



Warszawa, 27 października 2017 r.

Carrefour nagrodził dostawców marki własnej

Carrefour ogłosił najlepsze projekty 7. kampanii Autodiagnostyk, która w tym roku przebiegała pod hasłem „Wyzwanie dla dostawców – Odżywianie i dobre samopoczucie!”. Wyróżnienia dla trzech firm ogłoszono podczas Spotkania Dostawców Marki Własnej, które odbyło się 27 października w Centrum Smak Kariery Carrefour w Warszawie.

Kampania Autodiagnostyk opracowana przez Carrefour ma na celu promowanie zrównoważonego rozwoju wśród dostawców marki własnej i umożliwienie im oceny ich działań w tym zakresie. Każda odsłona kampanii skupia się na jednym ze wskazanych przez Carrefour obszarów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. W tegorocznej edycji kampanii przedsiębiorcy mogli zgłaszać produkty lub inicjatywy promujące zbilansowaną dietę i zdrowy tryb życia.

Zwycięzcą tegorocznej edycji Autodiagnostyka została rodzinna firma Pszczelarz Kozacki z Roztocza, która zgłosiła projekt rozwoju strategii firmy w zakresie nowej koncepcji linii produktów *BeeActive*. Inicjatywa obok opracowania pszczelich suplementów uwzględnia dodatkowe aktywności edukacyjne i sportowe. Jury doceniło kompleksowość, wizję i odwagę w podejmowaniu szerokich działań projektowych dostawcy, przy jednoczesnym zachowaniu lokalnego charakteru firmy.

W kategorii „Produkt” została wyróżniona firma Majami z Bełchatowa, producent popularnych wyrobów cukierniczych, zaś w kategorii „Strategia i Edukacja” – firma ICT Poland z Kostrzyna nad Odrą, która prowadzi szereg kompleksowych działań z zakresu ochrony zdrowia i aktywności fizycznej dla swoich pracowników. Ponadto, kapituła przyznała wyróżnienie specjalne za spójność i ciągłość działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, które otrzymał laureat kampanii Autodiagnostyk sprzed dwóch lat – przedsiębiorstwo Sądecki Bartnik.

– W tym roku temat kampanii był spójny z wieloma działaniami firmy z zakresu promocji aktywności fizycznej, prawidłowego odżywiania, a także nawiązywał do szerokiego asortymentu produktów prozdrowotnych, który jest stale rozwijany w sklepach Carrefour. Tematyka Autodiagnostyka doskonale wpisuje się także w założenia kampanii „Z miłości do Zdrowia”, którą z sukcesem realizujemy od 2014 roku – mówi Barbara Kowalska, Dyrektor ds. Jakości i Zrównoważonego Rozwoju Carrefour Polska. – Zdrowy styl życia i zbilansowana dieta są bardzo ważne i znacząco wpływają na dobre samopoczucie. Otrzymaliśmy dużą liczbę zgłoszeń do tegorocznej edycji kampanii, co pokazuje, że dostawcy marki własnej Carrefour realizują wiele ciekawych inicjatyw z zakresu CSR, które promują odpowiednią dietę i aktywny tryb życia – dodaje Barbara Kowalska.

Uczestnicy kampanii Autodiagnostyk zostali poddani kompleksowej ocenie. Pierwszym etapem „Wyzwania dla dostawców” było wypełnienie ankiety dostępnej online, której formularz jest spójny z normą ISO 26 000 i obejmuje 35 kryteriów w 6 obszarach tematycznych: środowisko, lojalność praktyk, prawa człowieka i warunki pracy, społeczność i rozwój lokalny, zarządzanie organizacją oraz pytania dotyczące relacji z klientami. W kolejnym etapie dostawcy prezentowali realizowane przez siebie projekty koncentrujące się na promocji zdrowego stylu życia i dobrego samopoczucia. Spośród nadesłanych propozycji najlepsze 8 przeszło weryfikację zewnętrznych audytorów.

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

W czwartym etapie, jury składające się z niezależnych ekspertów i przedstawicieli Carrefour odpowiedzialnych za CSR, wybrało zwycięzcę i przyznało wyróżnienia. Zdobywca pierwszego miejsca - firma Pszczelarz Kozacki - otrzyma miesięczną kampanię promocyjną w sklepach sieci oraz będzie reprezentował Carrefour Polska na spotkaniu dostawców Grupy Carrefour we Francji.

W ramach kampanii Autodiagnostyk Carrefour Polska podejmuje działania mające na celu promowanie zrównoważonego rozwoju wśród 250 dostawców produktów marki własnej. Program funkcjonuje w Grupie Carrefour od 2005 roku i jest sukcesywnie rozszerzany na kolejne kraje. Obecnie jest on dostępny w 15 różnych wersjach językowych i używany jest przez 6 tysięcy małych oraz średnich przedsiębiorstw z 80 krajów świata. Carrefour Polska wdrożył program raportowania i samooceny dostawców marki własnej Carrefour w 2010 roku.

Ponadto, Carrefour Polska prowadzi kompleksowe projekty, mające na celu promocję zdrowego stylu życia. Realizując kampanię „Z miłości do Zdrowia” sieć handlowa organizuje wspólnie z SGGW i 7 uczelniami ogólnopolski program edukacyjny dla dzieci „ABC Zdrowego Żywienia” oraz wspiera ogólnopolskie i lokalne wydarzenia sportowe. W ramach promocji zdrowia, w sklepach sieci dostępna jest również szeroka oferta artykułów ze „Zdrowej Półki Carrefour”, na którą składają się produkty dietetyczne i dla diabetyków, bio, bez laktozy i glutenu oraz żywność bogata w składniki odżywcze.

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