



Warszawa, 11 września 2018 r.

Carrefour przyspiesza transformację żywieniową i wprowadza Act For Food – program konkretnych działań, by jeść lepiej.

Grupa Carrefour wdraża Act for Food - ogólnoswiatowy program konkretnych działań na rzecz lepszego jedzenia, smaku i jakości. Program jest częścią planu strategicznego ogłoszonego w styczniu 2018 r. Realizując go, Carrefour ma ambicje stać się światowym liderem w zakresie transformacji żywieniowej dla wszystkich.

Celem Carrefour jest zostać światowym liderem w zakresie zmiany żywienia dla wszystkich, poprzez oferowanie klientom - każdego dnia i w każdym miejscu - żywności wysokiej jakości, zdrowej i w rozsądnej cenie. Dlatego firma pragnie zagwarantować swoim klientom stały dostęp do świeżych warzyw i owoców od zaufanych i lokalnych dostawców, a także certyfikowanych produktów bio w przystępnych cenach. Carrefour chce demokratyzować zdrową i dobrej jakości żywność dla wszystkich.

Realizując strategię transformacji żywieniowej, Carrefour podejmuje globalne wyzwania, które stoją przed handlem: bezpieczeństwo żywności, pochodzenie produktów, poszanowanie środowiska naturalnego oraz relacje ze środowiskiem rolniczym. Wyzwania te powodują konieczność zmiany modelu funkcjonowania firmy na każdym jej poziomie, od produkcji żywności poprzez logistykę, aż po dostępność produktów w sklepach i na naszej stronie internetowej, a także dialog z klientami.

W odpowiedzi na te wyzwania - a także oczekiwania konsumentów, którzy chcą się odżywiać lepiej - Carrefour wprowadza program Act for Food. Przekłada się to na szereg konkretnych działań prowadzonych we wszystkich krajach, w których obecny jest Carrefour, podejmowanych w celu poprawy jakości produktów dostępnych w sklepach sieci. Carrefour chce oferować klientom zdrowsze produkty, wytwarzane z poszanowaniem dla środowiska, produkty z gwarancją identyfikowalności i w przystępnej cenie. Wyrazem tej filozofii jest nowe hasło reklamowe sieci - Wszyscy zasługujemy na najlepsze - które oznacza najlepsze produkty, ceny i usługi dla wszystkich klientów marki Carrefour, która stara się dać z siebie to, co najlepsze.

Act for Food w Polsce

Act For Food w Polsce to komunikacja 6 działań, które zostały zrealizowane przez firmę w ramach strategii transformacji żywieniowej. Są to:

1. Zdrowa Półka – produkty dietetyczne i dla diabetyków, żywność bogata w składniki odżywcze, bio, bez laktozy i glutenu z gwarancją najniższej ceny. Już teraz dostępnych jest 1500 takich produktów.

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

2. Carrefour BIO w lepszej cenie – w ramach demokratyzacji produktów ekologicznych, sieć oferuje 10 procent rabatu w aplikacji Mój Carrefour oraz na zakupy internetowe na 70 produktów z asortymentu Carrefour BIO.
3. Wegański wybór – 167 produktów spożywczych oraz 63 kosmetyki na bazie składników pochodzenia roślinnego, dostępnych dla wegan w Carrefour.
4. Kontrakty farmerskie – specjalne roczne umowy z polskimi dostawcami: świeże warzywa i owoce z lokalnych upraw produkowane dla sklepów Carrefour.
5. Koniec z klatką - wycofanie ze sprzedaży w Carrefour Polska wszystkich jaj z chowu klatkowego do 2025 roku.
6. Jakość z Natury Carrefour – produkty kontrolowane na każdym etapie produkcji, bez GMO, dostępne na wyłączność w sklepach Carrefour.

*Rozpoczynamy kampanię Act For Food, by zmieniać postawy zarówno klientów, uświadamiając ich, jak mogą się lepiej odżywiać, jak również producentów, motywując ich do dostarczania na rynek lepszych produktów. Wszyscy odgrywamy znaczącą rolę w przemianie żywieniowej. Producenci, przedstawiciele przemysłu, pracownicy, samorządy, stowarzyszenia, organizacje pozarządowe i konsumenci - wszyscy mamy możliwość podejmowania działań, aby coś zmienić. Dlatego pracujemy nad wzmocnieniem partnerstwa między naszymi pracownikami, start-upami, stowarzyszeniami i organizacjami pozarządowymi, aby zjednoczyć siły w obliczu zmian. Z tego również powodu angażujemy się w pomoc **polskim rolnikom, oferując wsparcie dla rozwoju gospodarstw ekologicznych**. Dzięki temu możemy spowodować prawdziwą transformację żywieniową nie tylko na półkach Carrefour, ale na talerzach wszystkich Polaków – powiedział Christophe Rabatel, dyrektor generalny Carrefour Polska.*

Przemiana żywieniowa nie może się jednak odbyć bez klienta. Dlatego Carrefour będzie podejmował działania mające na celu edukację w zakresie sezonowości, podniesienia świadomości w kwestii konieczności zmniejszania ilości odpadów i marnotrawienia żywności – dodaje Christophe Rabatel.

Kampania Act For Food ruszyła w Polsce 9 września br. Materiały dotyczące kampanii pojawiają się w telewizji i internecie, a także w kanałach komunikacyjnych Carrefour, czyli gazetkach handlowych i w sklepach. Sercem kampanii Act for Food jest podstrona internetowa, która stanowi dla świadomych konsumentów kompendium wiedzy na temat transformacji żywieniowej. Strona dostępna jest pod adresem carrefour.pl i zawiera szczegółowy opis poszczególnych działań w Polsce i w innych krajach.

Wsparcie rolnictwa bio w Polsce

Jednym z największych zadań - które w ramach transformacji żywieniowej stoi przed siecią Carrefour w Polsce - jest demokratyzacja produktów bio. Polski rynek żywności ekologicznej notuje stały wzrost zapotrzebowania ze strony konsumentów, a jednocześnie charakteryzuje się ograniczoną dostępnością produktów, ich małą różnorodnością i wysokimi cenami. Nadal odczuwalny jest brak odpowiedniej edukacji oraz rozwiązań obecnych od wielu lat na rozwiniętych rynkach: niemieckim, francuskim czy austriackim.

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

Aby promować rozwój rolnictwa ekologicznego, sieć zapewnia długotrwałe wsparcie od Fundacji Carrefour dla rolników w zakresie przekształceń na rolnictwo ekologiczne. W tym celu Carrefour Polska wdraża nowy projekt - granty dla rolników zainteresowanych rolnictwem ekologicznym. Jest to możliwe dzięki przekazaniu środków finansowych przez Fundację Carrefour na realizację projektów realizowanych przez Fundację AgriNatura oraz Społeczny Instytut Ekologiczny. Łączna wartość grantów wynosi prawie 185 000 EUR, co odpowiada 800 000 zł (licząc po aktualnym kursie 1 EUR równym 4,32 PLN).

Jednym z nowych, strategicznych obszarów, w które Carrefour Polska chce się angażować w ramach transformacji żywniowej, jest polskie rolnictwo bio. Uważamy, że do dalszego rozwoju wymaga ono wsparcia ze strony firm takich jak nasza. Dlatego Carrefour chce nawiązać długofalową współpracę z polskimi rolnikami, aby promować produkty lokalne i ekologiczne wśród klientów sieci - powiedział Christophe Rabatel, dyrektor generalny Carrefour Polska.

Celem projektu Fundacji AgriNatura jest zwiększenie ilości i różnorodności ekologicznych warzyw na rynku poprzez zapewnienie gospodarstwom rodzinnym wsparcia, niezbędnego do rozwoju i dywersyfikacji produkcji warzyw bio na krajowym rynku. Projekt będzie wspierał 20 rolników poprzez inwestycje, szkolenia i rozwijanie potencjału, koncentrując się na rozwoju produkcji warzyw i różnorodności biologicznej w rolnictwie. Celem drugiego projektu, realizowanego przez Społeczny Instytut Ekologiczny, jest wsparcie przejścia na rolnictwo ekologiczne poprzez wdrożenie pełnego procesu konwersji do tego modelu produkcji w 5 wybranych gospodarstwach. Beneficjenci projektu otrzymają pomoc ekspercką i finansową, w tym dokładne planowanie - od transformacji metod produkcji po marketing i sprzedaż nowych produktów - doradztwo w zakupie niezbędnych narzędzi oraz środków produkcji, takich jak nasiona lub podstawowy sprzęt oraz szkolenie w celu podniesienia ich wiedzy i umiejętności.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 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, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada 12 300 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour obsługuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2017 roku sprzedaż w wysokości 88,24 miliarda euro. Grupa liczy ponad 380 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy.

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