Nous chargeons un organisme indépendant de comparer les prix de nos produits bio avec ceux de nos concurrents et les adaptons à la baisse si nécessaire. Les exigences de qualité ne sont pas réduites pour autant : tous les produits Carrefour BIO doivent répondre à des normes strictes, contrôlées et certifiées par des organismes officiels ou indépendants. Ils sont garantis sans OGM, pesticides, additifs ou produits chimiques.

PAS D'OGM

Les OGM (Organismes Génétiquement Modifiés) ont été développés pour améliorer la résistance des cultures aux maladies et aux parasites afin d'augmenter la production et de réduire l'utilisation de pesticides et désherbants. Leur utilisation a suscité beaucoup d'espoir, mais elle a ensuite montré des risques élevés sur l'environnement. Quant aux risques sur la santé, le manque de recul ne permet pas aujourd'hui de les évaluer. Face à ces incertitudes, Carrefour a choisi d'appliquer le principe de précaution en supprimant des produits alimentaires Carrefour, dès 1999, tous les OGM et dérivés.

LA GAMME CARREFOUR BIO NE CESSE DE S'ÉTENDRE

En octobre 2020, l'assortiment Carrefour BIO compte en Belgique 722 références, dont 437 en produits frais, ce qui correspond à une augmentation de plus de 12 % par rapport à 2019. Les produits Carrefour BIO qui ont le plus de succès auprès des clients sont les œufs, suivis des pommes de terre, du lait, du filet de poulet, puis des carottes et du gouda. Toute l'alimentation pour bébés de la marque Carrefour est désormais bio et l'offre beauté et soins de la peau est en phase de s'élargir avec la gamme Carrefour Soft BIO, dont la sortie est prévue début 2021.

COUVRIR TOUS LES BESOINS

Les équipes travaillent constamment à élargir l'offre de produits Carrefour BIO. Au rang des nouveautés, on trouve des viennoiseries, des glaces, des yaourts, des crevettes entières surgelées ou des cubes de légumes. L'objectif est de couvrir l'ensemble des unités de besoins des consommateurs avec un produit bio, de la viande aux boissons en passant par les céréales et les produits transformés. 650 nouveaux produits à lancer ont été identifiés.

LE PRODUIT CARREFOUR BIO LE PLUS VENDU

LES OEUFS

100%

DES ALIMENTS CARREFOUR POUR BÉBÉS SONT BIO

722

PRODUITS CARREFOUR BIO

CROISSANCE DU BIO EN 2020

30%

UNE PRÉSENCE ACCRUE DU BIO DANS LES MAGASINS

Depuis 2019, la présence des produits bio est renforcée et étendue dans les points de vente. Les zones ont été repensées de manière à installer des corners bio dans tous les magasins intégrés. En fonction de critères tels que la zone de chalandise ou l'appétance pour le bio, ces espaces se composent au minimum d'un élément de vrac et d'une tête de gondole Carrefour BIO.

Les plus grands de ces corners bio sont les BIO expériences, espaces de 250 m² regroupant les produits BIO et permettant au client d'effectuer tous ses achats au même endroit. Les fruits et légumes bio et les produits en vrac y sont particulièrement mis en avant. 58 corners BIO ont été installés, dont 13 BIO expériences, 10 dans les Hypermarchés et 3 dans les Carrefour Market. Résultat ? Une croissance de 30 % en 2020.

58
CORNERS BIO INSTALLÉS

13
BIO EXPÉRIENCES

LA MARQUE DE SOINS BIO ET VEGAN N.A.E. DISPONIBLE CHEZ CARREFOUR

Depuis 2020, nos rayons proposent une sélection de produits de la gamme certifiée bio N.A.E., inspirée de l'herboristerie traditionnelle italienne : des soins du visage et du corps ainsi que deux barres de shampoing et une barre nettoyante pour le visage. Des formules vegan et des produits composés au minimum de 97 % d'ingrédients d'origine naturelle, conditionnés dans des emballages recyclés et recyclables.

UN CORNER CARREFOUR BIO AU DECATHLON DE NAMUR

Combiner les achats d'articles de sport et d'aliments sains est désormais possible. Les Namurois qui font leurs courses chez Decathlon ont accès depuis la rentrée 2020 à un corner Carrefour BIO de 25 m² proposant une centaine de références, dont une dizaine en vrac, ainsi qu'une sélection de produits Carrefour BIO : snacking sain, biscuits, galettes de riz, jus et produits petit-déjeuner. Le résultat d'un partenariat entre Carrefour et Decathlon entamé lors de la crise du coronavirus, qui offre de belles perspectives d'avenir.

UNE PRÉSENCE AUPRÈS DES AGRICULTEURS LOCAUX

Carrefour est l'unique acteur de la grande distribution présent à la Foire agricole de Libramont. En juillet 2019, nos équipes y présentaient les différentes formules de partenariat durables mis en œuvre par Carrefour, tels que la Filière Qualité Carrefour et le programme d'accompagnement des agriculteurs belges dans leur transition vers le bio. Parmi les engagements pris dans le cadre de cette conversion, Carrefour n'impose pas d'exclusivité, s'engage sur 3 à 5 ans à assurer un volume de ventes et offre la possibilité de commercialiser les produits en conversion bio dans ses rayons.

UN SOUTIEN AUX PRODUCTEURS

Carrefour soutient les producteurs belges et les produits locaux, ce qui lui permet de proposer des produits bio 100 % belges comme le pain, le beurre, les fraises, le poulet ou la viande. En Belgique, la consommation de produits bio a plus que doublé ces dernières années et les 2 378 exploitations agricoles certifiées bio[1] ne suffisent pas.

Pour les agriculteurs et éleveurs, la conversion au bio n'est pas aisée. Préparer les sols, maîtriser les méthodes spécifiques au bio, obtenir une certification… peut prendre jusqu'à trois ans. Afin de les aider à franchir ce cap, Carrefour apporte un soutien financier aux agriculteurs et s'engage à acheter une part de leur production. Les agriculteurs reçoivent une rémunération équitable et la garantie d'écouler leur production.

PLACE AU CROWDFUNDING

Pour motiver les producteurs belges à se convertir au bio, Carrefour s'est associé avec la plateforme de crowdfunding MiiMOSA, leader du financement participatif au service de l'agriculture et de l'alimentation. L'objectif de cette opération est de soutenir financièrement et au niveau opérationnel des projets de producteurs locaux qui souhaitent élargir leurs activités ou passer le pas du bio.

COMMENT ÇA MARCHE ?

À travers le financement participatif, le consommateur découvre le projet de l'agriculteur, son exploitation et ses produits. En échange de sa participation financière, le consommateur qui soutient un projet peut se voir offrir différentes sortes de contreparties : des produits, de la visibilité voire une visite de la ferme en famille. Les producteurs bénéficient d'une solution de financement innovante, rapide et facile à utiliser.

MiiMOSA

MiiMOSA accompagne les utilisateurs dans la réussite de leur collecte et, pour augmenter la visibilité de la levée de fonds et la notoriété du projet, la partage sur les réseaux sociaux.

Au terme de l'appel à candidatures, qui s'est étendu de juillet à octobre 2020, Carrefour prévoit de sélectionner une série de lauréats qui seront soutenus financièrement à raison de 25 % du montant collecté, avec une limite de 2 500 euros par projet. Tous les projets issus de cette opération auront la possibilité de voir leurs produits référencés dans le circuit des producteurs locaux des magasins Carrefour. L'opération se déroule en partenariat avec le Collège des Producteurs et son label « Prix Juste Producteur ».

[1] Au 31/12/2019. Source : Statbel.

LA PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

Protéger l'environnement est l'un des fondements de la transition alimentaire voulue par Carrefour. De la réduction des émissions de CO_2 à la diminution des emballages en passant par la mise en avant de produits toujours plus naturels, Carrefour agit au quotidien en faveur d'un monde plus durable.

UN BILAN CARBONE FAVORABLE

Carrefour Belgique suit l'évolution de son impact sur le climat depuis plus de dix ans en ce qui concerne l'énergie et les réfrigérants des magasins, les transports logistiques, la mobilité des clients et du personnel, les déchets, les centres logistiques et le siège social. Depuis 2010, la mise en place de différentes actions a permis de réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 52,6 %, dépassant l'objectif de réduction du groupe Carrefour fixé à 40 % de réduction d'ici 2025.

ACTE 9

LUTTER ACTIVEMENT CONTRE LE PLASTIQUE

ACTE 11

RÉDUIRE LES EMBALLAGES DE NOS PRODUITS

Le gaz, l'électricité et les fluides réfrigérants consommés en magasin sont les postes principaux d'émissions directes de gaz à effet de serre de Carrefour. Les bons résultats enregistrés ces dernières années ont pu être atteints grâce à des travaux de rénovation et au remplacement des systèmes de refroidissement dans les magasins. Depuis 2011, Carrefour a évité en moyenne 34 500 tonnes équivalent CO_2 par an.

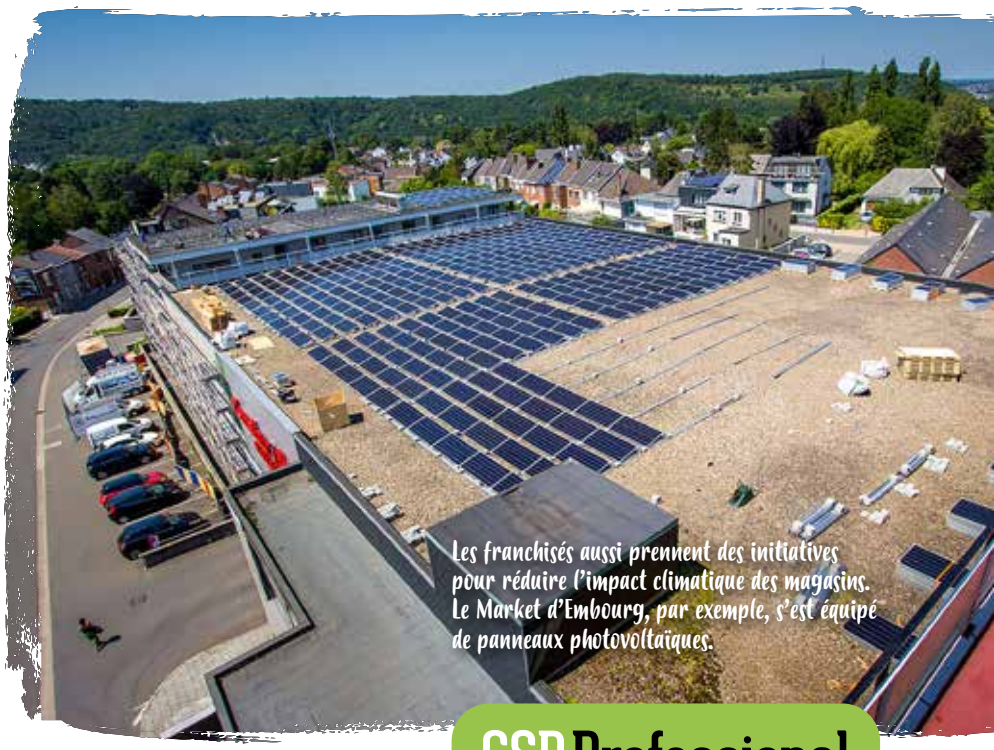
LE PACTE TRANSITION ALIMENTAIRE

Le Pacte Transition Alimentaire est un réseau de fournisseurs Carrefour engagés dans la transition alimentaire pour tous en proposant aux clients des produits nutritionnels et durables à un prix raisonnable. Cette initiative se focalise sur 5 enjeux prioritaires — emballages, biodiversité, transparence, produits responsables, climat — et offre une plateforme d'échanges, de partage des bonnes pratiques et de diffusion des progrès aux consommateurs.

ENSEMBLE pour demain

UN PACKAGE MOBILITÉ POUR LE PERSONNEL

En septembre 2020, Carrefour Belgique a organisé des séances d'information et des démonstrations sur le parking de son siège d'Evere pour encourager ses collaborateurs à choisir des moyens de transport alternatifs et profiter ainsi du « Budget mobilité » proposé à son personnel. Au programme : découverte de la solution de mobilité Skipr, de services de voitures et vélos partagés, entretien complet du vélo des collaborateurs ou test de conduite de véhicules électriques et hybrides.



Les franchisés aussi prennent des initiatives pour réduire l'impact climatique des magasins. Le Market d'Embourg, par exemple, s'est équipé de panneaux photovoltaïques.

LES FOURNISSEURS AUSSI

L'objectif initial ayant été atteint en 2019, le groupe a décidé d'aller plus loin en établissant un nouvel objectif de 30 % de réduction des émissions de CO_2 d'ici 2030 et de 55 % pour 2040. Cette ambition plus élevée se traduira par un travail complémentaire de Carrefour Belgique dans le cadre du Pacte transition alimentaire, en incluant dans le périmètre de son bilan carbone les émissions indirectes liées aux produits, en collaboration avec ses fournisseurs. Nos équipes ont déjà envoyé un questionnaire à des centaines de fournisseurs pour établir un baromètre de la durabilité.

ACTIONS EN MAGASINS

Un travail en profondeur a été effectué par Carrefour Belgique sur les réfrigérants, en éliminant les fuites et en optant pour des fluides réfrigérants ayant un impact moindre sur le climat. Lors des transformations de magasins, Carrefour met en place des solutions d'isolation, de chauffage, de climatisation et d'éclairage sobres en carbone.

ISO 50001
ENERGY MANAGEMENT

La certification ISO 50 001 (performance énergétique) de nos Hypermarchés et de nos Market intégrés a été reconduite en septembre 2020.

De 2010 à 2019, la consommation d'énergie de nos Hypermarchés a diminué de 21 % et celle de nos Market intégrés, de 14 %. En 2019, dans nos magasins intégrés, partout où c'est possible, l'éclairage a été remplacé par des LED. Le remplacement des centrales réfrigérantes par des réfrigérateurs plus économes et utilisant un fluide moins polluant s'est poursuivi. Par ailleurs, Carrefour Belgique accompagne les franchisés dans les économies d'énergie ainsi que sur l'impact carbone.

PLAN DE MOBILITÉ

Les émissions liées à la mobilité des employés et du siège de Carrefour Belgique en 2019 ont diminué de 23 % par rapport à 2015. En Belgique, la logistique a aussi amélioré le remplissage des camions et les premiers camions au biométhane ont commencé à rouler fin 2020.

CSR Professional of the year 2018 by time4society

RÉCOMPENSE

Nos équipes ont remporté en 2019 le prix du « CSR Professional of the Year 2018 » : une reconnaissance de l'engagement de Carrefour Belgique en faveur des enjeux environnementaux et éthiques.

BILAN CARBONE DE CARREFOUR BELGIQUE EN 2019

-52,6%

D'ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DEPUIS 2010

RÉDUCTION DES EMBALLAGES

ACTE 14

ALLER VERS 100% D'EMBALLAGES RECYCLABLES EN 2025 POUR LES PRODUITS CARREFOUR

2 000
TONNES D'EMBALLAGE EN MOINS EN 2020

OFFENSIVE CONTRE LE PLASTIQUE

En 2019, Carrefour a réduit son utilisation de plastique de 105,8 tonnes et cette dynamique s'est poursuivie en 2020. Entre 800 et 2 000 emballages de produits de la marque Carrefour sont retravaillés ou remplacés par an. Quelques exemples ? La suppression des emballages des fruits et légumes BIO à peau épaisse, remplacés par une impression du logo au laser, a permis de réduire la quantité de plastique de 3,5 tonnes par an. Les pommes et poires Carrefour, ou les champignons BIO, sont désormais emballés dans des barquettes en carton, pour une économie de plastique de 7,5 tonnes annuelles, tout comme le fromage, pour une diminution de 10,9 tonnes de plastique chaque année. Le remplacement des contenants des légumes snack permet à lui seul de réduire l'utilisation de plastique de 40 tonnes par an.

Par ailleurs, Carrefour ne cesse de développer son offre de produits en vrac et encourage les clients à apporter leurs propres sacs réutilisables et contenants.

DAVANTAGE D'EMBALLAGES RECYCLÉS

Carrefour s'est engagé à ce que la totalité des emballages de ses produits soient recyclables d'ici 2025. Un objectif majoritairement atteint puisque 96 % des emballages des produits de marque propre sont désormais recyclables. Pour y parvenir, les équipes de Carrefour recherchent constamment de nouvelles solutions avec les fournisseurs pour trouver des matériaux ayant moins d'impact environnemental tout en protégeant le produit, ce qui permet de réduire le gaspillage alimentaire.

Les pommes de terre, par exemple, qui étaient emballées dans un sac en plastique de 1 kg le sont désormais dans un sac en papier, ce qui a abouti à une économie de 30 tonnes de plastique. Les barquettes de produits de boucherie en polystyrène et en plastique noir, qui n'étaient pas collectés dans les sacs PMC en Belgique, ont, elles, été remplacées par différents types d'emballages collectés, notamment du plastique transparent recyclable ou des raviers en carton recouverts d'un film plastique séparable.

> *La totalité des emballages des produits Carrefour BIO sont recyclables à 100%*

500 TONNES DE PAPIER EN MOINS

En 2020, les folders des Hypermarchés et des Carrefour Market ont fusionné. Résultat : Carrefour utilise 500 tonnes de papier en moins par an et les clients trouvent toutes les promos dans un seul dépliant.

> **L'arrêt de la vente de sacs de caisse en plastique à 10 cents = 700 tonnes de plastique en moins.**

LA CHASSE AU GASPILLAGE

Depuis 15 ans, Carrefour s'engage à réduire les pertes et gaspillages alimentaires en agissant sur plusieurs fronts :

- Une gestion des stocks efficace pour éviter les invendus.
- La démarcation des produits qui approchent de la date limite de consommation.
- La suppression de la date limite de consommation des produits impérissables (huile, vinaigre, sucreries, alcool...).
- Depuis 2018, Carrefour collabore avec l'application Too Good To Go, qui permet de commander des paniers surprise à petit prix. Les 463 magasins Carrefour partenaires ont depuis lors distribué 512 900 paniers.
- En septembre 2020, Carrefour s'est associé à la start-up bruxelloise Freshr, qui récupère les fruits et légumes mal calibrés ou invendus pour en faire des jus de fruits et légumes frais, des soupes ou des collations saines, transformés devant le consommateur au sein des magasins Carrefour.

- Carrefour est le premier distributeur alimentaire à s'être associé à la Bourse aux Dons, une plateforme qui met en contact les associations et les magasins. Résultat : plus de 1 million de repas donnés par Carrefour ont été distribués aux plus démunis en 2020, une période durant laquelle la demande a été particulièrement importante.
- Si, après toutes ces initiatives, des produits restent invendus, ils sont recyclés et valorisés par des tiers, par exemple comme matière première pour la biométhanisation.

> **Plus de 1 million de repas distribués via la Bourse aux Dons**

235 000

PANIERS DISTRIBUÉS AUX CONSOMMATEURS VIA TOO GOOD TO GO EN 2020

FAVORISER L'AGROÉCOLOGIE

À travers son choix de promouvoir les produits bio et l'établissement de Filières Qualité Carrefour avec des producteurs locaux pratiquant la culture et l'élevage raisonné, Carrefour soutient l'agro-écologie et participe à la réduction de l'utilisation de pesticides.

> Carrefour est le seul distributeur belge dont toutes les poissonneries sont certifiées MSC

DES PRODUITS DE LA MER DURABLES

EN BELGIQUE, CARREFOUR PROPOSE PLUS DE 100 RÉFÉRENCES LABELLISÉES MSC OU AFC

LA SURPÊCHE DÉPEUPLE LES OCÉANS ET PERTURBE LES ÉCOSYSTÈMES. AUSSI CARREFOUR S'ENGAGE-T-IL À PRÉSERVER LES RESSOURCES MARINES.

À travers l'acte 10 de son programme Act for Food, l'enseigne interdit la vente des espèces de poissons menacées et soutient la pêche durable. Son objectif est que 75 % des produits de la mer de la marque Carrefour soient issus de pêche et d'aquaculture responsables d'ici 2022.

DES POISSONNERIES CERTIFIÉES MSC

D'ici là, Carrefour Belgique propose déjà plus de 100 références labellisées MSC[1] ou AFC[2]. Début 2020, 69 % des poissons vendus dans ses rayons étaient certifiés MSC, AFC, FQC[3] ou Bio[4]. Au-delà de la vente de produits de la mer labellisés, ce sont toutes les poissonneries Carrefour qui sont certifiées MSC : celles de tous les Hyper et de tous les Market disposant d'une poissonnerie en service. En d'autres termes, tout le processus, de l'achat à la découpe en passant par la logistique, sont labellisés MSC.

> Chez Carrefour, toutes les espèces menacées sont interdites à la vente

1 Le label **MSC** (Marine Stewardship Council) garantit que le poisson a été pêché de manière durable.

2 Le label **ASC** garantit que le poisson est élevé de manière responsable.

3 Les produits de la **Filière Qualité Carrefour** suivent un cahier des charges rigoureux, dans le respect de l'environnement, et sont rémunérés à un prix équitable pour tous/

4 Les produits Carrefour **Bio** sont certifiés par des organismes indépendants et répondent aux normes de l'agriculture biologique.

DÉCHETS DE MER VALORISÉS

Carrefour a supprimé les sacs en plastique vendus en caisse au prix de 10 cents et propose comme alternative une gamme de sacs réutilisables : des pochons en coton bio pour les produits en vrac, un cabas en toile de jute et une nouvelle gamme de sacs en matériaux recyclés : un trolley, un sac pliable réalisé à partir de bouteilles en PET recyclées et l'« ocean bag », un cabas 100 % recyclé fabriqué à partir de déchets collectés en mer par l'organisme Seaqual, qui œuvre à la propreté des océans et fonds marins.

CROISSANCE DE L'ASSORTIMENT LABELLISÉ

Fin 2019, l'assortiment s'est enrichi d'un bar Omega fumé FQC issu de l'agriculture durable et, début 2020, d'un saumon frais 100 % FQC ou BIO. Depuis septembre, les produits à base de saumon fumé comme le gravlax ou les produits transformés comme les tartares ou les carpaccios le sont à base de saumon FQC.

UN NOUVEAU LABEL BELGE

Depuis juin 2020, les poissons de la mer du Nord tels que sole, plie, lotte, raie, limande… vendus par Carrefour sont labellisés « Vers une pêche durable ». Ce label belge utilise un outil scientifique analysant onze indicateurs (notamment l'état des ressources, la consommation de carburant, le bien-être animal, la sécurité et la santé de l'équipage) pour identifier les pêcheurs respectant des méthodes durables.

UN SOLIDE ANCRAGE BELGE

À travers son programme Act for Food, le concept « des Producteurs locaux près de chez vous » ou « les Filières Qualité Carrefour », notre enseigne privilégie les produits belges et soutient les producteurs locaux. Carrefour met aussi la belgitude au cœur de ses rayons par le biais de diverses actions comme le lancement d'une gamme de produits belges.

LES PRODUCTEURS LOCAUX PRÈS DE CHEZ VOUS

En 2012, Carrefour Belgique a lancé le concept « Des producteurs locaux près de chez Vous », la vente des produits de producteurs locaux dans ses magasins situés dans un rayon de 40 km autour de l'exploitation (à l'exception des magasins situés à Bruxelles). Ce concept repose sur le principe suivant : c'est Carrefour qui se met au niveau du producteur local et non le contraire. La collaboration se base sur le respect d'une charte éthique composée de 7 engagements, qui adapte les procédures de Carrefour aux petites structures et aux manières de travailler des producteurs.

CIRCUIT COURT

En donnant un accès direct aux magasins à ces artisans et agriculteurs, la commercialisation des produits est simplifiée et respecte le rythme de production. Les producteurs approvisionnent directement les magasins selon les principes du circuit court. La distribution de ces produits locaux diffère donc en fonction des régions et des saisons et l'offre de produits varie en fonction des magasins. De quelques dizaines de produits au départ, ils sont aujourd'hui près de 10 000 présents dans les rayons de nos magasins, provenant de 728 producteurs locaux.

LA CHARTE DES PRODUCTEURS LOCAUX

1. Une relation directe entre l'équipe du magasin et le producteur : les centrales d'achat et de logistique sont court-circuitées.
2. Carrefour s'engage à respecter le prix d'achat justement fixé par le producteur et à payer les marchandises rapidement.
3. Carrefour garantit la transparence sur l'origine du produit et son authenticité : les coordonnées du producteur sont indiquées sur l'emballage.
4. Carrefour réserve un accueil spécifique à ses producteurs locaux avec un espace de vente particulier.
5. Carrefour s'adapte au volume de production saisonnier.
6. Carrefour n'impose pas de clause d'exclusivité au producteur.
7. Les procédures administratives sont simplifiées grâce à un contrat adapté.

ACCÈS À TOUS LES MAGASINS PENDANT LA CRISE SANITAIRE

En avril 2020, en raison des mesures de lutte contre le coronavirus, Carrefour a décidé de suspendre la règle limitant la vente de produits locaux à un rayon de 40 km et de donner accès à tous ses magasins aux producteurs locaux. Les producteurs ont en effet vu leurs canaux de vente réduits à cause de la fermeture des établissements horeca et des marchés. C'est ainsi que les clients de Carrefour ont par exemple pu trouver de la farine des Moulins de Statte (Huy), des œufs Rollie's (Courtrai), des produits laitiers de la Ferme du Tambourin (Rebecq) ou encore des sucreries de la Confiserie Pascaline (Tubize) dans des magasins situés en dehors de leur région de production.

ACTE 4

PRIVILÉGIER L'ORIGINE BELGE DE NOS PRODUITS

PRIVILÉGIER LES PRODUITS BELGES

PLUS DE 728 PRODUCTEURS ET 10 000 PRODUITS LOCAUX

Carrefour donne la priorité aux producteurs belges afin de soutenir l'économie locale, de réduire l'impact environnemental et de garantir des produits de qualité. Ainsi, 100 % des œufs, 95 % du lait, 95 % de la viande et 75 % de la charcuterie de la marque Carrefour sont d'origine belge.

DES PRODUITS BELGES FQC

888 producteurs belges sont associés à Carrefour dans le cadre des Filières Qualité Carrefour. Ces partenariats de longue durée reposent sur des cahiers des charges rigoureux en termes de qualité, de traçabilité, de bien-être animal et de respect environnemental, avec une attention portée à une rémunération équitable pour tous.

100% DES ŒUFS

95% DU LAIT

95% DE LA VIANDE DE LA MARQUE CARREFOUR SONT D'ORIGINE BELGE

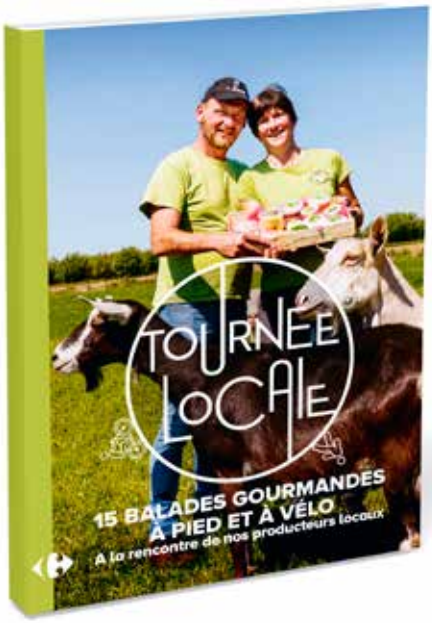
UNE GAMME DE PRODUITS BIEN DE CHEZ NOUS

« Les Belges », c'est une nouvelle gamme sortie en juin 2020, composée des produits les plus emblématiques et gourmands de notre pays. Un savoir-faire 100 % belge pour des délices de notre enfance fabriqués selon des recettes traditionnelles : galettes fines, amandines, cassonade, sirop de Liège, dentelles de Bruges, gaufres, pralines, glace au spéculoos ou au cuberdon, frites...

Nos équipes ont travaillé avec des producteurs soigneusement sélectionnés, s'assurant de l'authenticité des recettes et de la qualité des ingrédients qui font la fierté de la Belgique. « Les Belges » sont également disponibles dans les magasins Carrefour de France, d'Espagne et d'Italie.

« TOURNÉE LOCALE » À TRAVERS LA BELGIQUE

Cet été, nombre de Belges ont dû renoncer aux vacances à l'étranger. Carrefour leur a toutefois donné l'occasion de (re)découvrir des trésors insoupçonnés de notre pays, tant pour le plaisir des yeux et de la balade que des papilles, en éditant le guide « Tournée locale » : 15 balades à pied ou à vélo à la rencontre de nos producteurs locaux. 30 d'entre eux ont ainsi été mis à l'honneur. Le guide de 96 pages était disponible en magasin dès juillet, ainsi qu'en ligne avec 3 balades et 6 producteurs locaux en bonus. L'occasion de découvrir les exploitations et de déguster, par exemple, le fromage de Herve du Vieux Moulin, les confitures de la Ferme de Gérard-Sart ou les sirops traditionnels de la Siroperie Artisanale d'Aubel.



LA FOIRE DE LIBRAMONT EN VISIOCONFÉRENCE

L'édition 2020 de la Foire agricole de Libramont ayant été annulée à la suite de la crise du coronavirus, Carrefour Belgique a participé au programme alternatif d'actions mises en place à cette occasion. Le 24 juillet s'est ainsi tenue au Libramont Exhibition & Congress une réunion à laquelle les producteurs ont été invités par visioconférence. Y ont été présentés le programme Act for Food, le concept des Producteurs près de chez vous, la Filière Qualité Carrefour et le programme de financement participatif mis en place avec la plateforme Miimosa.

CONVIVIAL'ÉTÉ, UN ÉTÉ ENDIABLÉ

L'été 2020 ayant vu l'annulation des festivals et des grands événements, Carrefour a voulu mettre un peu de baume au cœur des Belges en lançant Convivial'Été, une campagne autour de jeux de société, de concours et de promotions sur des produits belges. Notre enseigne a ainsi proposé des jeux de société comme TRIVIAL PURSUIT® ou UNO® déclinés aux couleurs des Diables Rouges et des Red Flames ou associé des jeux de cartes aux plus grands footballeurs. Les fans ont pu collectionner ces dernières à l'aide d'un 'fanpack' disponible par tranche d'achat de 20 euros. Cette action a été conçue, développée et produite en Belgique.

LES CLUBS DE SPORT RÉGIONAUX À L'HONNEUR

Début 2020, les Carrefour Market de Bastogne, Bouillon, Hotton, Marche, On, Saint-Hubert, Courtrai et Embourg ont proposé des albums d'autocollants mettant à l'honneur les équipes des clubs de sport de leur région. Les clients recevaient un sachet d'autocollants par tranche d'achat de 25 € et à l'achat des produits participants. Au cours des dernières années, des dizaines de Carrefour Market ont lancé ce type d'action.

UNE MULTITUDE D'ACTIONS SOLIDAIRES

Carrefour s'engage en faveur de la communauté à travers diverses actions et programmes de soutien à des associations. Depuis le début de la crise du Covid-19, les équipes de Carrefour ont fait preuve d'un dévouement et d'une générosité sans faille, les initiatives solidaires s'étant multipliées à tous les niveaux de l'entreprise.

UN FORMIDABLE ÉLAN DE GÉNÉROSITÉ

S'il est une période au cours de laquelle la solidarité a pris tout son sens chez Carrefour, c'est bien celle que nous avons traversée en 2020. Depuis le début de la pandémie, le personnel de Carrefour et de ses magasins, intégrés comme franchisés, a été mis à rude épreuve. Mais au-delà de la fatigue et des tensions, les initiatives d'entraide, nombreuses et généreuses, ont fleuri de toutes parts, au niveau national et local, depuis les services du siège et les magasins. Ces actions pour venir en aide aux plus vulnérables et au personnel soignant ont été relayées sur les réseaux sociaux par les équipes de Carrefour.

UNE CHAÎNE DE SOLIDARITÉ

Pour aider les maisons de repos à faire face à la pandémie, Médecins sans Frontières leur a apporté une aide logistique et médicale précieuse. Afin de soutenir cette action, début mai, Carrefour Belgique a fait un don de 10 000 euros à l'association. Et l'opération ne s'est pas arrêtée là. Pour doubler ce montant, Carrefour a invité les citoyens à rejoindre le mouvement #CarrefourSolidarityChain. L'idée était de proposer aux participants de se prendre en photo avec un accessoire rouge rappelant la couleur de Médecins Sans Frontières, les mains tendues vers l'extérieur et de partager son cliché sur Instagram ou Facebook.

ACTE 20

LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE À TOUS LES NIVEAUX

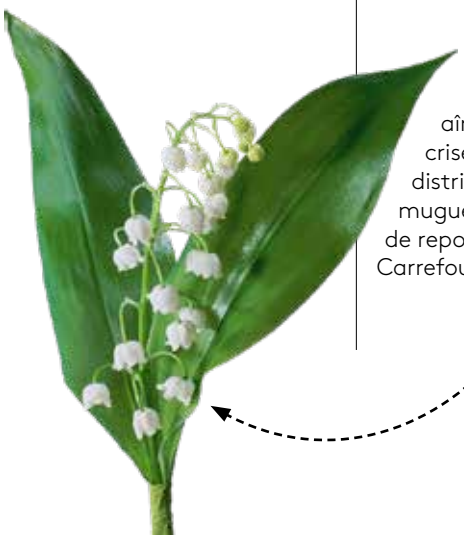
> **Les initiatives d'entraide, nombreuses et généreuses, ont fleuri de toutes parts.**

Objectif : réaliser une grande chaîne de solidarité virtuelle. Pour chaque photo diffusée entre le 4 et le 11 mai, Carrefour a versé 1 € à Médecins Sans Frontières.

DON DE DEUX RESPIRATEURS

Mi-mars, le CHU Saint-Pierre de Bruxelles lançait un appel à l'aide : l'hôpital manquait de respirateurs pour soigner les patients les plus sévèrement atteints. À la suite de cet appel, la Fondation Carrefour a fait un don de 80 000 € au centre hospitalier, un montant permettant de financer deux respirateurs. La Fondation a ainsi contribué au financement de la deuxième unité de soins intensifs du CHU dédiée à la prise en charge des patients atteints du virus.

CHU Saint-Pierre
UMC Sint-Pieter



DES ORIGAMIS

« Origami For Life » est une initiative de l'artiste Charles Kaisin afin de récolter des fonds pour ouvrir une unité Covid-19 à l'Hôpital Erasme. L'objectif de l'action était de proposer à la population de plier un oiseau en origami et de récolter un maximum de ces origamis pour en faire une œuvre d'art. Carrefour a participé à l'opération de récolte des origamis dans des corbeilles disposées dans les magasins participants et a effectué un don de 5 euros pour chaque origami reçu. Avec quelque 2 500 de ces origamis, Charles Kaisin a réalisé une installation exposée en juin au musée Kanal-Centre Pompidou à Bruxelles.

10 000 BRINS DE MUGUET

Le muguet porte bonheur et symbolise le retour du printemps. Pour soutenir nos aînés, durement touchés par la crise du coronavirus, Carrefour a distribué début mai des brins de muguet aux résidents de maisons de repos. Les directeurs des magasins Carrefour intégrés se sont ainsi rendus

dans la maison de repos la plus proche de leur établissement pour y déposer deux boîtes de muguets. Quelque 10 000 brins de muguet ont ainsi été distribués.

DES ŒUFS DE PÂQUES

En avril, pour apporter du réconfort au personnel soignant et aux enfants hospitalisés, le Carrefour Market de Mouscron a offert plus de 40 kg de chocolat — 237 sachets d'œufs et de figurines — ainsi que des peluches aux enfants accueillis au service de pédiatrie et au personnel du Centre Hospitalier de Mouscron.

AUX PETITS SOINS

Le personnel soignant prend soin de nous, nous avons donc voulu prendre soin de lui. Le 12 mai, à l'occasion de la Journée internationale des infirmiers et infirmières, Carrefour Belgique a offert des produits de soin et des fleurs au personnel soignant du CHU Brugmann et de l'UZ Brussel (Jette). Crème pour la peau, gel douche, shampoing... quelque 6 600 produits ont ainsi été distribués dans les services des deux hôpitaux.

DES SANDWICHS

Fin mars et début avril, l'Hypermarché Les Grands Prés à Mons a tenu à marquer son soutien au personnel soignant en préparant et en apportant 500 sandwichs et 20 kg de bonbons au CHU Ambroise Paré et 300 sandwichs à l'hôpital Saint-Joseph.

SOUTIEN À L'ÉPICERIE SOCIALE

L'épicerie sociale 't Sociaal Profijtje à Malines ayant dû fermer en raison du confinement, l'Hypermarché de Zemst a ouvert ses portes aux familles bénéficiaires qui ont pu y faire leurs courses à moitié prix. Des œufs de Pâques ont également été distribués aux enfants, dont le sourire a enchanté les collaborateurs du magasin qui se sont investis dans ce projet.

FEED THE NURSES

Carrefour s'est associé au projet « Feed the nurses » — des repas préparés pour le personnel soignant par les chefs de plusieurs restaurants — en leur fournissant des produits gratuits, en partenariat avec des fournisseurs locaux. Les Carrefour Market de Scheepsdale, Saint-André, Bruges Sainte-Croix et Knokke ainsi que l'Hypermarché Carrefour B-Park notamment ont offert des produits tels que des pâtes et du lait.

ACTION EN FAVEUR DE CHILD FOCUS

CARREFOUR A RÉCOLTÉ 140 000 EUR AU PROFIT DE CHILD FOCUS EN 2020

Depuis 1998, Child Focus met tout en œuvre pour retrouver les enfants disparus et lutter contre l'exploitation sexuelle des mineurs. Pour la 11e année consécutive, Carrefour a apporté son soutien à Child Focus. Du 19 au 25 octobre 2020, dans tous les Hypermarchés et Carrefour Market, pour tout achat de 10 € de produits des marques participantes, 1 € a été versé à Child Focus. Les bénéfices de cette opération sont consacrés à soutenir la ligne d'urgence 116 000 et à promouvoir une nouvelle application, Child Rescue, qui permet d'informer les citoyens de la disparition d'un enfant dans leur région et contribuer ainsi à retrouver plus rapidement les enfants disparus.

AVEC PINK RIBBON, CARREFOUR SOUTIENT LA LUTTE CONTRE LE CANCER DU SEIN

Depuis 6 ans, Carrefour est un partenaire régulier de Pink Ribbon, association de lutte contre le cancer du sein. Notre enseigne a récolté pas moins de 475 000 € de dons en sa faveur de 2015 à 2019. Comme les années précédentes, l'opération de soutien a été relancée en 2020 à travers plusieurs actions.

Les bananes Papillon se sont enrubannées de rose, Carrefour reversant 1 € à Pink Ribbon par caisse de bananes vendue. De 2017 à 2019, ces ventes de bananes avaient permis de récolter 160 000 € en faveur de l'association. Pour toute tranche de 10 € d'achats de lingerie, 1 € est reversé à l'asbl. D'autres marques présentes dans les magasins Carrefour participent aussi à l'opération, notamment les kiwis Zespri, les dentifrices Sensodyne et Sensodyne Proglasur ou les bouteilles d'eau Contrex. Les clients ont également pu acheter les rubans roses de l'association, conçus cette année par les athlètes et créatrices Olivia Borlée et Élodie Ouédraogo, ainsi que des masques buccaux. De leur côté, les collaborateurs de Carrefour se sont mobilisés pour cette cause en participant à La Marche rose, s'engageant ainsi à parcourir 10 000 pas chaque jour en octobre.

Ces 5 dernières années, 110 000 rubans roses, emblèmes de l'association, ont été achetés dans les magasins Carrefour participants, ce qui représente un montant de 220 000 €.

10 000
PAS PAR JOUR EN OCTOBRE EN FAVEUR DE PINK RIBBON

110 000
RUBANS ROSES VENDUS EN 5 ANS

160 000
EUR ONT ÉTÉ RÉCOLTÉS EN 2020 AU PROFIT DE PINK RIBBON

UNE PROFUSION D'ACTIONS D'ENTRAIDE

À tous les échelons de l'entreprise, des démarches solidaires ont essaimé au cours de cette période de pandémie. De leur propre initiative, des collaborateurs des magasins et du siège, des directeurs d'enseigne et des franchisés ont mis en place des actions pour venir en aide aux hôpitaux, aux maisons de repos, aux personnes vulnérables ou encore aux producteurs, commerçants et artisans qui ne pouvaient pas poursuivre leur activité. Offre de repas, organisation de livraisons, accueil de produits locaux dans les rayons… Florilège de ces opérations altruistes qui démontrent l'élan de générosité spontané dont a fait preuve le personnel de Carrefour à l'égard de la collectivité.

Carrefour donne un sérieux coup de pouce à la production de masques de l'**Université d'Anvers**.

Les jeunes artistes Denisa Teglas (22) et Jet van Leeuwen (24) exposent leurs œuvres jusqu'à la fin de l'année au supermarché **Carrefour de la Turnhoutsebaan à Borgerhout**. Une idée du gérant Joost.

Carrefour Market Ertvelde offre 450 gilets de sécurité à l'école primaire De Regenboog

Pink RIBBON

Félicitations ! Nous avons terminé **la Marche Rose** ensemble, et ce fut une réussite !

561 collègues enthousiastes se sont lancés dans l'aventure et ont décidé de bouger plus, hissant Carrefour à la 79e place dans le classement des entreprises.

Au total, vous avez fait 74 428 881 pas et parcouru 51 341 067 km, soit 1,26 fois le tour du monde !

Le **Market Arlon Hydryon** offre des caddies au personnel soignant.

Le **Market Diepenbeek** livre à domicile, même le lundi de Pâques.

Ronny boomputte (**Express Mechelen Bruul**) livre aux maisons de repos.

L'**Express Roeselare** offre des repas bio à l'AZ Delta.

Actions destinées à soutenir l'horeca local.

Carrefour a soutenu l'initiative 'Origami For Life' de l'artiste belge de renom Charles Kaisin pour récolter des fonds pour l'Hôpital Ersasme.

> **Nous souhaitons remercier la direction et les employés de Carrefour pour votre soutien à Médecins Sans Frontières.**

L'épicerie sociale est momentanément fermée en raison des mesures prises contre le coronavirus. À la place, ses clients ont pu, pour la première fois, faire leurs courses à **l'Hypermarché de Zemst** à un tarif préférentiel. Les familles jusqu'à 4 personnes ont bénéficié d'une réduction de 50 % sur leurs achats, elles n'ont donc eu que la moitié de la somme à payer elles-mêmes. Des bénévoles du Centre social étaient présents pendant cette ouverture spéciale afin d'assurer que tout se passe au mieux.

Des œufs de Pâques ont également été distribués aux enfants. Le sourire sur leurs visages était la plus belle des récompenses pour tous les collaborateurs du magasin qui se sont investis dans ce projet.

Le **Market Oreye** soutient un glacier.

Le **Carrefour Express Melsen** a participé à l'opération de nettoyage des déchets du quartier. Avec l'aide de la troupe scoute locale, ils ont rempli par moins de neuf sacs-poubelle !

À travers ces opérations de nettoyage des déchets, les supermarchés de proximité prouvent une fois de plus l'importance de leur rôle social pour le quartier.

Carrefour Brugge B-Park : On est plus fort ensemble

Isabella avait lancé une vente de cupcakes pour gagner quelques sous, avec lesquels elle achèterait des articles à destination d'enfants de réfugiés en passant par la Croix Rouge.

Nous avons été si charmés par sa lettre et son initiative que nous avons décidé de transmettre cette lettre à l'une de nos ambassadrices, Mme Heidi De Wasch, et lui avons donné carte blanche.

Elle a contacté Isabella et le mercredi, la courageuse petite fille est venue chercher son colis composé de quelques jeux de société, jouets et d'un paquet pour faire des cupcakes.

Le **Market de Virton** offre des œufs de Pâques de l'association Le Fourneau David —Les Iris, qui développe des services pour améliorer la qualité de vie des personnes porteuses d'un handicap, de leur famille et de leurs proches.

Carrefour Express Saint-Luc a offert un bon petit déjeuner (viennoiseries & jus de fruits frais) au personnel de l'hôpital.

CARREFOUR S'ENGAGE ENVERS SES COLLABORATEURS

À travers le programme Act for Change, Carrefour veut insuffler une nouvelle dynamique à la culture de l'entreprise à travers une gestion des ressources humaines innovante. La mission des RH est de donner le meilleur pour que chacun des 11 329 collaborateurs qui constituent la grande équipe de Carrefour Belgique puisse grandir.

ACTEURS DU CHANGEMENT

11 329
COLLABORATEURS
DONT
65%
DE FEMMES

Act for Change est l'instrument du changement de la culture d'entreprise de Carrefour, conçu par et pour les collaborateurs. Fin 2019, 10 membres du personnel occupant diverses fonctions ont composé C-Next, chargé d'accompagner le Comex dans cette démarche. Pour diffuser le processus de transformation au sein de l'organisation, plutôt qu'une approche top-down ou « dame blanche », dont le chocolat s'écoule en surface, ils ont fait le choix d'une approche dite « stracciatella » où chaque collaborateur, telle une pépite, acquiert de nouvelles compétences à mettre au service des clients. En 2020, C-Next s'est élargi à 60 ambassadeurs chargés d'impliquer progressivement l'ensemble des collaborateurs dans cette transformation.

QUATRE PILIERS

Le programme Act for Change s'articule autour de 4 piliers.

- **Act for People** : à travers la formation continue, Carrefour encourage les collaborateurs à développer ses compétences et promeut la mobilité interne. Divers outils — formations, ateliers, modules d'e-learning interactifs... sont mis à leur disposition.
- **Act for Customer** : la satisfaction du client est au cœur de toutes les actions de l'ensemble du personnel, équipes du siège comme des magasins.
- **Act for Simplicity** : simplifier les processus et les modes de fonctionnement permet une exécution plus efficace des tâches pour mieux se consacrer aux clients. La digitalisation des processus est l'une des pistes choisies.
- **Act for Transformation** : adopter de nouvelles stratégies, notamment digitales, et des méthodes de travail novatrices est l'une des clés pour atteindre l'objectif d'être le leader de la transition alimentaire pour tous.

> Donner le meilleur
> pour que chacun puisse grandir

DIGITALISATION DES PROCESSUS RH

SuccessFactors est un logiciel et une application mobile de services de ressources humaines accessible à tous les employés. Son objectif est d'accroître l'efficacité et la rapidité des processus RH, de fournir aux employés des informations et un accès transparent à leurs données.

En 2019 et 2020, 5 modules ont été implémentés : recrutement, accueil des collaborateurs, gestion des performances, formation et administration personnelle. Via l'app SuccessFactors, les collaborateurs peuvent par exemple donner et demander du feed-back à leurs managers et collègues ou composer leur propre programme de formation. La digitalisation se poursuit, avec le déploiement de nouveaux modules en préparation.

Depuis le lancement de SuccessFactors en 2019, plus de 27 000 documents ont été générés et signés de manière digitale.

PRÉVENTION COVID-19

Dès l'instauration des directives destinées à protéger la population contre le Covid-19, Carrefour Belgique a introduit des mesures de protection pour son personnel et ses clients. Afin de renforcer la sécurité de son personnel, en plus de l'installation d'écrans en plexiglas, de la mise à disposition de masques et gel désinfectant et de l'affichage des consignes de sécurité sanitaire, notre enseigne a distribué aux collaborateurs des Hypermarchés et Carrefour Markets des écrans faciaux en plastique et des gilets jaunes ornés d'un message invitant les clients à respecter la distanciation sociale.

DISPOSITIONS COMPLÉMENTAIRES

Un helpdesk a été mis en place pour informer le personnel sur les mesures prises et sur le risque de contamination, et leur offrir un soutien en cas de besoin. Une permanence a été assurée par un médecin du travail, une cellule d'accompagnement psychosocial a été créée et une équipe s'est tenue à la disposition des magasins en cas de détection de cas de Covid-19 parmi les collaborateurs. Une capsule vidéo répondant aux questions les plus fréquentes sur le virus leur a par ailleurs été envoyée.

UN TREMPLIN POUR DE JEUNES DIPLÔMÉS

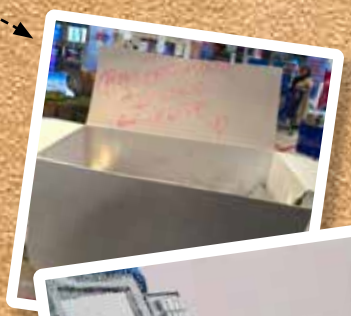
La 2e édition du « Young Graduate Program », parcours permettant à 10 jeunes diplômés de découvrir des métiers Carrefour, a été lancée en 2020. Ce programme d'accompagnement individualisé de 15 à 24 mois se compose de diverses missions, formations, séminaires et événements en vue d'accéder à des postes à responsabilité tels que directeur de magasin, expert IT ou expert au siège social.

En 2019, 7 jeunes diplômés ont été retenus pour intégrer le programme : 5 pour suivre le parcours de directeur de magasin et 2 pour devenir experts dans l'un des départements du siège.

LES CLIENTS NOUS ONT DIT MERCI

Durant cette période de coronavirus, les clients aussi ont manifesté leur reconnaissance à l'égard du personnel de Carrefour. Pour remercier les collaborateurs des risques pris et de leur implication à continuer à les servir, des clients leur ont apporté des fleurs, des tartes, des dessins ou des lettres. D'autres nous ont adressé leurs remerciements sur les réseaux sociaux. Voici quelques exemples de ces mots qui font chaud au cœur. La direction de Carrefour Belgique se joint à cet ensemble et remercie le personnel de tous les magasins pour le dévouement dont ils ont fait et font encore preuve en ces temps difficiles.

Un bouquet de fleurs reçu d'un client à l'**Hypermarché Carrefour de Jambes**



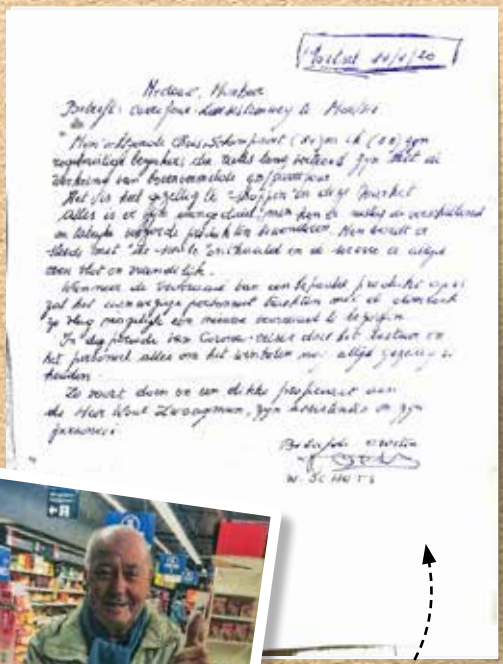
Remerciements de clients de l'**Hypermarché Carrefour Drogenbos**. Malgré des moments parfois difficiles et certains clients incompréhensifs, nous avons aussi beaucoup de clients qui nous remercient au quotidien, avec des chocolats ou même, parfois, des gants provenant de restaurateurs qui ne les utilisent plus. Voici en photo une boîte de chocolats Léonidas offerte par une cliente.

Une surprise appétissante faite par un client fidèle pour le personnel du **Carrefour Market Waterloo**.

Les collaborateurs de **Carrefour Express Turnhout Merode** ont également reçu la surprise d'un joli dessin à la craie sur le trottoir devant le magasin.

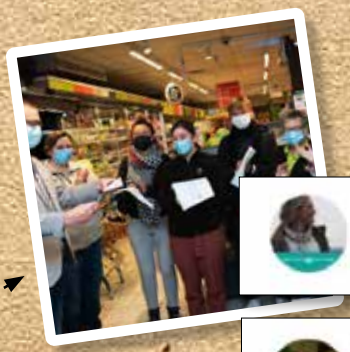
> *Voilà avec quoi le monde vit aujourd'hui, et particulièrement votre secteur. Je voulais rendre hommage au personnel de la grande distribution grâce à la peinture.*

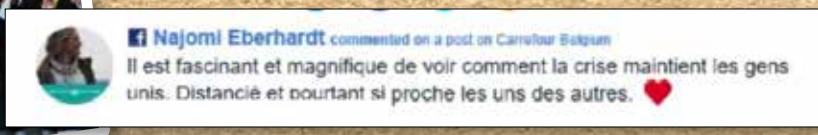
Je me dois de féliciter et remercier le personnel de votre magasin Rue de Marche à Bastogne ; celui-ci est toujours disponible, souriant et fait son possible pour les clients. Les employés et autres services respectent les consignes et savent gérer l'accès dans l'établissement malgré les quelques récalcitrants.

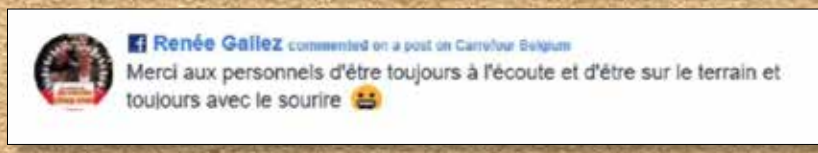


Nous avons reçu une gentille lettre de ce client régulier. Monsieur a 88 ans et madame 84 ans.

Félicitations à l'équipe de **Carrefour Express Melsen**, élue Super Team 2020 par le site Buurtsuper.be. Avec 241 voix, elle arrive loin devant les n° 2 et n° 3. En guise de remerciement, un artiste est venu chanter « Super Team » en hommage à tous les collaborateurs du magasin qui ont continué à donner le meilleur d'eux-mêmes en ces temps difficiles.







Un chouette cadeau pour les collaborateurs du **Carrefour Market Ougrée** de la part d'une cliente du magasin

Un client a préparé un couscous pour remercier le personnel (**Carrefour Market Moeskroen**) de sa gentillesse et sa disponibilité.

De retour de la maison de repos, j'ai eu la surprise de recevoir de la part de Mme Kichka ces 2 paniers de chocolats pour les collaborateurs du magasin, afin de les remercier pour leur travail et leur soutien dans ces moments difficiles (**Carrefour Market Gatti de Gamond**).

Remerciements du personnel soignant au **Carrefour Market d'Edegem**. Cette carte était accrochée à la porte à l'ouverture du magasin.

carrefourbe

carrefourbelgium

@carrefour_bnews

Carrefour Belgium

Photo de couverture :
Collaborateur : Wendy Van Meenen
Fonction : Responsable Bio
Magasin : Carrefour Market St-Andries

Carrefour | Carrefour market | Carrefour express | Carrefour express | drive

MIXTE
Papier issu de sources responsables
FSC® C014767
www.fsc.org

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