



Warszawa, 24.02.2022 r.

Carrefour zobowiązuje dostawców do ograniczenia emisji CO₂

Grupa Carrefour zobowiązuje swoich dostawców brandowych, działających w ramach paktu na rzecz transformacji żywieniowej, do obniżenia emisji dwutlenku węgla. Do 2030 roku poziom rocznych emisji CO₂ w łańcuchu dostaw ma zostać obniżony o 20 megatony. W celu śledzenia realizacji założeń zostanie uruchomiona platforma online, rozwijana wspólnie z PepsiCo i ponad dwudziestoma międzynarodowymi dostawcami Carrefour.

Nowa inicjatywa wpisuje się w ogłoszony przez Grupę Carrefour w październiku ubiegłego roku plan osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2040 roku. Wśród planowanych rozwiązań jest m.in. wykorzystywanie od 2030 roku w sklepach i magazynach prądu pochodzącego wyłącznie z odnawialnych źródeł oraz postawienie na wyłącznie naturalne czynniki chłodnicze. Poprzez nową kampanię sieć bierze odpowiedzialność również za emisję dwutlenku węgla związaną z wytwarzaniem produktów, które są sprzedawane w jej sklepach. Stanowi to bowiem największą część emisji powiązanej z działalnością Carrefour.

Proces obniżania emisji CO₂ będzie na bieżąco monitorowany z pomocą nowej platformy online dostępnej pod adresem 20megatons.com, na której dostawcy sieci będą mogli raportować postęp swoich prac oraz dzielić się autorskimi rozwiązaniami prowadzącymi do obniżenia emisji. Narzędzie zostało wypracowane przez roboczą grupę ds. klimatu działającą w ramach paktu na rzecz transformacji żywieniowej, koordynowaną przez Carrefour i PepsiCo. Wśród podmiotów współpracujących w ramach tej grupy znalazły się firmy Beiersdorf, Bel, Carambar & Co, Coca-Cola, Danone, Essity, Heineken, Henkel, Innocent, JDE, Johnson & Johnson, Kellogg's, Kimberly-Clark, L'Oréal, Mars, Nestlé, Procter & Gamble, Reckitt, Savencia, Soufflet oraz Unilever.

Do rozwoju narzędzia zaproszono również niezależnych ekspertów, którzy zadbali o opracowanie metodologii raportowania oraz platformy dla dostawców. Pierwsze wyniki kampanii Carrefour zamierza ogłosić w maju 2022 roku.

*– Misją Carrefoura jest zostanie liderem ogólnodostępnej transformacji żywieniowej. Współpraca z PepsiCo i ponad 20 naszymi dostawcami nad stworzeniem platformy przybliżyła nas do osiągnięcia celu neutralności klimatycznej – mówi **Carine Krause, Executive Director of Egnagement Grupy Carrefour.***

Kontakt dla mediów:

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

Izabella Rokicka, Dyrektor Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: izabella_rokicka@carrefour.com



– Naszą planetę dotyka kryzys środowiskowy, a na zmiany klimatyczne nie ma szczepionki – mówi **Silviu Popovici, CEO PepsiCo Europe**. – Szeroka współpraca w ramach branży spożywczej jest konieczna, by odpowiedzieć na ten kryzys. Współpraca z Carrefour nad inicjatywą 20 Megatons to dla nas powód do dumy, wpisujący się w nasze globalne zobowiązanie osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2040 roku. Dzięki współpracy Carrefour i PepsiCo nad koordynacją prac grupy roboczej ds. klimatu możemy korzystać z naszych doświadczeń w redukcji gazów cieplarnianych i tym samym usprawniać tok prac.

Działania na rzecz zrównoważonego rozwoju

Carrefour od lat działa globalnie na rzecz walki ze zmianami klimatycznymi. Jeszcze przed konferencją klimatyczną ONZ COP26 dołączył do kampanii Race to Zero, skierowanej do przedsiębiorstw, regionów, miast i władz państwowych działających na rzecz osiągnięcia neutralności klimatycznej najpóźniej do 2050 roku. Carrefour koncentruje się również na popularyzacji transformacji żywieniowej, co już w 2019 roku doprowadziło do zawiązania paktu między Carrefour a współpracującymi z nim przedsiębiorstwami. Inicjatywa koncentruje się na czterech głównych obszarach branży spożywczej: klimacie, zdrowiu i odżywianiu, pakowaniu i bioróżnorodności. Rozszerzeniem działań jest konkurs European Food Transition Awards, zorganizowany po raz pierwszy przez Carrefour w 2021 roku, który ma na celu docenienie produktów, które są wzorem zrównoważonego rozwoju i zdrowych wyborów żywieniowych.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 900 sklepów w 6 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów hurtowo-dyskontowych, 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 około 13 000 sklepów w ponad 30 krajach. W 2020 r. Carrefour wygenerował sprzedaż w wysokości 78,6 miliarda euro. Grupa liczy ponad 320 000 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

Izabella Rokicka, Dyrektor Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: izabella_rokicka@carrefour.com