

Carrefour raport roczny 2017



Słowo wstępu	5
Kluczowe osiągnięcia 2017 roku	6
Doświadczenia zakupowe	9
Digital – przyszłość zakupów	25
Produkty i usługi	35
Ludzie	47
Zrównoważony rozwój	55



Szanowni Państwo

w roku 2017 świętowaliśmy 20-lecie obecności Carrefour w Polsce. Był to rok obfitujący w wydarzenia, pracowity, pełen wyzwań i zrealizowanych projektów. W niezwykle wymagającym środowisku udało nam się zachować konkurencyjność i zamknąć rok ze znakomitą wynikiem.

Jednym z kierunków naszych działań w 2017 roku były innowacje. Dzięki nowatorskim usługom, takim jak Sęsiatki, Scan&Go oraz innym funkcjonalnościom dostępnym w aplikacji mobilnej Mój Carrefour, powiązaliśmy świat zakupów tradycyjnych ze światem e-commerce i digitalu. Jesteśmy dumni z otwarcia w warszawskim centrum handlowym Atrium Promenada wyjątkowego hipermarketu Carrefour, gdzie tradycyjne rozwiązania i technologie łączą się z innowacjami. Jako pierwsza sieć handlowa w Polsce uruchomiliśmy również inkubator technologiczny dla startupów C4 Retail Lab. Oddaliśmy do dyspozycji klientów platformę zakupową Marketplace, oferującą produkty zewnętrznych dostawców i tym samym zapewniającą klientom jeszcze większy wybór. Kontynuowaliśmy także inwestycje w nowe koncepty i modernizację tradycyjnych sklepów. Nasza strategia omnikanalowa pozwala klientom na dokonywanie zakupów online i offline, w zależności od ich potrzeb i preferencji.

Obecnie jesteśmy świadkami zmieniającego się stylu życia na bardziej świadomy i harmonijny z otoczeniem. Konsumenci są bardziej wymagający, pragną odżywiać się w sposób zdrowy i zbilansowany, z poszanowaniem dla otaczającego ich świata, zachowując

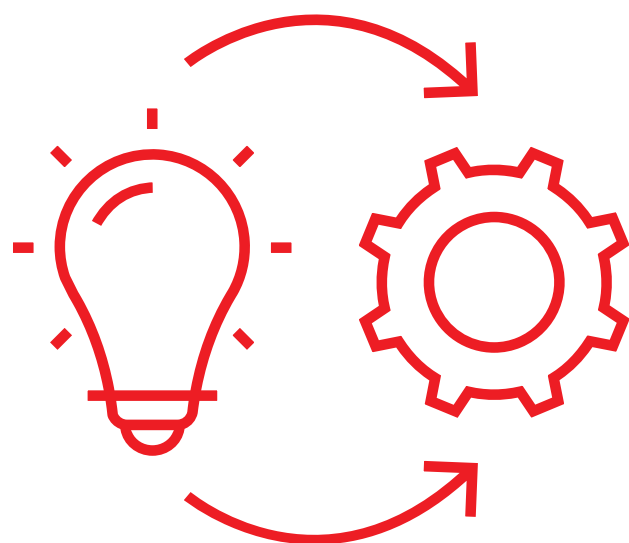
przy tym dobry stosunek jakości do ceny. Ambicją Carrefour jest odpowiedzieć na potrzeby klientów. Kontynuujemy naszą politykę promowania produktów zdrowych, świeżych, pochodzących od lokalnych dostawców. Wprowadziliśmy również uproszczony system znakowania wartości odżywczej SENS, aby klienci mogli łatwiej ocenić walory żywieniowe produktów i dokonać właściwych wyborów żywieniowych. Marka własna Carrefour została zaś poszerzona o nowe produkty, takie jak płatki śniadaniowe czy owocowe musli.

Mając na względzie zmieniający się styl życia, Carrefour towarzyszy klientom w działaniach prozdrowotnych, angażując się w akcje edukacyjne i promując wydarzenia sportowe. W ten sposób, w 2017 roku zostaliśmy Partnerem Głównym Tour de Pologne. Nasze zaangażowanie w liczne wydarzenia, między innymi kulturalne, a także nasza strategia rynkowa, podejście do pracowników i do partnerów zostały zauważone i uhonorowane licznymi nagrodami oraz wyróżnieniami.

Głęboko wierzę, że przeprowadzone w 2017 roku działania umocniły pozycję Carrefour w Polsce i wpłynęły pozytywnie na doświadczenia zakupowe naszych klientów.

Guillaume de Colonges
Prezes Carrefour Polska

Kluczowe osiągnięcia 2017 roku

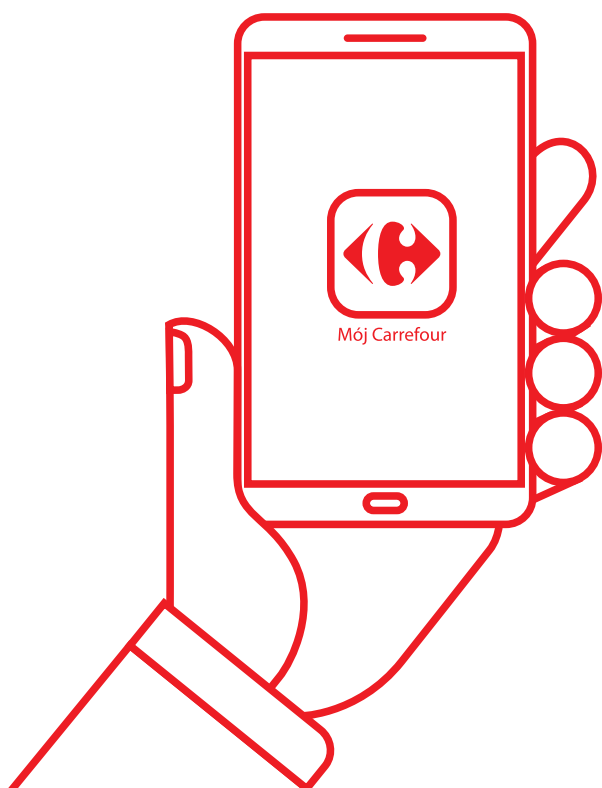


Wdrożenie 4 projektów
omnikanałowych:

- C4 Retail Lab
- Scan&Go
- Marketplace
- SąSiatki

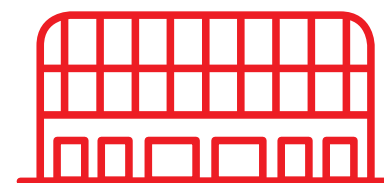
Inwestycje:
244,6 mln PLN

13 nagród
branżowych

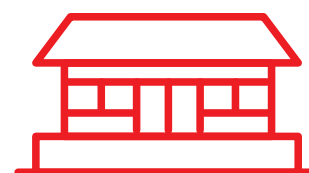


1 MLN

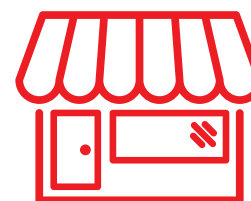
POBRAŃ APLIKACJI MÓJ CARREFOUR



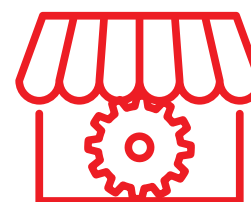
Otwarcie **3 nowych**
hipermarketów



Otwarcie **8 nowych**
supermarketów

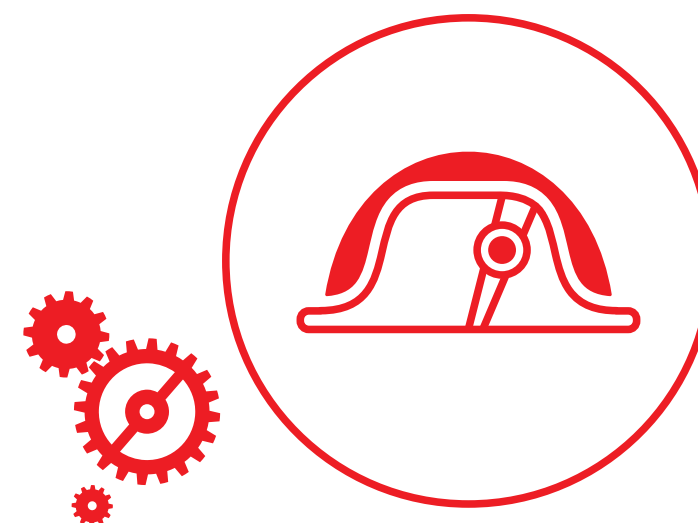


Otwarcie **blisko 100**
sklepów osiedlowych



Modernizacja **ponad**
40 istniejących sklepów

Pod czujnym okiem cesarza



Od 2016 roku strażnikiem i gwarantem realizacji zobowiązań firmy jest Napoleon – bohater kampanii „Bonjour w Carrefour”. Rolą cesarza, w którego wcielił się aktor Jacek Braciak, jest komunikowanie pozytywnych zmian zachodzących w sklepach sieci oraz przybliżenie klientom 5 strategicznych dla Carrefour obszarów – jakości, wyboru, niskich cen, zdrowia oraz bliskości. Swoje manifesty Napoleon ogłasza w mediach tradycyjnych i społecznościowych, a także w Internecie, m.in. na stronie www.biuronapoleona.pl. Można tam znaleźć informacje o produktach i promocjach, a także szereg porad dietetycznych i cesarskich przepisów.



Prestżowa nagroda przyznana za kampanię z Napoleonem. Jury konkursu zwróciło uwagę na angażującą kampanię teaserową, wytworzone zainteresowanie oraz poprawę wizerunku sklepów sieci



Doświadczenia zakupowe w sklepach tradycyjnych

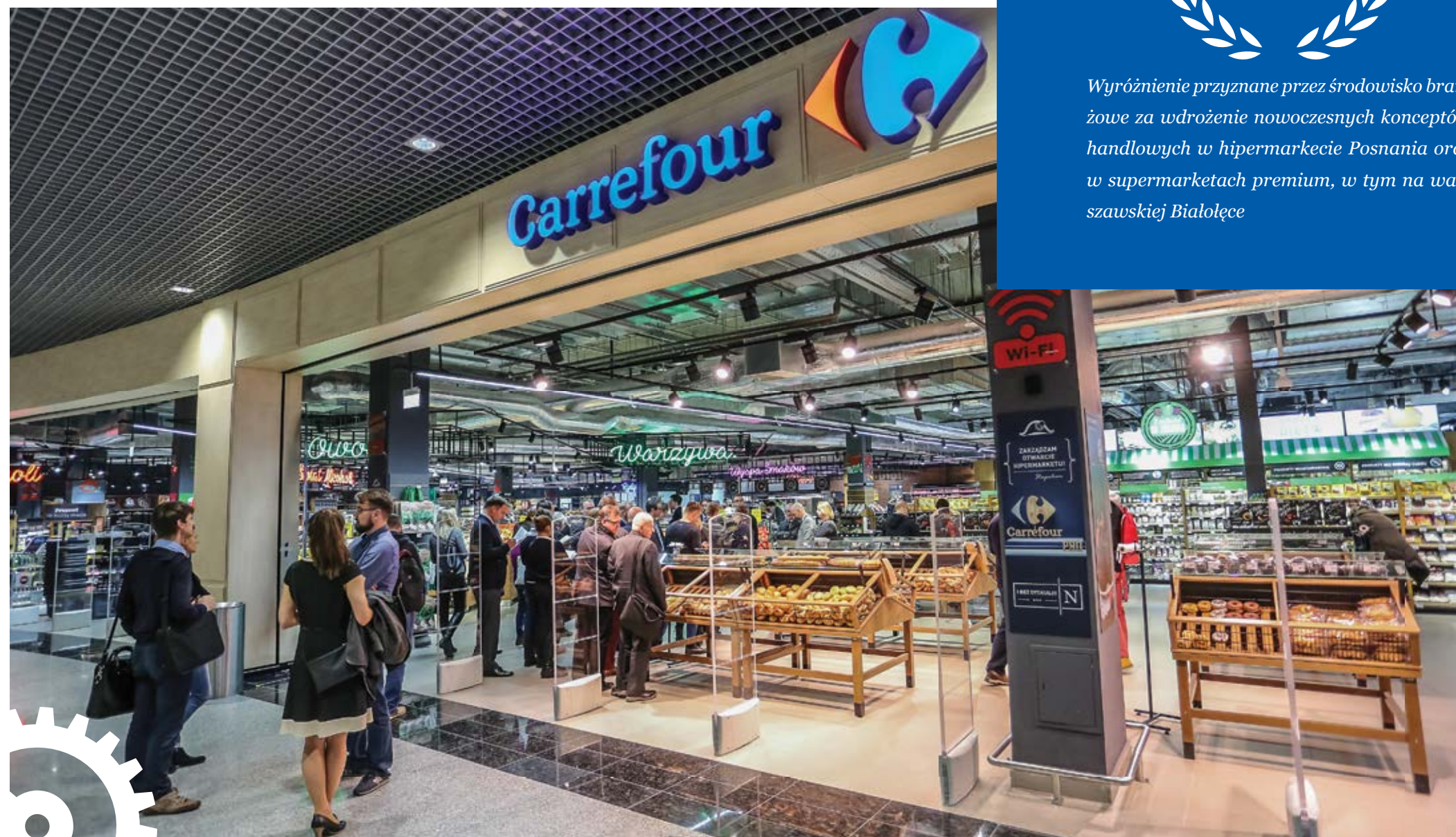
Pragniemy być zawsze blisko naszych klientów i zapewnić im łatwy dostęp do oferty sieci Carrefour wszędzie tam, gdzie tego potrzebują. Dlatego w 2017 roku kontynuowaliśmy rozwój naszych sklepów we wszystkich dostępnych formatach. Każda z nowo otwartych lokalizacji

została przez nas zaprojektowana z troską o najwyższe zadowolenie klientów. Zastosowane w sklepach rozwiązania handlowe i technologie stanowią odpowiedź na aktualne oczekiwania współczesnych konsumentów.

Hipermarkety – kluczowy format

W Carrefour Polska konsekwentnie inwestujemy w rozwój hipermarketów – kluczowego formatu naszych sklepów. Obecnie na terenie całego kraju posiadamy ich już 89. W 2017 roku do dyspozycji naszych klientów oddaliśmy 3 nowe lokalizacje – 2 w Warszawie

oraz jedną w Piotrkowie Trybunalskim. Dbając o komfort naszych klientów, przeprowadziliśmy również 10 kompleksowych modernizacji istniejących sklepów, a w nowych placówkach wdrożyliśmy zupełnie nowe koncepty handlowe oraz innowacyjne rozwiązania.



Wyróżnienie przyznane przez środowisko branżowe za wdrożenie nowoczesnych konceptów handlowych w hipermarkecie Poznania oraz w supermarketach premium, w tym na warszawskiej Białolece

89

HIPERMARKETÓW
W CAŁEJ POLSCE

03

NOWE LOKALIZACJE
ODDANE W 2017 R.

10

MODERNIZACJI
SKLEPÓW W TYM
FORMACIE

Carrefour Promenada – hipermarket przyszłości

Carrefour Promenada to nasz najnowocześniejszy hipermarket, w którym klienci skorzystają z niestosowanych wcześniej rozwiązań cyfrowych i nowych konceptów handlowych.

W otwartym w grudniu hipermarkecie o powierzchni ok. 2 000 mkw. znaleźć można prawie 13 000 produktów spożywczych i przemysłowych.



Wirtualne rozszerzenie oferty

To, czego brakuje na sklepowych półkach, klienci z łatwością zamówią na jednym z 19 interaktywnych ekranów. Do złożenia zamówienia wymagana jest aplikacja Mój Carrefour, a produkty są dostarczone pod wskazany adres w Warszawie albo przygotowane do odbioru w Coolomatach. Dzięki temu klienci zyskują dostęp do 16 500 produktów spożywczych dostępnych w sklepie internetowym eCarrefour.pl oraz ok. 6 000 produktów niespożywczych z oferty własnej sieci na carrefour.pl.

**2 000
MKW.**
POWIERZCHNIA
HIPERMARKETU



Restauracja w centrum sklepu

Nowością jest sam układ handlowy z niespotykaną w innych sklepach spożywczych strefą restauracyjną. Są w niej dostępne gotowe dania oraz przygotowywane na miejscu potrawy z menu lunchowego. Również linia kas zaprojektowana została w sposób niestandardowy. Nie znajduje się ona przy wejściu do sklepu, ale w jego głębi, podobnie jak w sklepach wolnocłowych lub z asortymentem odzieżowym, co powoduje, że sklep jest bardziej otwarty dla klientów.



Innowacyjne rozwiązania

W Carrefour Promenada wdrożyliśmy dedykowane kasy Scan&Go, dzięki czemu klienci mogą samodzielnie skanować produkty za pomocą telefonu i dokonać szybkiej płatności mobilnej z użyciem portfela elektronicznego Masterpass od Mastercard.



Carrefour w Galerii Północnej

Kompaktowy hipermarket został otwarty we wrześniu w warszawskiej Galerii Północnej. Na powierzchni blisko 5 700 mkw. udostępniliśmy ofertę dopasowaną do potrzeb mieszkańców dzielnicy Białołęka – głównie młodych rodzin z dziećmi. Szeroko rozwinięliśmy Strefę Dziecka, zadbałiśmy o bogatą ofertę produktów świeżych, artykułów skierowanych do klientów dbających o zdrowie oraz produktów regionalnych i lokalnych.

Wdrożone zostały także takie koncepty handlowe, jak Wyposażenie Domu czy Kuchnie Świata. Hipermarket w Galerii Północnej jest pierwszym sklepem w tym formacie, w którym udostępniliśmy usługę mobilnych płatności Scan&Go. Klienci mogą także skorzystać z systemu click&collect, który umożliwia odebranie w sklepie stacjonarnym zamówionych w sklepie internetowym carrefour.pl produktów niespożywczych.



5 700 MKW.

POWIERZCHNIA
HIPERMARKETU

SCAN&GO

DEDYKOWANE KASY



Carrefour w Piotrkowie Trybunalskim

Hipermarket zlokalizowany w galerii handlowej Focus Mall to kompaktowy sklep o powierzchni blisko 3 000 mkw. Klienci mają w nim do dyspozycji ponad 30 000 produktów. Na sklepowych półkach znaleźć można

blisko 130 rodzajów warzyw i owoców, w tym produkty pochodzące od lokalnych dostawców i producentów, około 400 produktów ekologicznych i prozdrowotnych czy bogaty wybór produktów z działu Kuchnie Świata.

3 000 MKW.

POWIERZCHNIA
HIPERMARKETU

130

RODZAJÓW
WARZYW
I OWOCÓW

30 000 PRODUKTÓW



Nagroda w kategorii „Sieci multiformatowe” przyznana podczas Retail Summit decyzją przedstawicieli firm FMCG. Wśród ocenianych kryteriów znalazły się m.in.: wizerunek i działania promocyjne sieci, współpraca przy rozwoju biznesu czy warunki handlowe



Supermarkety – dynamicznie rozwijający się format

W 2017 roku kontynuowaliśmy ekspansję także w formacie supermarketów. Od kwietnia do listopada otworzyliśmy 8 nowych lokalizacji w: Galerii Aura w Olsztynie, Galerii Olimp w Lublinie, Galerii Dekada i Galerii Kazimierz

w Krakowie, CH Wroclavia we Wrocławiu, Focus Bydgoszcz w Bydgoszczy, Focus Mall w Zielonej Górze oraz Piasecznie. Ponadto ponad 30 istniejących sklepów poddaliśmy modernizacji.



Najlepsza
sieć super-
marketów

Nagroda wręczona podczas uroczystej Gali CEE Retail Awards 2017 w kategorii „Najlepsza Sieć Supermarketów”

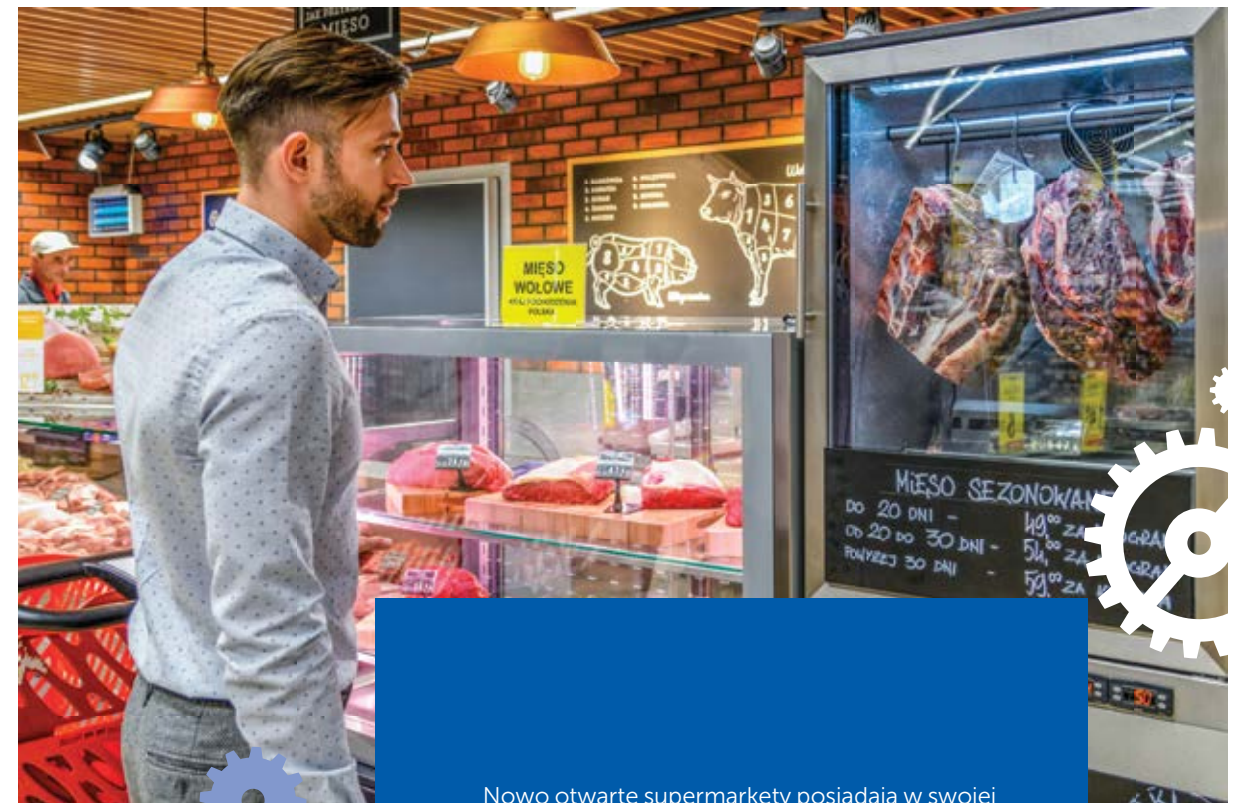
08
NOWYCH
LOKALIZACJI

- PONAD -
30
ZMODERNIZOWA-
NYCH SKLEPÓW

Bogata oferta supermarketów

Każdy z nowo otwartych sklepów charakteryzuje się eleganckim, delikatesowym wystrojem i nowoczesnymi rozwiązaniami handlowymi. Najważniejszymi cechami supermarketów Carrefour są niezmiennie różnorodność i świeżość produktów. Klienci odnajdą w nich szeroki wybór świeżych warzyw i owoców, w tym produktów bio i regionalnych, w specjalnej strefie „Targ Świeżości”. Szeroki asortyment obejmuje

także produkty dedykowane osobom szczególnie dbającym o zdrowie. W specjalnej strefie zdrowia klienci znajdą m.in. produkty ekologiczne, dla diabetyków, bezglutenowe, bez laktozy, sojowe oraz o obniżonej zawartości tłuszczu. Asortyment uzupełnia szeroki wybór produktów dostępnych na wagę. Rosnącą popularnością wśród klientów cieszy się również dział z jedzeniem na wynos.



Nowo otwarte supermarkety posiadają w swojej ofercie również wyroby produkcji Carrefour, pochodzące z „Naszej Wędzarni”, a w wybranych placówkach można kupić także wołowinę dojrzewającą w specjalnych dojrzewalniach zlokalizowanych w działach mięsnych.

TARG ŚWIEŻOŚCI

SPECJALNA STREFA
PRODUKTÓW BIO ORAZ
REGIONALNYCH



Franczyza rośnie w siłę

W 2017 roku utrzymaliśmy tempo rozwoju sieci sklepów osiedlowych, otwierając blisko 100 punktów w 3 oferowanych przez Carrefour Polska konceptach – Express

convenience, Express minimarket oraz Globi. Obecnie posiadamy już około 650 sklepów osiedlowych i specjalistycznych w całym kraju.



Wprowadzamy nowe minikoncepty

Do sklepów osiedlowych wprowadziliśmy 7 nowych minikonceptów, które nie tylko rozwinęły ofertę poszczególnych lokalizacji, lecz także sprawiły, że zakupy są szybsze i wygodniejsze. Wśród nich są „Piwa regionalne”, „Pamiątki z Polski”, oznaczenia produktów „Made in Poland”, „Bakalie-luz”, czyli produkt na wagę, „Okrągłe ceny”, a także specjalne oznaczenia jajek i win, które dostarczają klientom wiedzy na temat produktów i ułatwiają im szybszy wybór.

- BLISKO -
100
NOWYCH SKLEPÓW
OSIEDLOWYCH

07
NOWYCH MINI
KONCEPTÓW



Wplebiscycie magazynu „Wiadomości Handlowe” nasza sieć sklepów convenience została wybrana najlepszym konceptem franczyzowym



Wspieramy rozwój franczyzobiorców

W Carrefour dbamy o rozwój współpracy z franczyzobiorcami. W 2017 roku wsparliśmy naszych wieloletnich partnerów, oferując właścicielom sklepów remodeling placówek zgodny z oczekiwaniami klientów i najnowszymi trendami. Zmiany realizowane w ramach przebudowy obejmowały m.in. nowe aktywa (meble, regały, kasy), odnowienie wejścia do sklepu czy wprowadzenie nowych wizualizacji.



Nowe oblicza centrów handlowych

W 2017 roku kontynuowaliśmy przyjętą strategię modernizacji, remodelingów i rekomercjalizacji posiadanych przez Carrefour Polska centrów handlowych. Jej celem jest przede

wszystkim zagwarantowanie klientom nowoczesnej i atrakcyjnej przestrzeni zakupowej, a także dostarczenie różnorodnej i ciekawej oferty handlowej.



Tytuł przyznany Ewie Karskiej, Dyrektorki Galerii Handlowych Carrefour Polska, w konkursie CEE Retail Awards za realizację strategii rozwoju centrów handlowych należących do sieci

Współpraca z najemcami

W Carrefour Polska dbamy o ofertę dostępną w naszych centrach handlowych. W 2017 roku przedłużyliśmy ponad 180 umów najmu na powierzchnię ponad 23 000 mkw. Dzięki naszemu zaangażowaniu i zmianom, jakim poddawane są obiekty sieci, na współpracę z nami zdecydowało się również 21 nowych marek, dotąd niedostępnych w portfolio Carrefour, m.in.: Flying Tiger, Mole Mole, Carte d'Or, Domino's Pizza, Opoczno Łazienki, Pabibus, City Fit i KIK.



6%

WZROST LICZBY
ODWIEDZAJĄCYCH

Kluczowe modernizacje

Do końca 2017 roku z sukcesem zakończyliśmy modernizację Galerii Kalisz, Galerii Zdrój zlokalizowanej w Jastrzębiu-Zdroju, Galerii Głogów, a także biatostockiej Galerii Zielone Wzgórze. Prace rozpoczęliśmy także w dwóch kolejnych obiektach – Centrum Handlowym AKS w Chorzowie oraz w szczecińskiej Galerii Gryf. Modernizacje koncentrują się przede wszystkim na odnowieniu fasad obiektów, a także wnętrzu galerii. Tam, gdzie to możliwe – jak np. w Białymstoku – rozbudowujemy obiekty, aby oddać do użytku dodatkową powierzchnię handlową. Jeśli rozbudowa nie jest możliwa, przeprowadzamy rekonfigurację układów handlowych. Taki zabieg zastosowaliśmy między innymi w Galerii Gryf, gdzie w wyniku prac powstała nowoczesna strefa restauracyjna.



Digital – przyszłość zakupów

W 2017 roku wiele uwagi poświęciliśmy rozwojowi omnikanałowości naszej sieci. W Carrefour Polska dążymy bowiem do zapewnienia klientom wysokiej jakości usług i przyjemnych zakupów we wszystkich kanałach i formatach

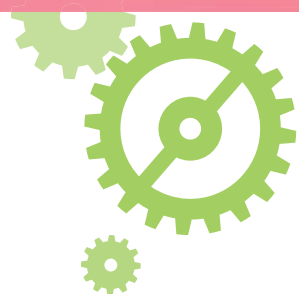
sprzedaży. Nowe, innowacyjne rozwiązania pomagają nam wyprzedzić zmieniające się potrzeby konsumentów, a także zapewniają przewagę konkurencyjną na rynku handlu.



Marketplace – sposób na bogatszą ofertę

Jako pierwsza sieć spożywcza w Polsce, wprowadziliśmy koncept Marketplace, do którego dołączają zewnętrzni, zweryfikowani przez nas dostawcy. Od października 2017 roku platforma dostępna jest na stronie Carrefour.pl. Marketplace współpracuje obecnie ze 150 dostawcami zewnętrznymi,

oferując ponad 150 000 produktów z pięciu kategorii: Elektronika, Dom i Ogród, Zdrowie i Higiena, Uroda, Zabawki i Gry. Dzięki temu rozwiązaniu poszerzyliśmy ofertę Carrefour o produkty, które do tej pory były niedostępne w stacjonarnych sklepach sieci.



150

DOSTAWCÓW
ZEWNĘTRZNYCH

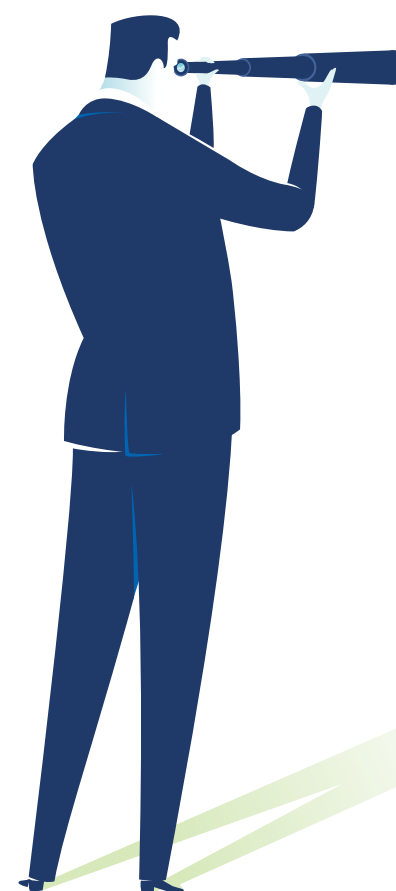
150 000

PRODUKTÓW
Z 5 KATEGORII

Zakupy online – odbiór offline

Intensywnie pracujemy nad rozwojem e-commerce. W 2017 roku do oferty internetowego sklepu eCarrefour.pl dołączyły świeże produkty spożywcze. Obecnie blisko 450 produktów z takich kategorii, jak warzywa i owoce, ryby pakowane, pieczywo czy wędliny i sery krojone jest dostępnych dla klientów z Warszawy. Docelowo

dostawy obejmą również pozostałe największe miasta Polski. Szeroko dostępna jest już jednak usługa click&collect, która w 2017 roku została rozszerzona. Klienci mogą już odbierać zamówione online produkty niespożywcze we wszystkich hiper- i supermarketach sieci – łącznie 223 lokalizacje odbiorów click&collect.



450 223

ŚWIEŻYCH
PRODUKTÓW
SPOŻYWCZYCH

LOKALIZACJE
NA TERENIE
CAŁEGO KRAJU



SąSiatki – siła sąsiedzkiej współpracy



SąSiatki
SOCIAL SHOPPING

W sierpniu 2017 roku wdrożyliśmy usługę SąSiatki opartą na mechanizmach ekonomii współpracy. Nowe narzędzie łączy zakupy online i offline, umożliwiając klientom zamawianie zakupów przez Internet i dostarczenie ich sobie nawzajem. Wszystko odbywa się za pośrednictwem sklepu carrefour.pl, gdzie klient przygotowuje listę potrzebnych produktów, a także aplikacji Mój Carrefour, gdzie Shopper – osoba akurat przebywająca w sklepie – przyjmuje zamówienie do realizacji. Usługa SąSiatki jest obecnie dostępna we wszystkich hiper- i supermarketach Carrefour w Warszawie.

Scan&Go – płatności dla mobilnych



We wrześniu rozpoczęliśmy także wdrożenie nowoczesnej usługi Scan&Go, która umożliwia klientom samodzielne skanowanie produktów w sklepie za pomocą telefonu z uruchomioną aplikacją Mój Carrefour, a następnie opłacenie ich w dedykowanej kasie bez konieczności wykładania wszystkich artykułów na taśmę. Płatności można dokonać w preferowany sposób – gotówką, kartą lub mobilnie przy wykorzystaniu portfela elektronicznego Mastercard od Mastercard. W przyszłości możliwa będzie opcja dokonania płatności mobilnej poza tradycyjną kasą.

Mój Carrefour – wszystko w zasięgu ręki

SąSiatki i Scan&Go są dostępne w aplikacji mobilnej Mój Carrefour, którą konsekwentnie rozwijamy o nowe funkcjonalności. Choć jej podstawową funkcją jest cieszący się dużą popularnością program lojalnościowy, wdrożone w 2017 roku rozwiązania – czytnik

cen, e-kupony i e-bony, lokalizator sklepów czy lista zakupów – wpłynęły pozytywnie na customers experience. Świadczy o tym z pewnością liczba pobrań, która z końcem 2017 roku sięgnęła 1 mln.



1 MLN

POBRAŃ Z KOŃCEM 2017 ROKU

C4 Retail Lab – wsparcie dla innowacji

W marcu 2017 roku uruchomiliśmy pierwszy w Polsce inkubator technologiczny prowadzony przez sieć handlową – C4 Retail Lab. Projekt ten umożliwia nam poszukiwanie innowacji istotnych dla branży, a także wsparcie rozwoju polskiej przedsiębiorczości i młodych talentów. Pierwszym z projektów, jaki został zakwalifikowany do programu akceleracji, jest SmartCart, czyli inteligentny wózek na zakupy połączony z kasą samoobsługową.



Nowoczesna przestrzeń biurowa o powierzchni 650 mkw. znajduje się nad sklepem Carrefour, który stanowi pole do testów nowych pomysłów wypracowanych w ramach inkubatora. Honorowy patronat nad inauguracją inkubatora przyjęło Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.



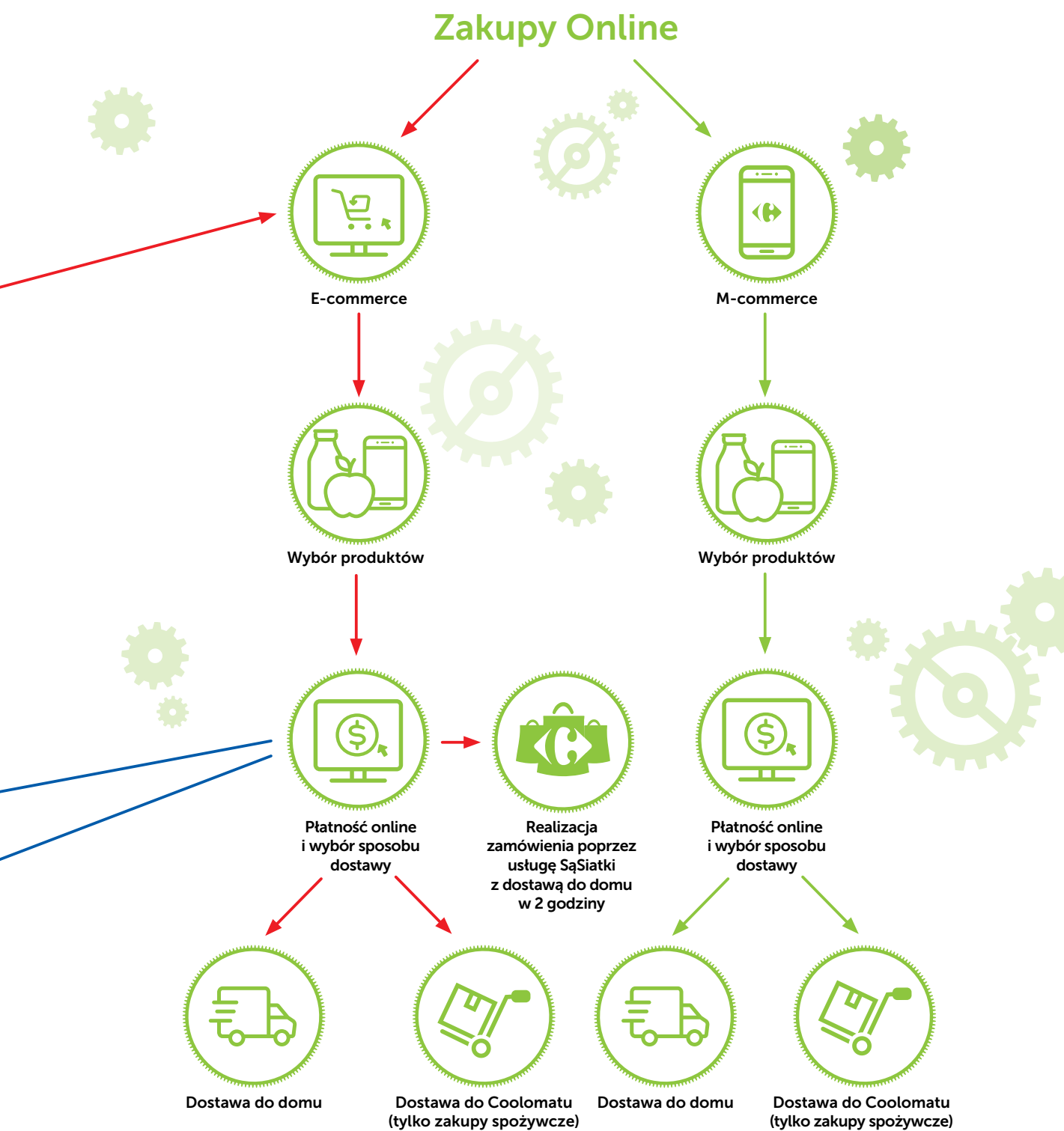
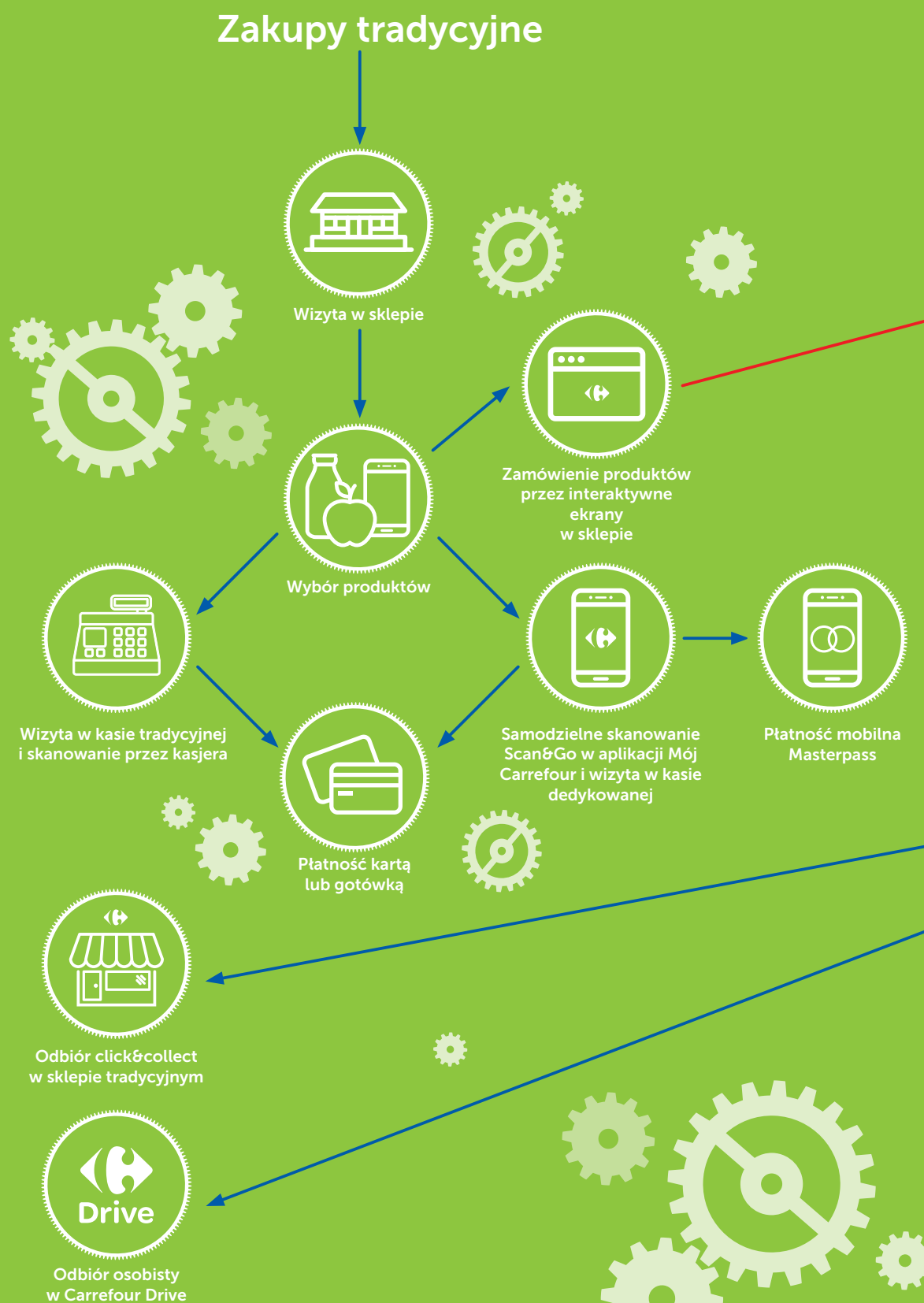
Strona korporacyjna – nowa wizytówka Carrefour

Od października 2017 roku o osiągnięciach naszej firmy i realizowanych przez sieć działaniach interesariusze dowiedzą się z nowoczesnego portalu informacyjnego. Platforma – dostępna pod adresem serwiskorporacyjny.carrefour.pl – posiada również zaawansowane rozwiązania dla osób poszukujących pracy oraz przedstawicieli mediów.

Celem nowej platformy jest informowanie o bieżących działaniach firmy oraz wsparcie rozwoju kluczowych obszarów biznesowych Carrefour.



Model omnichannel Carrefour Polska





Produkty i usługi

W 2017 roku kontynuowaliśmy strategię handlową, rozwijając gamę produktów dostępnych w każdym z formatów sieci. Udało nam się to osiągnąć dzięki nawiązaniu współpracy z nowymi dostawcami. W naszych sklepach pojawiły się również nowe koncepty oraz marki,

które powstały w odpowiedzi na potrzeby współczesnych konsumentów. Przy ich wyborze kierowaliśmy się niezmiennie – najwyższą jakością i doskonałą relacją do ceny. Kontynuowaliśmy także rozwój dostępnych w naszej sieci handlowej usług.



Marka własna – sposób na różnorodność

Marki własne dostępne na wyłączność w sklepach Carrefour to starannie wyselekcjonowane produkty, o doskonałej relacji jakości do ceny. Przykładamy dużą wagę do ich bezpieczeństwa i zgodności z normami obowiązującymi w Polsce i Unii Europejskiej. Dodatkowo, jako pierwszy kraj w Grupie

Carrefour, wprowadziliśmy innowacyjny system SENS – Uproszczony System Znakowania Wartością Odżywczą, którym oznakowane będą produkty marek własnych dostępnych w sklepach sieci. System ułatwia konsumentom wybór produktów dopasowanych do zdrowej i zbilansowanej diety.



Nowe gamy produktów

W 2017 roku do oferty marek własnych dotychczas dołączyło aż 7 nowych gam produktów. Wśród nich znalazły się m.in.:

Chocolate Place – wyjątkowa gama czekoladowych słodkości: praliny czy ręcznie dekorowane czekolady

Cookie Place – szeroki asortyment ciastek, wafelków i pierników w różnych smakach

Snack Bar – gama słonnych przekąsek: chipsów, orzeszków i paluszków

Crumbies – szeroki wybór płatków śniadaniowych

Nowe linie produktów marki własnej objęły także produkty do zmywania oraz żywność dla zwierząt. Ofertę marek własnych w sklepach sieci Carrefour tworzy obecnie około 3 500 produktów.

07

NOWYCH GAM
PRODUKTÓW

3 500

PRODUKTÓW MARKI WŁASNEJ
W SKLEPACH SIECI CARREFOUR

Wspieramy polskich producentów

Jednym z podstawowych założeń przy wprowadzeniu produktów marek własnych Carrefour jest współpraca z polskimi dostawcami. W 2017 roku rozpoczęliśmy współpracę z 4 nowymi przedsiębiorstwami. Obecnie nad rozwojem oferty marek własnych współpracujemy z ponad 200 partnerami.



W plebiscycie magazynu „Wiadomości Handlowe” przyznano nam – po raz trzeci – tytuł najlepszej sieci sklepów spożywczych w kategorii efektywnej współpracy z dostawcami



Prezes Carrefour Polska, Guillaume de Colonges, odebrał specjalną nagrodę Hermesa, która jest dowodem uznania dla wdrażanej w ostatnich latach strategii rozwoju Carrefour w Polsce

Targi Carrefour

We wrześniu odbyła się 3. edycja Targów Carrefour. Wydarzenie zgromadziło ponad 150 krajowych i międzynarodowych dostawców i producentów, kupców i menadżerów, a także dyrektorów naszych sklepów. Celem spotkania było wypracowanie najlepszej oferty dla klientów, przedstawienie inicjatyw podjętych z myślą o dostawcach oraz zaprezentowanie nowych rozwiązań w zakresie sklepów stacjonarnych oraz e-commerce.



W trosce o zdrowie

Od 1997 roku konsekwentnie rozwijamy markę „Jakość z natury Carrefour”, którą tworzą produkty pochodzące z ekologicznie czystych terenów, wytworzone z poszanowaniem środowiska naturalnego i zgodnie z zasadami zrównoważonego rolnictwa. W naszej ofercie posiadamy między innymi ryby z odpowiedzialnie zarządzanych łowisk oraz kurczaki z chowu wybiegowego. Rozwój marki jest możliwy dzięki naszej współpracy z lokalnymi dostawcami, którzy stosują jedynie tradycyjne metody produkcji.



Półki pełne zdrowia

Produkty dedykowane osobom dbającym o zdrowie i środowisko są dostępne w sklepach Carrefour w koncepcie „Zdrowa półka”. Od czerwca 2017 roku do oferty produktów BIO, sojowych, niskocukrowych czy bezglutenowych włączone zostały również produkty kosmetyczne. Oferta kosmetyczna konceptu obejmuje obecnie ponad 300 produktów naturalnych, niezawierających składników pochodzenia syntetycznego, z których ponad 120 posiada poświadczające certyfikaty wydawane przez renomowane organizacje, np. Ecocert czy Cosmos Organic.



Marki premium

Wśród produktów marki własnej Carrefour klienci znajdują również 3 wyjątkowe gamy z segmentu premium. Są to wysokiej jakości produkty kuchni francuskiej, włoskiej oraz hiszpańskiej:

Reflets de France – to unikatowa linia produktów, która powstała we współpracy z francuskimi producentami. W ofercie znajduje się ponad 100 oryginalnych francuskich produktów, takich jak sery, wędliny, wina czy dania gotowe.

Terre D'Italia – to linia ponad 50 oryginalnych wyrobów z Włoch. W ofercie znajdują się m.in. makarony, oliwa z oliwek, risotto czy przetwory.

De Nuestra Tierra – najnowsza gama około 20 oryginalnych hiszpańskich produktów, takich jak oliwy, przetwory czy sosy.

Produkty i usługi



Odrobina Francji w Polsce

Francuskie produkty były promowane podczas akcji French Touch, której ponownie patronowaliśmy. Jej celem jest promocja francuskiej kultury, produktów, kuchni, mody i zwyczajów w Polsce. Tegoroczna edycja była dla nas szczególnie z uwagi na 20-lecie sieci w Polsce, które świętowaliśmy wspólnie z organizatorami wydarzenia. Towarzystwo jej także akcje handlowe w ponad 100 sklepach Carrefour.



Prezes Carrefour Polska, Guillaume de Colonges, został uhonorowany odznaczeniem w randze Kawalera przez Ambasadora Francji w Polsce, Pierre'a Levy'ego, za wybitne zasługi dla promocji francuskiej gospodarki i kultury w Polsce

Z miłości do smaku... wydaliśmy książkę!

Produkty marki Reflets de France zostały wykorzystane w książce kulinarno-lifestylowej pt. „Z miłości do smaku”, która trafiła do sprzedaży w marcu 2017 roku. W polsko-francuskiej publikacji przedstawiliśmy oryginalne podejście do tematu kuchni i ucztowania, kultury polsko-francuskiej oraz

zdrowego odżywiania. Publikacja powstała we współpracy z Instytutem Francuskim, Szkołą Główną Gospodarstwa Wiejskiego i Grupą Orbis, a także znanymi polskimi i francuskimi kucharzami i pasjonatami gotowania oraz autorytetami świata nauki, sportu i biznesu.

Produkty i usługi



„Z miłości do smaku”

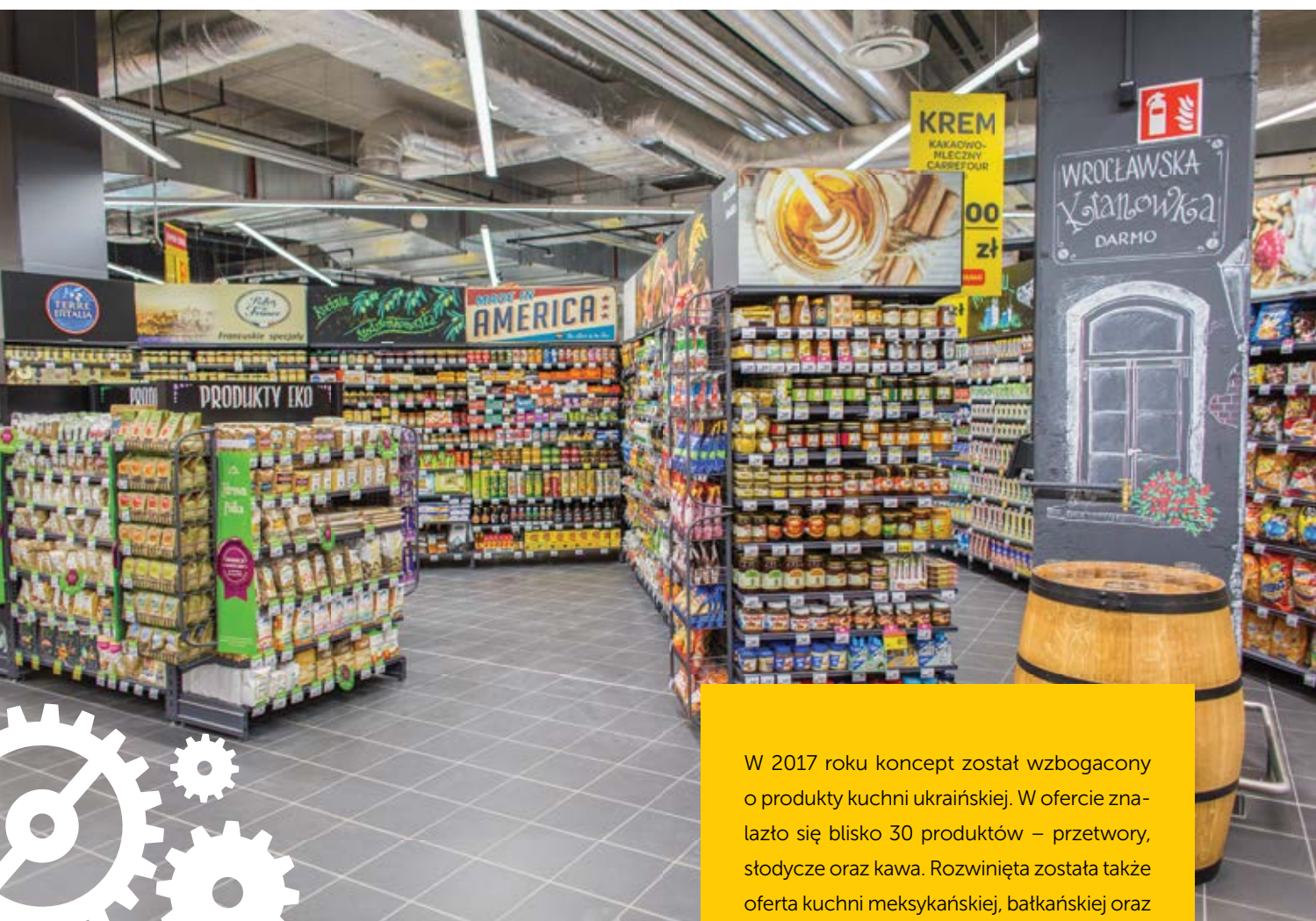
zaprezentowaliśmy po raz pierwszy podczas spotkania autorskiego, w którym udział wzięło ponad 100 znamienitych gości, w tym m.in. Ambasador Francji – Pierre Lévy, Szef kuchni – Pierre Gagnaire oraz gwiazda światowego kolarstwa – Czesław Lang



Publikacja była szeroko promowana w sklepach Carrefour, podczas targów książki w Warszawie i Krakowie, a także na największym w Polsce festiwalu dla blogerów i twórców internetowych – See Bloggers w Gdyni.

Smaki całego świata

Klienci supermarketów i hipermarketów Carrefour mają do dyspozycji bogatą ofertę oryginalnych produktów dostępnych w ramach konceptu „Kuchnie świata”. Wśród ponad 500 artykułów znajdują się między innymi przysmaki kuchni azjatyckiej (w tym produkty z Japonii, Chin, Tajlandii czy Indii), kuchni śródziemnomorskiej (greckiej, włoskiej i hiszpańskiej), kuchni meksykańskiej czy amerykańskiej. Ciekawostką są również przysmaki kuchni peruwiańskiej i arabskiej.



W 2017 roku koncept został wzbogacony o produkty kuchni ukraińskiej. W ofercie znalazło się blisko 30 produktów – przetwory, słościki oraz kawa. Rozwinięta została także oferta kuchni meksykańskiej, bałkańskiej oraz greckiej – klientom zaoferowaliśmy nowe sosy, oliwki oraz oliwę.

Smaki regionów

W czerwcu 2017 roku wprowadziliśmy do sklepów Carrefour Polska nowy koncept handlowy promujący regionalne produkty – Półka Regionalna. W specjalnie oznaczonych strefach klienci znajdują ponad

300 artykułów pochodzących z różnych regionów Polski – Mazowsza i Kujaw, Warmii i Mazur, Lubelszczyzny i Podlasia, Małopolski, Wielkopolski oraz Śląska.

- PONAD -
300
 ARTYKUŁÓW
 POCHODZĄCYCH
 Z RÓŻNYCH
 REGIONÓW POLSKI

270
 LOKALNYCH
 PIW

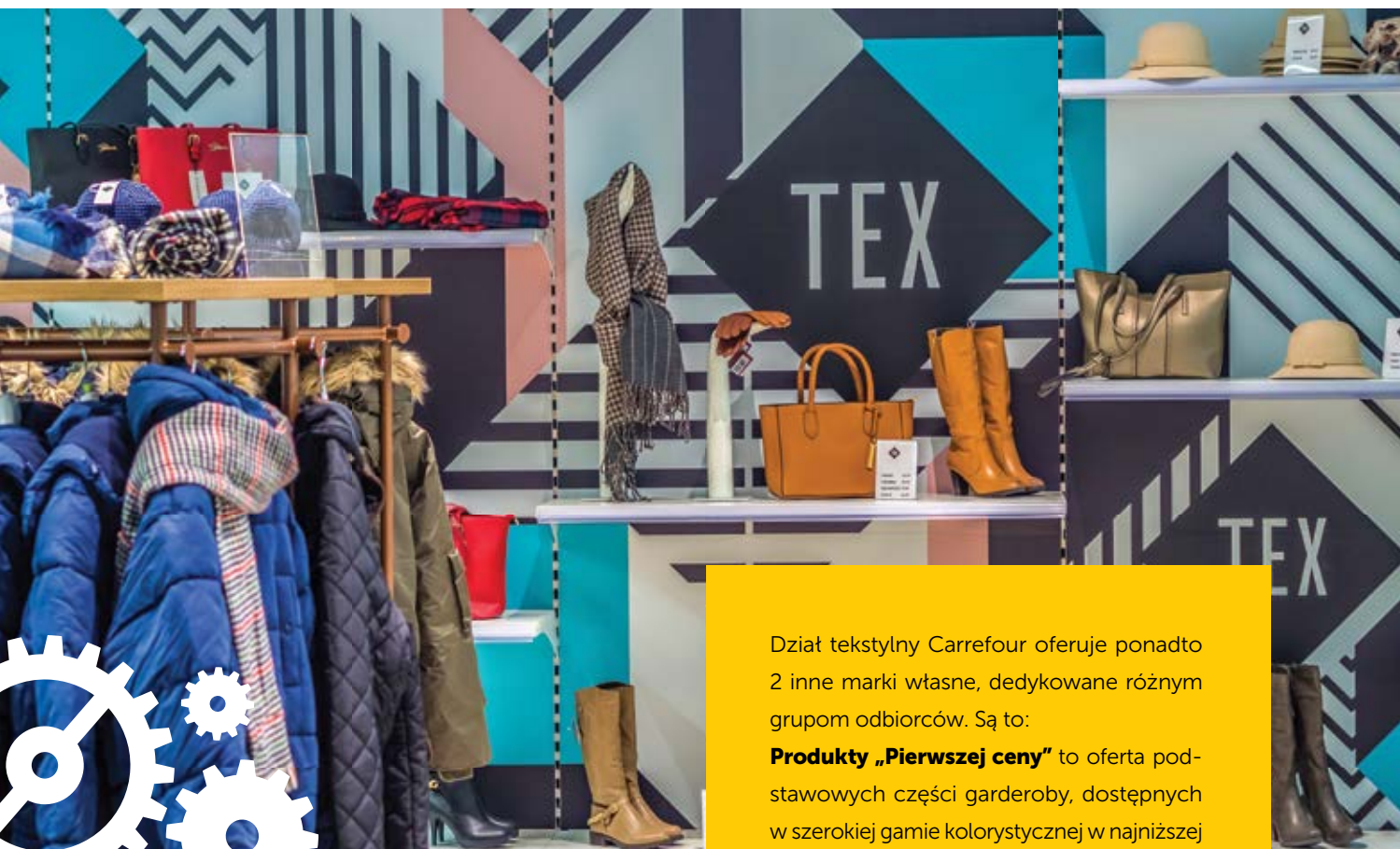


Półka Regionalna jest dostępna we wszystkich hipermarketach Carrefour w Polsce. Zainteresowaniem klientów sklepów naszej sieci cieszy się również szeroki wybór polskich browarów, w tym także piwa od lokalnych producentów. Ofertę buduje ponad 270 lokalnych napojów.

Modne zakupy

W Carrefour Polska konsekwentnie rozwijamy także ofertę naszej marki odzieżowej – TEX. Marka TEX powstała w 1982 roku z myślą o klientach poszukujących ponadczasowych kreacji dla każdego członka rodziny. Obejmuje ona kolekcję niemowlęcą, dziecięcą, damską,

męską, a także bieliznę, obuwie czy dodatki. Bardzo dobra relacja jakości do ceny gwarantuje klientom udane zakupy. Produkty marki TEX są wytwarzane ze szlachetnych surowców, na przykład z wetny merynosa.



Dział tekstylny Carrefour oferuje ponadto 2 inne marki własne, dedykowane różnym grupom odbiorców. Są to:

Produkty „Pierwszej ceny” to oferta podstawowych części garderoby, dostępnych w szerokiej gamie kolorystycznej w najniższej cenie.

Produkty „Fashion Express” – to oferta skierowana do młodych odbiorców. Marki własne dostępne w hipermarketach Carrefour stanowią średnio 45 procent oferowanego na dziale tekstylnym asortymentu.

BIO

W OFERCIE ZNAJDUJĄ SIĘ RÓWNIEŻ
PRODUKTY SPEŁNIAJĄCE EUROPEJSKIE
NORMY JAKOŚCI PRODUKTÓW BIO

Usługi

Oprócz bogatej i różnorodnej gamy produktów, Carrefour oferuje również szereg usług dodatkowych. Należą do nich stacje paliw, a także usługi finansowe i niefinansowe dostępne w sklepach.



Klienci hipermarketów mogą skorzystać m.in. z karty kredytowej (do końca 2017 roku Carrefour Visa, zaś obecnie Carrefour Mastercard), zakupów na raty, pożyczek gotówkowych czy ubezpieczenia sprzętu elektronicznego. W kasach sklepu można także uregulować rachunki lub skorzystać z usługi „Płać i wyptacaj”.

W hiper- i supermarketach Carrefour klienci mogą również nabyć karty podarunkowe znanych marek, zestawy podarunkowe „Super prezenty”, startery i doładowania telefoniczne, a także zagrać w gry liczbowe oferowane przez Totalizator Sportowy: Lotto, Lotto Plus oraz Eurojackpot.



Korzyści programów lojalnościowych

Statym klientom gwarantujemy atrakcyjne rabaty w ramach szeregu programów lojalnościowych. Wśród nich znajdują się „Karta Rodzinka” skierowana do klientów supermarketów, „Karta Seniora” dla osób powyżej 60. roku życia oraz „Karta Dużej Rodziny”, gwarantująca rabat na zakupy dla rodzin z co najmniej trójką dzieci. Klienci, którzy przeniosą swoją kartę lojalnościową do mobilnej aplikacji Mój Carrefour, mogą dodatkowo korzystać z unikatowych kuponów zniżkowych sięgających nawet 50 procent.



Ludzie

Od ponad 20 lat dbamy o to, aby zespół Carrefour w Polsce był różnorodny. Dlatego są wśród nas pracownicy z wieloletnim doświadczeniem, jak i ludzie młodzi. Wszystkich jednak łączy jedno – pasja do handlu, którą pielęgnujemy, oferując pracownikom szereg

szkoleń i warsztatów. W 2017 roku wiele uwagi poświęciliśmy również na poznanie naszych pracowników od strony prywatnej i wsparcie ich w realizacji ich pozazawodowych pasji i umiejętności. Mieliliśmy do tego wspaniałą okazję – 20. urodziny Carrefour w Polsce.



Przedstawienie Dyrekcji

Od listopada 2017 roku w skład Komitetu Wykonawczego Carrefour Polska wchodzi:

Ludzie



Guillaume de Colonges
Prezes Zarządu
Dyrektor Wykonawczy
Europa Północna i Wschodnia



Robert Nociński
Wiceprezes Zarządu
Sekretarz Generalny



Ronan Martin
Wiceprezes Zarządu
Dyrektor Operacji



Philippe Chauvel
Dyrektor Handlowy



Justyna Orzeł
Dyrektor Zasobów Ludzkich



Marcin Olech
Dyrektor Marketingu
Nowych Technologii i IT



Jadwiga Zientara
Członek Zarządu
Dyrektor Finansowa

Pracownicy świętowali 20-lecie

Jubileusz Carrefour w Polsce świętowaliśmy wspólnie z pracownikami podczas pikniku urodzinowego. W grupie blisko 2 000 zaproszonych gości znaleźli się między innymi menadżerowie sklepów wszystkich formatów,

franczyzobiorcy, partnerzy biznesowi, a także zespoły dwóch pierwszych sklepów sieci w Polsce – Carrefour Łódź Kolumny i Carrefour Pabianice.



- PONAD -
2 000
GOŚCI URODZINOWEGO
PIKNIKU

200
PRACOWNIKÓW
Z 20-LETNIM STAŻEM

Spotkanie było okazją do podsumowania naszych osiągnięć, planów i perspektyw, ale także uhonorowania pracowników z 20-letnim stażem pracy. Wielki jubileusz świętowały także ekipy naszych hiper- i supermarketów. Lokalne uroczystości odbyły się we wrześniu w aż 150 lokalizacjach.

Ludzie



150
LOKALNYCH
UROCZYSTOŚCI

Nagrodziliśmy pasje pracowników

Urodzinową atrakcją był także konkurs Carrefour Talenty, którego celem było poznanie pozazawodowych umiejętności naszych pracowników oraz wsparcie w rozwoju ich pasji.

Konkurs Carrefour Talenty przerodził się w program specjalny, w ramach którego w 2017 roku odbyły się trzy spotkania z grupami pasjonatów biegania, gotowania i majsterkowania. Podczas każdego z nich, uczestnicy rozwijali swoje pasje dzięki spotkaniu z gośćmi specjalnymi.



Inwestujemy w rozwój pracowników

Zagwarantowanie klientom naszych sklepów produktów świeżych o najwyższej jakości wymaga od nas eksperckiej wiedzy i doskonałej znajomości asortymentu. Dlatego od 2015 roku specjaliści takich działów, jak warzywa i owoce, mięso i wędliny oraz piekarnia

i cukiernia uczestniczą w specjalnym programie szkoleniowym. Od 2015 roku w szkoleniach wzięło udział blisko 500 pracowników hiper- i supermarketów, z czego blisko 300 specjalistów przeszło szkolenie w 2017 roku.



- BLISKO -

300

SPECJALISTÓW PRZESZŁO SZKOLENIE W 2017 ROKU



Prestżowy certyfikat stanowi potwierdzenie, że nasza firma realizuje dobre praktyki w obszarach zarządzania oraz HR. Przyznanie nagrody poprzedził niezależny audyt

Ludzie

Szkolimy przyszłych mistrzów

W 2017 roku kontynuowaliśmy nasz autorski program „Przepis na mistrza”, łączy podnoszenie kompetencji zawodowych z pielęgnowaniem tradycyjnych kompetencji handlowych. Jedną z inicjatyw programu jest certyfikacja zawodowa i możliwość zdobycia dyplomu czeladnika bądź mistrza. W minionym roku egzamin zdało 29 osób. Program obejmuje także współpracę ze szkołami zawodowymi, w tym praktyki w działach produktów świeżych w sklepach naszej sieci, patronat nad klasą o profilu cukierniczym oraz udział w wielu inicjatywach i konkursach kulinarnych.



Program LEON

W 2017 roku rozwijaliśmy program LEON, którego celem jest edukacja pracowników oraz promocja takich wartości, jak empatia, niezawodność, otwartość czy bycie lubianym. Pod hasłem „Bądź jak Leon. Myśl klientem” realizujemy program szkoleniowy, obejmujący doskonalenie standardów obsługi klientów oraz podnoszenie kompetencji menadżerskich i budowanie relacji w zespole. Od momentu wdrożenia programu przeszkoliliśmy kadrę menadżerską ponad 200 sklepów Carrefour.

Cenimy rolę dialogu społecznego

Dialog społeczny to jeden z elementów kultury Carrefour. Dlatego co roku organizowane jest spotkanie CICE – Europejskiego Komitetu Konsultacji i Wymiany Informacji. Jest to platforma współpracy rad pracowniczych z europejskich krajów Grupy Carrefour. W ubiegłym roku taka konferencja miała miejsce w Warszawie. Wzięło w niej udział ponad 30 uczestników reprezentujących pracowników z Carrefour w Belgii, Francji, Rumunii, Włoch, Hiszpanii i Polski oraz dyrektorów zasobów ludzkich.



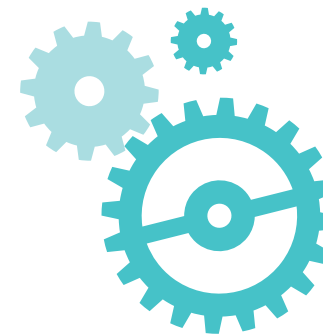


Zrównoważony rozwój

Odpowiedzialność społeczna jest dla nas bardzo ważna. Dlatego realizujemy szereg różnorodnych działań, które pozwalają nam prowadzić zrównoważony biznes. W 2017 roku nasza aktywność skupiała się przede wszystkim na realizacji elementów

kampanii „Z miłości do Zdrowia”. Konsekwentnie prowadziliśmy działania również w ramach pozostałych strategicznych programów Carrefour – „Stop Marnotrawstwu” oraz „Różnorodność” – a także angażowaliśmy się w liczne akcje charytatywne.





Bo zdrowie to podstawa!

Jedną z głównych inicjatyw realizowanych przez Carrefour Polska w ramach strategii zrównoważonego rozwoju jest kampania „Z miłości do zdrowia”, mająca na celu podniesienie świadomości żywieniowej, zachęcenie

Polaków do aktywności fizycznej i propagowanie zdrowego stylu życia. W 2017 roku zrealizowaliśmy wiele kompleksowych działań w ramach kampanii.



Poparcia dla systemu udzieliło wiele autoritetów, a SENS został zaopiniowany przez polskie jednostki badawcze i naukowe, w tym również przez Instytut Żywności i Żywienia. W celu dalszego rozwoju systemu, Carrefour powołał Komitet Naukowy SENS, w skład którego weszło 12 przedstawicieli instytucji, uczelni, organizacji naukowych i konsumenckich, a także dostawców i przedstawicieli Carrefour. Jest wśród nich m.in. doktor Nicole Darmon, Dyrektor ds. Badań w Narodowym Instytucie Badań w Dziedzinie Agronomii we Francji (INRA).

- BLISKO -
40
ARTYKUŁÓW
Z OZNAKOWANIEM
SENS

Odżywiaj się z SENS-em

Jako pierwszy kraj w Grupie Carrefour wprowadziliśmy innowacyjny system SENS – Uproszczony System Znakowania Wartością Odżywczą, który pomaga naszym klientom komponować zdrową i zbilansowaną dietę. Oznaczenia SENS – w formie czytelnych grafik informujących o częstotliwości spożywania – nasi klienci znajdą na produktach z logo Carrefour, Jakość z Natury oraz na markach na wyłączność. System SENS jest obecnie wdrożony na blisko 40 artykułach i liczba objętych nim produktów ciągle wzrasta.

Częstotliwość spożycia



** SENS – to dodatkowa informacja o zalecanej częstotliwości spożycia produktu w oparciu o jego wartość odżywczą.

ABC Zdrowego Żywienia

W Carrefour Polska aktywnie dbamy o edukację żywieniową. Dlatego już od ponad 3 lat realizujemy ogólnopolski program badawczo-edukacyjny „ABC Zdrowego Żywienia” i upowszechniamy zasady prawidłowego odżywiania wśród dzieci i ich rodzin.



1,3 MLN PLN

GRANTU OD FUNDACJI CARREFOUR

Aby skutecznie odpowiadać na rzeczywiste potrzeby społeczne, 3. edycja ABC Zdrowego Żywienia skierowana jest przede wszystkim do uczniów z małych miejscowości, którzy często mają ograniczony dostęp do wartościowych programów edukacyjnych. Za koordynację programu odpowiedzialny jest Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji SGGW oraz ponad 70 ekspertów z zakresu żywności i żywienia człowieka z 7 polskich uczelni. Do końca 2017 roku zorganizowano 200 zajęć i warsztatów. Przygotowano również profesjonalne materiały edukacyjne, które dzieci mogą zabrać do domu po zajęciach, aby dzielić się wiedzą ze swoimi rodzinami. W ramach programu zrealizowano także ogólnopolskie badanie opinii „Dlaczego edukacja żywieniowa w Polsce jest potrzebna?”.



3. edycja ABC Zdrowego Żywienia dotarła aż do 1 700 dzieci z 20 miejscowości z różnych rejonów Polski.



Carrefour Sponsorem Głównym Tour de Pologne

Carrefour promuje aktywność fizyczną włączając się od 2016 roku w organizację największego wyścigu kolarskiego w Polsce – Tour de Pologne. W 2017 roku zostaliśmy Sponsorem Głównym tego prestiżowego wyścigu, który śledziło ponad 3 mln fanów. 74. Tour de Pologne okazał

się sukcesem Carrefour Polska. Zadbaliśmy o doping oraz sportowe atrakcje dla miłośników kolarstwa na startach i metach wszystkich 7 etapów wyścigu. Łącznie odwiedziliśmy 12 miast, a przygotowane przez Carrefour Miasteczka Kibica wszędzie cieszyły się wielką popularnością.



07

ETAPÓW
WYŚCIGU

12

ODWIEDZONYCH
MIAST

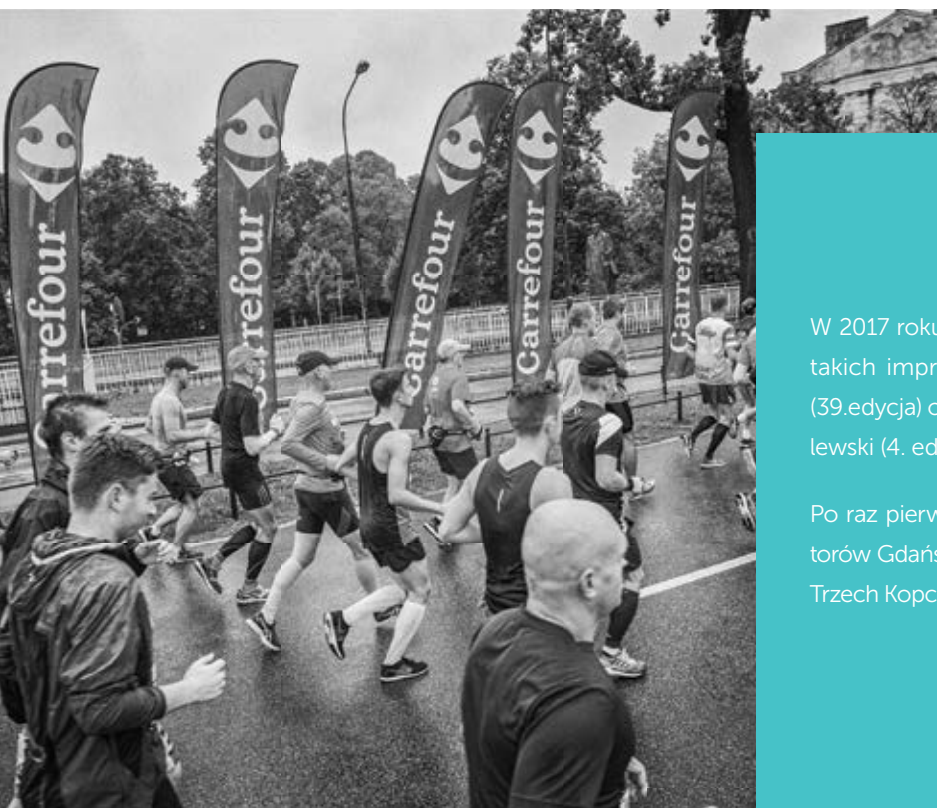
Aktywnie przyłączyliśmy się do wyścigu. Blisko dwudziestoosobowy zespół pracowników Carrefour Polska – na czele z Prezesem Guillaumem de Colongesem – wziął udział w Tour de Pologne Amatorów. Wsparliśmy tym samym walkę z nowotworami, gdyż część dochodu ze sprzedaży pakietów startowych została przeznaczona na działalność fundacji Rak'n'Roll Wygraj Życie.



Nie zapomnieliśmy o klientach naszej sieci. W ramach oferty „Wyścig po zdrowie” odwiedzający sklepy Carrefour w całej Polsce mogli liczyć na specjalne promocje obejmujące zdrowe produkty, a także atrakcyjne konkursy z nagrodami.

Carrefour sponsorem imprez biegowych

Od kilku lat angażujemy się również w maratony oraz mniejsze imprezy biegowe w różnych miastach w Polsce. Poprzez sponsoring sportowych wydarzeń zachęcamy zarówno klientów, jak i pracowników Carrefour Polska do podejmowania aktywności fizycznej.



W 2017 roku ponownie zostaliśmy sponsorem takich imprez, jak PZU Maraton Warszawski (39. edycja) oraz PZU Cracovia Półmaraton Królewski (4. edycja).

Po raz pierwszy wsparliśmy również organizatorów Gdańsk Maraton (3. edycja) oraz PZU Bieg Trzech Kopców (11. edycja).

Zalety prowadzenia zdrowego stylu życia doceniają również nasi pracownicy. W każdym z wydarzeń wzięła udział nasza ekipa Carrefour Running Team. Łącznie w barwach Carrefour biegly 63 osoby.



Carrefour nagradza dostawców odpowiedzialnych społecznie

Carrefour prowadzi swoją działalność w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju i promuje je wśród swoich partnerów – dostawców marki własnej – nagradzając najlepszych. Służy temu kampania „Autodiagnostyk”, realizowana we

wszystkich krajach Grupy Carrefour. W 2017 roku nasi partnerzy zgłaszali produkty i inicjatywy promujące zbilansowaną dietę i zdrowy tryb życia. Zwycięzcą została firma Pszczelarz Kozacki z Roztocza.



Prowadzimy dialog

W Carrefour wierzymy, że w prowadzeniu biznesu istotna jest ścisła współpraca z partnerami. Przykładem takich działań było m.in. wspólne wypracowanie – z producentami i dostawcami żywności, ekspertami środowiskowymi oraz przedstawicielami organizacji pozarządowych – rekomendacji dla branży spożywczej w zakresie celów zrównoważonego rozwoju (SDGs). Zostały one opublikowane w przewodniku dla firm „SDGs w Praktyce”. Dodatkowo podczas konferencji Ministerstwa Rozwoju „SDG 17: Partnerstwa na rzecz celów zrównoważonego rozwoju” Carrefour dołączył do partnerstwa na rzecz realizacji danych celów.



Inwestujemy w „zielone technologie”

Jako międzynarodowa sieć handlowa podejmujemy globalny wysiłek na rzecz ochrony środowiska i klimatu. Grupa Carrefour zobowiązała się do ograniczenia emisji CO₂ o 40% do 2025 roku oraz o 70% do 2050 roku, w porównaniu z poziomem z 2010 roku. Aby tego dokonać, planujemy ograniczenie zużycia energii o 30% do 2025 roku m.in. poprzez szereg rozwiązań

proekologicznych wprowadzanych w sklepach naszej sieci. W 2017 roku po raz pierwszy zastosowaliśmy technologię fotowoltaiczną. Od września na dachu naszego sklepu w Zgorzelcu działa blisko 80 paneli słonecznych, które pozwalają nam pokryć część zapotrzebowania hipermarketu na energię elektryczną.



Dbamy o bioróżnorodność

W ramach ochrony bioróżnorodności, do oferty produktów marki Carrefour wprowadziliśmy artykuły ze znakiem certyfikatu FSC® (Forest Stewardship Council®), czyli produkty wytworzone z materiałów pochodzących z dobrze zarządzanych lasów i innych kontrolowanych źródeł. W sklepach dostępne są już pierwsze produkty marki własnej ze znakiem FSC®. Do 2020 roku artykuły z 10 grup produktów marki własnej Carrefour (m.in. ręczniki papierowe, chusteczki, serwetki), których produkcja niesie ze sobą ryzyko deforestacji, będą wytwarzane w pełnym poszanowaniu zasad zrównoważonego leśnictwa.



Znak odpowiedzialnej gospodarki leśnej



- BLISKO -

80

PANELI SŁONECZNYCH

Ponadto, w naszych sklepach stosujemy m.in. energooszczędne oświetlenie LED, przyjazny środowisku system chłodniczy czy rozwiązanie FCH, wykorzystujące wody termalne do obniżenia lub podwyższenia temperatury powietrza w obiektach. Prowadzimy także politykę przekazywania odpadów organicznych do lokalnych kompostowni oraz dbamy o optymalizację transportu.

Carrefour na rzecz społeczności

Jednym z kluczowych elementów strategii biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour jest walka z marnotrawstwem. W Polsce od 2013 roku realizujemy program „STOP Marnotrawstwu”, którego celem jest walka z codziennym marnotrawstwem na każdym szczeblu funkcjonowania firmy, a także promowanie tej idei wśród klientów i dostawców.

Wspieramy Banki Żywności w ich codziennej pracy

Od początku działalności sieci w Polsce współpracujemy z Federacją Polskich Banków Żywności. Fundacja Carrefour przekazała środki na zakup 16 ciężarówek-chołdni. W 2017 roku 7 pojazdów przeznaczonych do transportu żywności trafiło do lokalnych banków w Olsztynie, Toruniu, Ciechanowie, Warszawie, Krakowie, Trójmieście i Suwałkach. Samochody służą przede wszystkim do codziennych odbiorów świeżej żywności ze sklepów Carrefour, a także sklepów innych sieci.



MIGAM – dzięki współpracy z MIGAM, głusi i słabostyszący mogą w bardziej komfortowy sposób komunikować się z otoczeniem podczas robienia zakupów w hipermarketach naszej sieci. Każdy z nich jest wyposażony w tablet ze słuchawkami, który przystosowany jest do obsługi osób głuchych i słabostyszących.

RoPSAN – od kilku lat Carrefour Polska współpracuje z Ogólnopolskim Stowarzyszeniem „RoPSAN – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim”, aby efektywnie zapobiegać sprzedaży produktów alkoholowych nieletnim.



*z okazji 20-lecia Federacji
Polskich Banków Żywności
Nagroda przyznana sieci za zaangażowanie w pomoc na rzecz najbardziej potrzebujących. Jej celem było wyróżnienie przedsiębiorstw, które najaktywniej wspierają Federację Polskich Banków Żywności*



Organizujemy zbiórki żywności

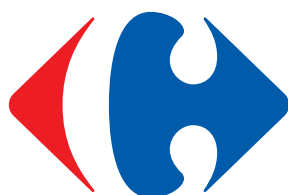
Carrefour Polska co roku angażuje się w 3 ogólnopolskie zbiórki żywności koordynowane przez Federację Polskich Banków Żywności (Wielkonoćną Zbiórkę Żywności, Zbiórkę „Podziel się Posiłkiem”, Świąteczną Zbiórkę Żywności) oraz ogólnopolską świąteczną zbiórkę Caritas „Tak, POMAGAM!”.

W 2017 roku w hiper- i supermarketach Carrefour zebrano łącznie wspólnie z dostawcami prawie 100 tys. kg żywności. Żywność przekazano lokalnym organizacjom, zajmującym się przygotowaniem posiłków dla osób potrzebujących z terenu całego kraju, a także rodzinom wielodzietnym, osobom samotnie wychowującym dzieci, bezdomnym, chorym i bezrobotnym.



W kategorii „Projekt społeczny – duża firma” otrzymaliśmy nagrodę za współpracę z Bankami Żywności oraz za przeciwdziałanie marnotrawstwu żywności

- BLISKO -
100 000
KG ZEBRANEJ ŻYWNOCI



CARREFOUR POLSKA

ul. Targowa 72, 03-734 Warszawa

carrefour.pl