



Warszawa, 15 września 2020 r.

Carrefour przyspiesza transformację żywieniową wspólnie ze swoimi kluczowymi dostawcami brandowymi

Grupa Carrefour stworzyła pakt na rzecz transformacji żywieniowej dla swoich dostawców brandowych w Europie, aby wspólnie przyspieszyć proces transformacji rynku żywności. Członkowie tego paktu zgodzili się poszerzyć swoją ofertę produktów zgodnych ze strategią transformacji żywieniowej W ramach paktu Carrefour Polska zainaugurował specjalną akcję dedykowanym nowym produktom, pod nazwą Tydzień Transformacji Żywieniowej.

Podczas Tygodnia Transformacji Żywieniowej 14 marek (Barilla, Bonduelle, Colgate, Danone, Essity, Henkel, Johnson & Johnson, L'Oréal, Mars, McCain, Mondelez, Nestlé, Procter & Gamble i Unilever) będzie oferować zdrowe, zrównoważone produkty w dedykowanej strefie sklepów i w katalogu pod następującymi motywami:

- Opakowanie: zmniejszona waga plastiku i opakowanie nadające się do recyklingu.
- Różnorodność biologiczna: wspieranie przyjaznych dla środowiska praktyk rolniczych.
- Przejrzystość: dostarczanie klientom informacji na temat pozyskiwania składników.
- Etykietowania oraz wpływu produkcji i dystrybucji produktów na środowisko i społeczeństwo w całym łańcuchu dostaw.
- Zrównoważone produkty: zapewnienie zdrowego składu produktów oraz tego, że sprzedawane produkty są pozyskiwane i produkowane w sposób zrównoważony.

Kampania potrwa do 20 września 2020 roku.

W Polsce Carrefour przeprowadza transformację żywieniową poprzez następujące zobowiązania:

„Zdrowa półka” w najniższej gwarantowanej cenie

Oferowanie przez Carrefour zdrowych produktów nie jest nowością, jednak zainteresowanie konsumentów zdrową żywnością jest nowym zjawiskiem. Klienci coraz częściej czytają etykiety i interesują się pochodzeniem produktu oraz tym, czy jest dobry dla zdrowia i środowiska. Świadomość rośnie, co oznacza, że rosną potrzeby konsumentów. Aby sprostać temu rosnącemu popytowi, Carrefour zwiększył również swoją gamę zdrowych i zrównoważonych produktów. Oferując obecnie klientom 1500 produktów z gwarancją najniższej ceny.

10% rabatu na wszystkie produkty Carrefour BIO

Konsumenci coraz chętniej kupują produkty ekologiczne. Rośnie świadomość wpływu żywności na zdrowie i dobre samopoczucie. Dlatego też, wychodząc naprzeciw potrzebom klientów, oferta Carrefour BIO została wprowadzona kilka lat temu i stale się rozwija. Carrefour dąży do zapewnienia jak największej dostępności produktów ekologicznych. Dlatego oferuje klientom 10% rabatu na produkty Carrefour BIO. Produkty BIO produkowane są zgodnie z metodami rolnictwa ekologicznego, tj. bez użycia środków chemicznych przy uprawie roślin, bez GMO, hodowla zwierząt prowadzona jest bez syntetycznych dodatków paszowych i antybiotyków, a wszelkie działania prowadzone są z

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



poszanowaniem środowiska. Oferta produktów BIO jest sukcesywnie poszerzana we wszystkich placówkach Carrefour od wielu lat. Obecnie sieć posiada ponad 1800 produktów BIO, w tym ponad 100 produktów marki własnej Carrefour.

Więcej produktów wegańskich

Carrefour wychodzi naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom wegan. Oferta jest coraz bogatsza o roślinne substytuty produktów pochodzenia zwierzęcego. Celem Carrefour jest zapewnienie weganom wszystkiego, czego potrzebują w Carrefourze, od produktów śniadaniowych, przez desery, substytuty mleka do kawy, po wegańskie grillowane kiełbaski. Zgodnie z gustami i potrzebami klientów - bez składników pochodzenia zwierzęcego.

Umowy z polskimi rolnikami

Carrefour podpisał już 7 umów z lokalnymi polskimi dostawcami, a ponad 8 jest w trakcie realizacji. Takie rozwiązanie jest korzystne dla wszystkich - dzięki czemu Carrefour może zapewnić swoim klientom ekskluzywną ofertę wysokiej jakości sezonowych owoców i warzyw, a dostawcom gwarancję realizacji zamówień.

Zaprzestanie całej sprzedaży jaj z klatek do 2025 roku

W 2019 roku Carrefour zaprzestał sprzedaży jaj od kur klatkowych z produktów własnej marki. A do 2025 roku wszystkie jaja od kur z chowu klatkowego znikną z oferty Carrefour.

Jakość z Natury Carrefour – produkty bez GMO, w 100% naturalne

Jednym ze strategicznych celów Carrefour jest popularyzacja wysokiej jakości produktów oraz zwiększenie asortymentu dostępnego w sklepach Grupy. Polscy klienci coraz częściej poszukują produktów, którym ufają, od lokalnych dostawców. Każdy z produktów, zanim zostanie oznakowany marką Jakość z Natury Carrefour, przechodzi szereg testów jakości oraz regularnych kontroli niezależnych laboratoriów. Takie działania zapewniają sieci możliwość oferowania produktów tylko z gwarancją najwyższej jakości. Jakość z Natury Carrefour to: produkty bez sztucznych konserwantów, wykonane z pełnym poszanowaniem otaczającej przyrody i wolne od GMO. Dostawcy produktów Jakość z Natury Carrefour dbają o środowisko i dobrostan zwierząt. Firma ściśle współpracuje z wybranymi rolnikami, aby zapewnić najwyższą jakość procesu produkcyjnego. Carrefour zapewnia wsparcie merytoryczne i dzieli się ze swoimi partnerami wiedzą i dobrymi praktykami także z rynków zagranicznych, na których rozwija się asortyment Jakość z Natury Carrefour.

Nasza Wędzarnia - tylko sprawdzone receptury

Carrefour zdaje sobie sprawę, jak dużą wagę przywiązuje klient do wybierania naturalnych, zdrowych i świeżych produktów. Teraz sieć dostarcza z naszej Wędzarni najwyższej jakości wędliny i wędzonki oraz produkuje wyłącznie mięso od polskich dostawców wykorzystując naturalne składniki, gwarantujące autentyczny smak tradycyjnych wędlin. Obecnie Carrefour koncentruje się na zmianie receptur, mającej na celu usunięcie sztucznych przypraw i wzmacniaczy smaku ze wszystkich produktów Naszej Wędzarni.

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



Zmniejszenie zużycia plastiku

W 2019 roku Carrefour Polska zmniejszył masę tworzyw sztucznych wprowadzanych do obrotu o 5,1 tony, a do 2025 roku Carrefour stawia sobie za cel zmniejszenie wagi opakowań z tworzyw sztucznych o 300 ton. Carrefour daje możliwość zakupu produktów w opakowaniach biodegradowalnych, poprzez wprowadzenie bawełnianych toreb wielokrotnego użytku na owoce i warzywa.

Zmniejszenie zużycia opakowań - wspieranie zmiany nawyków zakupowych

Grupa Carrefour zobowiązała się do przestrzegania polityki opakowań. Lokalne inicjatywy w poszczególnych sklepach dołączyły do globalnych działań firmy. Carrefour wprowadził udogodnienia dla klientów, którzy chcą robić zakupy w bardziej ekologiczny sposób. Umożliwia klientom, jako pierwsza sieć w Polsce, zakup produktów na wagę do własnego opakowania wielokrotnego użytku oraz kawę do własnego kubka.

O pakcie transformacji żywieniowej

Pakt Transformacji Żywieniowej tworzy sieć dostawców Carrefour zaangażowanych w transformację żywności dla wszystkich - transformację systemów żywieniowych poprzez oferowanie klientom odżywczych i zrównoważonych produktów w rozsądnej cenie.

Tydzień Transformacji Żywieniowej jest inicjatywą Paktu na rzecz Transformacji Żywieniowej. Poza Polską tygodnie Food Transition odbędą się również w sklepach Carrefour w Belgii, Francji, Włoszech, Hiszpanii i Rumunii. O Carrefour

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 12 000 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour obsługuje 105 milionów klientów na całym świecie

i wygenerował w 2018 roku sprzedaż w wysokości 84,9 miliarda euro. Grupa liczy ponad 360 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, 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



O Act For Food:

Carrefour promuje ideę odpowiadającą oczekiwaniom konsumentów - „Act For Food”. To globalny program konkretnych działań, których celem jest dostarczanie zdrowej żywności, dbanie o jej smak i jakość. W ramach swoich działań sieć chce edukować klientów w zakresie ekologicznych zachowań i zachęcać ich do przyłączenia się do proponowanych rozwiązań.

Carrefour chce oferować swoim klientom zdrowsze, bardziej przyjazne dla środowiska produkty z gwarancją identyfikowalności i po przystępnej cenie. Rezultatem tej filozofii jest „Wszyscy zasługujemy na najlepsze”.

Transformacja żywieniowa dla wszystkich jest osiągnięta poprzez liczne zobowiązania. Są wśród nich m.in. wdrożenie planu rolnictwa ekologicznego, popularyzacja żywności ekologicznej, promocja produktów lokalnych i regionalnych oraz długoterminowe wsparcie dla rolników zainteresowanych przejściem na uprawy ekologiczne.

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