



Warszawa, 27 kwietnia 2017 r.

Carrefour Polska wycofuje jajka z chowu klatkowego

Carrefour Polska podjął decyzję dotyczącą wycofania ze sprzedaży jaj z chowu klatkowego, oznaczonych cyfrą 3. Decyzja ta wynika ze strategii CSR oraz polityki jakości Grupy Carrefour. Jajka z chowu klatkowego w marce własnej Carrefour znikną z półek do 2020 roku, natomiast jajka od producentów narodowych do roku 2025.

- Carrefour Polska podejmuje wiele działań z zakresu ochrony bioróżnorodności. W ramach przyjętej strategii postanowiliśmy wycofać jaja z chowu klatkowego wśród marek własnych do końca 2020 roku, a wśród marek krajowych do 2025 r. Realizacja działań w powyższym terminie, pozwoli naszym dostawcom na właściwe wdrożenie tej strategii. Inicjatywa Carrefour jest jednym z elementów ochrony dobrostanu zwierząt hodowlanych. Przykładem takiego działania naszej sieci jest również wprowadzony w styczniu 2015 r., kurczak z wolnego wybiegu „Jakość z natury Carrefour”. Podjęta decyzja jest w pełni naszą inicjatywą, którą Grupa Carrefour ustawicznie wdraża w poszczególnych państwach już od kilku lat. W Carrefour Polska dążymy do tego, aby właściwie komponować naszą ofertę i kontrolować jakość produktu w marce własnej na każdym etapie łańcucha dostaw, a także promujemy zrównoważone praktyki produkcji – powiedziała Barbara Kowalska, Dyrektor Jakości i Zrównoważonego Rozwoju Carrefour Polska.

Podjęte przez Carrefour Polska działania to część strategii Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, która dotyczy między innymi dbania o środowisko naturalne, poprzez przyczynianie się do ochrony bioróżnorodności. Firma podejmuje szereg działań, których celem jest ochrona zasobów przyrodniczych, a w konsekwencji zapewnienie dobrej przyszłości dla kolejnych pokoleń.

W ramach ochrony bioróżnorodności, Carrefour tworzy specjalne schronienia dla pszczoł i innych pożytecznych owadów w największych ośrodkach miejskich w Polsce. Ponadto zwiększa wolumen ryb pochodzących ze zrównoważonych połowów morskich i słodkowodnych oraz hodowli prowadzonych w sposób odpowiedzialny, a także stale rozszerza kategorię produktów „Jakość z natury Carrefour” – to gama produktów opracowana we współpracy z polskimi rolnikami, hodowcami i producentami. Tworzą ją wyłącznie produkty najwyższej

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

jakości, których proces produkcji identyfikowalny jest „od pola do talerza”. Produkcja wszystkich produktów z logo „Jakość z Natury Carrefour” charakteryzuje się wykorzystaniem metod rolnictwa zrównoważonego, uwzględniających dobro przyszłych pokoleń.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 800 sklepów

w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230.000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour Polska jest częścią Grupy Carrefour, referencyjnej sieci spożywczej, która posiada blisko 12 000 sklepów w ponad 30 krajach. Grupa Carrefour jest siecią multilokalną, multiformatową i multikanałową, obsługującą codziennie 13 milionów klientów na całym świecie.

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy. Wszyscy pracownicy Carrefour Polska przyczyniają się do realizacji tej polityki poprzez programy: STOP Marnotrawstwu, Z miłości do Zdrowia oraz Różnorodność.

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com