




Pozytywnie każdego dnia

Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
wnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozyty
Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
wnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozyty
Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
wnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozyty
Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
wnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozyty
Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia
wnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozytywnie każdego dnia Pozyty



Aby działać pozytywnie,
potrzebujemy
pozytywnej wizji.

Dalajlama



Misja i wizja Carrefour

Ambicją Carrefour jest być ulubionym sklepem klientów. Klienci i konsumenci są w samym centrum naszej uwagi. Wszędzie tam, gdzie Carrefour jest obecny, dokłada starań, aby zachwycać swoich klientów i konsumentów oraz wspierać ich w osiągnięciu lepszej jakości codziennego życia. Carrefour dąży do tego, aby zakupy w sklepach były proste

i przyjemne, by odwiedziny w sklepach Carrefour zawsze były pozytywnym doświadczeniem. Chcemy zaskakiwać klientów ciągłymi innowacjami, produktami i usługami oraz cenami. Wszelkie swoje działania firma realizuje, opierając się na wartościach, którymi są: zaangażowanie, troska i pozytywne nastawienie.

Nasze marzenie

Być docenianym i lubianym za codzienną pomoc naszym klientom i konsumentom w osiągnięciu lepszej jakości życia.

Nasz cel

Każdego dnia zachwycać naszych klientów i konsumentów.

Nasze motto

Wartością i siłą marki jest pozytywne nastawienie, dlatego jej hasło brzmi:
Carrefour – pozytywnie każdego dnia!



Wartości Carrefour

Zaangażowanie, troska i pozytywne nastawienie to wartości, którymi kierujemy się każdego dnia.

Pracujemy nieustannie nad udoskonalaniem oferty, dokładając wszelkich starań, aby jakość oferowanych produktów i usług była na najwyższym poziomie. Proponujemy rozwiązania, które podnoszą jakość życia naszych klientów.

Budujemy trwałe relacje z naszymi partnerami biznesowymi, dostawcami oraz organizacjami pozarządowymi, wspólnie szukając rozwiązań wzmacniających skuteczność naszych działań.

Troszczymy się o wpływ naszych działań na otoczenie, angażujemy się w życie lokalne, podejmując odpowiedzialne działania na rzecz społeczeństwa i środowiska lokalnego.

Wspieramy rozwój zawodowy naszych pracowników, stwarzając szanse na rozwój ich talentów.

Przestrzegamy kodeksu etyki Carrefour, zobowiązując się do ścisłego przestrzegania prawa, tworzenia bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy, poszanowania godności i akceptacji różnorodności oraz rozwijania uczciwych i przejrzystych praktyk handlowych.



Carrefour



Od ponad 50 lat każdego dnia dokładamy starań, aby pozytywnie odpowiadać na potrzeby klientów w osiągnięciu lepszej jakości życia.

Informacje o Carrefour

Sekretem biznesu jest wiedzieć to, czego nie wiedzą inni.

Arystoteles Onassis

Carrefour jest liderem wielkiej dystrybucji, który od ponad 50 lat wyznacza standardy na światowych rynkach handlu. Od wielu lat jest numerem 1 wielkiej dystrybucji w Europie oraz numerem 2 na świecie. Carrefour jest grupą multiformatową, multikanałową i multilokalną. Swoje sklepy prowadzi w Europie, Azji i Ameryce Łacińskiej.

Naszą pasją jest wygrywanie na każdym rynku, na którym działamy zgodnie z zasadą Carrefour „zawsze o krok przed konkurencją”.

Carrefour numerem 1 w Europie. Numer 2 na świecie!

Carrefour na świecie. Grupa Carrefour w liczbach:



Carrefour firmą multiformatową

Różne formaty naszych sklepów pozwalają odpowiadać na oczekiwania klientów, zależnie od miejsca, czasu oraz ich indywidualnych potrzeb.

Formaty sklepów Carrefour na świecie:



hipermarkety



supermarkety



sklepy cash & carry



sklepy convenience
i minimarkety



sklepy internetowe



punkty drive-in
(odbiór zamówień internetowych)



Carrefour posiada również
centra handlowe

Historia Carrefour na świecie

– kluczowe daty



1959

Założenie firmy Carrefour przez rodziny: Fournier, Badin i Defforey; otwarcie pierwszego sklepu w Annecy.



1963

Otwarcie pierwszego hipermarketu w Sainte-Geneviève-des-Bois.



1970

Wprowadzenie akcji Carrefour na Paryską Giełdę Papierów Wartościowych.



1973

Pierwszy sklep Carrefour poza granicami Francji (Hiszpania).



1997

Rozpoczęcie działalności w Polsce.



2000

Połączenie firm Carrefour i Promodès – Carrefour staje się wiceliderem handlu na świecie, utrzymując pozycję do dziś.

Najlepszym sposobem przewidywania przyszłości jest jej kreowanie.

Peter Drucker



Carrefour w Polsce

Carrefour Polska to jedna z największych sieci sklepów detalicznych w Polsce.

Swoją działalność firma rozpoczęła w 1997 roku, otwierając pierwszy hipermarket w Łodzi. Dziś Carrefour jest jednym z głównych przedstawicieli wielkiej dystrybucji na polskim rynku.

Pod szyldem Carrefour działa ponad 600 sklepów w różnych formatach:

hipermarkety, supermarkety i sklepy franczyzowe. Carrefour w Polsce jest także właścicielem i zarządcą centrów handlowych oraz liderem przymarketowych stacji paliw.



Czy wiesz, że marka Carrefour jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych i najbardziej cenionych na polskim rynku? Marka kilkakrotnie została nagrodzona prestiżowym tytułem Superbrands.

Historia Carrefour w Polsce – kluczowe daty

- 1997 → Otwarcie pierwszego hipermarketu w Łodzi.
- 2000 → Przejęcie sieci marketów Champion i Globi.
- 2005 → Przejęcie 12 hipermarketów Hypernova.
- 2007 → Przejęcie 198 sklepów sieci spółki Ahold.
- 2010 → Rebranding supermarketów i sklepów franczyzowych. Carrefour rozwija sieć sklepów franczyzowych Carrefour Express.

Nagrody

Jeśli potrafisz o czymś marzyć, to potrafisz także tego dokonać.

Walt Disney

Pozytywne działania Carrefour są doceniane przez ekspertów i klientów – możemy się poszczycić wieloma nagrodami i wyróżnieniami za:

1 rozpoznawalność i dobrą reputację marki Carrefour oraz pokładane w niej zaufanie

2 działalność społeczną i charytatywną



3 osiągnięcia w handlu

4 rozwiązania proekologiczne

5 ofertę przyjazną rodzinom i dzieciom

Wybrane nagrody

- Carrefour zdobywcą tytułu Solidny Pracodawca 2013 roku
- Srebrny Laur Klienta (2006 i 2007)
- Wyróżnienie Ubi Caritas w kategorii Darczyńca Roku – Caritas Polska (2008)
- Superbrands Carrefour – marka o najlepszej reputacji (2009, 2010, 2011, 2012, 2013)
- Hermes w kategorii najlepsza Sieć Franczyzowa
- Carrefour zdobywcą nagrody CEE Retail Real Estate Award w kategorii „Big Box Retailer of the Year”
- Carrefour laureatem w konkursie Effie Awards 2011
- Wektor 2006 nagroda dla Carrefour Polska



Ludzie są jak kwiaty:
stworzeni do tego,
aby się rozwijać.

G. M. Verity

Ludzie Carrefour

Carrefour dokłada wszelkich starań, aby wspierać rozwój i talenty wszystkich swoich pracowników – ambasadorów marki.



Carrefour daje możliwość pracy w 120 różnych zawodach, a w związku z wprowadzaniem nowych konceptów handlowych i usług, zakres specjalizacji pracowników i współpracowników Carrefour nieustannie wzrasta.

Firma oferuje pracę w zawodach tradycyjnych, takich jak piekarz czy cukiernik, jednocześnie zatrudnia specjalistów z dziedzin nowych technologii: elektroniki i IT, logistyki oraz zarządzania, księgowości, finansów, a także architektów, kreślarzy i technologów ds. żywienia.



Proponujemy zatrudnienie młodym i starszym, mężczyznom i kobietom, posiadaczom dyplomów i samoukom. W naszych zespołach zatrudniamy także osoby z różnym rodzajem niepełnosprawności.

Pracowników Carrefour różni płeć, poziom wykształcenia oraz skala doświadczenia w branży handlowej, ale łączy zaangażowanie.



Carrefour Polska dba, aby jej polityka kadrowa odpowiadała oczekiwaniom pracowników na szczeblu zespołowym i indywidualnym. W Carrefour duże znaczenie w rozwoju zawodowym pracowników odgrywa „promocja wewnętrzna” – jej specyfika polega na łączeniu rozwiniętego programu szkoleń oraz aktywnym wdrażaniu ścieżek kariery zawodowej. Obecnie aż 60% kadry zarządzającej hipermarketów i supermarketów wywodzi się spośród pracowników niższego szczebla.

Jednym z kluczowych elementów polityki HR firmy Carrefour jest aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych, która wynika z filozofii odpowiedzialnego biznesu. Jest to jeden z priorytetów całej Grupy Carrefour.

Carrefour Polska oferuje miejsca pracy osobom niepełnosprawnym na takich samych warunkach i stanowiskach jak osobom pełnosprawnym, aktywnie przeciwdziałając zjawisku wykluczenia zawodowego w Polsce. Carrefour to pierwsza sieć handlowa w Polsce, która zdecydowała się zatrudnić osoby niesłyszące.



Od 2006 roku Carrefour Polska współpracuje z mazowieckim oddziałem Polskiego Związku Głuchych i jest prekursorem zatrudniania w placówkach handlowych osób niesłyszących.



Od 2010 roku Carrefour Polska współpracuje z Platformą Integracji Osób Niepełnosprawnych PION, która zrzesza podmioty ekonomii społecznej – m.in. Stowarzyszenie „Niepełnosprawni dla Środowiska EKON”. W ramach tzw. zatrudnienia wspieranego w ciągu 2 lat stworzono w sklepach Carrefour 500 miejsc pracy dla osób niepełnosprawnych.



Jako jedna z pierwszych sieci w Polsce Carrefour umożliwił robienie zakupów w swoich sklepach osobom, które poruszają się z psami przewodnikami. Od 2008 roku osoba niepełnosprawna ma prawo wejść na teren sklepu w towarzystwie psa przewodnika lub psa opiekuna bez konieczności przedstawiania zaświadczeń potwierdzających jej inwalidztwo. Osoby niepełnosprawne, które przybyły do sklepu bez asysty osoby towarzyszącej, mogą w realizacji zakupów liczyć na pomoc pracownika Działu Obsługi Klienta.

Polityka różnorodności Carrefour



4 filary Polityki Różnorodności



Pokolenia



Niepełnosprawni



Równouprawienie



Otwartość na różnice

Carrefour realizuje politykę różnorodności, promującą szacunek i integrację pracowników, zwiększa stabilizację zatrudnienia, rozwija dialog społeczny, wspiera różnorodność osobowości. Naszym głównym celem jest stworzenie takiego środowiska pracy, w którym każda zatrudniona osoba czuje się szanowana i doceniona, dzięki czemu może w pełni wykorzystywać swój potencjał.



Dokładamy starań, aby
każdego dnia nasze sklepy
były na miarę potrzeb
i stylu życia naszych klientów.

Placówki handlowe Carrefour

Różne formaty naszych sklepów pozwalają nam odpowiadać na oczekiwania naszych klientów niezależnie od miejsca, czasu i indywidualnych potrzeb.

Carrefour jest firmą multiformatową. Swoje sklepy rozwija w trzech formatach handlowych: hipermarkety Carrefour, supermarkety Carrefour Market oraz sklepy franczyzowe Carrefour Express i Globi.

Obecnie pod szyldem Carrefour działa ponad 600 sklepów.



Placówki handlowe Carrefour w Polsce:



Hipermarkety



Supermarkety



Sklepy franczyzowe



Centra handlowe



Hipermarkety Carrefour

Dużo, tanio i wszystko pod jednym dachem

Hipermarkety to sklepy o powierzchni od 2000 m² do 11000 m² oferujące szeroki wybór produktów spożywczych i przemysłowych pod jednym dachem w atrakcyjnych oraz konkurencyjnych cenach. Nasze hipermarkety proponują promocje i liczne akcje marketingowe, a także usługi dodatkowe gwarantujące oszczędność czasu, pieniędzy i większy komfort zakupów.

Sklepy, które czynią zakupy łatwiejszymi

Hipermarkety Carrefour



Wszystko pod jednym dachem
– kompletne zakupy w jednym miejscu



2000–11 000 m² powierzchni
– duży wybór produktów



Do 15 000 artykułów
(spożywczych, przemysłowych oraz AGD)
– oferta dla każdego



Niskie ceny



Oszczędność czasu

Dbamy o komfort klientów



Czy wiesz, że jako pierwsza sieć handlowa w Polsce Carrefour wprowadził system jednej kolejki?

Supermarkety Carrefour Market

Tanie, duże zakupy zawsze po drodze

Wiodący format, ulubiony przez klientów – gwarantuje dostęp do gamy świeżych produktów, wygodę zakupów oraz dobrą lokalizację.



Korzystna lokalizacja (centrum miast, blisko osiedli) – duże zakupy blisko domu



Atrakcyjne ceny, niższe niż w sklepach osiedlowych



Duża powierzchnia – 350–2 000 m², duży wybór produktów



Wygoda i szybkość zakupów



10 tys. produktów (spożywczych i przemysłowych) – oferta dla każdego



Oszczędność czasu i paliwa



Sklepy franczyzowe Carrefour

Codziennie zakupy zawsze blisko Ciebie



Dla klientów sklepy franczyzowe Carrefour Express oraz Globi to idealna oferta na codzienne, szybkie zakupy blisko domu lub miejsca pracy.



Dla partnerów biznesowych franczyza ze stabilnym partnerem, jakim jest Carrefour, to świetny pomysł na biznes. Sprawdzony koncept franczyzowy dopasowany do każdego klienta oraz rozpoznawalna marka Carrefour gwarantują sukces – sklepy, które dołączyły do sieci sklepów franczyzowych Carrefour, odnotowały znaczny wzrost obrotów.

Formaty sklepów franczyzowych Carrefour



Carrefour Express minimarket z zielonym logo

Sklepy o powierzchni od 100 m² do 500 m² zlokalizowane w dużych, średnich i małych miastach oraz na terenach wiejskich. Ich wyróżnikiem jest bogaty asortyment oraz oferta produktów regionalnych.



Carrefour Express convenience z pomarańczowym logo

Sklepy w stu procentach samoobsługowe, przeznaczone dla lokalizacji typowo miejskich. Ich powierzchnia sprzedaży wynosi do 100 m². Sklepy oferują dodatkowe usługi, np. możliwość zrobienia ksero, opłacenia rachunków czy doładowania telefonu.



Globi

To propozycja współpracy dla właścicieli małych sklepów spożywczych z małych miast i terenów wiejskich.

Centra handlowe Carrefour

20
centrów handlowych

230 000
metrów kwadratowych GLA

327 000
metrów kwadratowych pow. całkowitej



Carrefour Polska jest właścicielem i zarządcą sieci centrów handlowych w Polsce. Cechą wspólną posiadanych obiektów jest siła marki Carrefour, która obecna jest w Polsce od 1997 roku.

Carrefour Polska zarządza prawie 230 000 m² powierzchni handlowej zlokalizowanej w 20 centrach handlowych. Atutem centrów handlowych Carrefour jest przede wszystkim ich lokalizacja, położenie w dużych oraz średnich miastach, w okolicy osiedli mieszkaniowych, czytelny układ funkcjonalny oraz ciekawa oferta handlowa.



Nasze centra handlowe to:



Szeroka oferta marek odzieżowych, zarówno polskich jak i zagranicznych firm



Dobrze rozwinięta sieć usług: apteka, szewc, pralnia, bank itp.



Miejsca przyjazne dzieciom, matkom i osobom niepełnosprawnym



Bezpłatny parking



Ciekawa oferta edukacyjno-rozrywkowa dla całych rodzin



Miejsce zakupów dopasowanych do potrzeb klientów



Strefy Wi-Fi



Część życia lokalnej społeczności

Wybrane centra handlowe

CH Morena, Gdańsk 17 500 GLA, 63 sklepy
CH Zielone Wzgórze, Białystok 16 673 GLA, 53 sklepy
CH AKS, Chorzów 13 300 GLA, 36 sklepów
Galeria Słowiańska, Zgorzelec 13 083 GLA, 37 sklepów
Galeria Grudziądzka, Grudziądz 11 005 GLA, 31 sklepów



Troszczymy się o naszych klientów, dlatego każdego dnia dostarczamy bogatą ofertę produktów i usług najwyższej jakości i w najlepszej cenie.

Produkty i usługi Carrefour

Produkty są sercem naszego biznesu. Chcemy zachwycić klientów oferowanymi produktami i usługami. Sprawiać, że zakupy w naszych sklepach stają się więcej niż tylko przyjemnością.

We wszystkich formatach sklepów, Carrefour proponuje szeroką gamę produktów świeżych, które są wektorem naszej działalności handlowej. Oferujemy naszym klientom wysokiej jakości produkty przyjazne środowisku.

W swoich sklepach Carrefour oferuje duży wybór produktów spożywczych i przemysłowych w atrakcyjnych cenach, dostosowanych do różnych poziomów zaможności klientów, gwarantując ich jakość i bezpieczeństwo.



Współpraca z dostawcami

Podstawową zasadą w polityce produktowej Carrefour jest sprzedaż produktów wyprodukowanych w Polsce. Obecnie w projekcie rozwoju Marki Własnej Carrefour Polska współpracuje z ponad 200 dostawcami, z których 60 proc. stanowią małe i średnie przedsiębiorstwa.



Marka własna Carrefour

Markowa jakość, niższa cena. Pozytywnie, czyli z myślą o klientach!

Czy wiesz, że Carrefour jest pionierem marki własnej na świecie? Carrefour jako pierwszy rozpoczął erę produktów marki własnej, które dzięki rezygnacji z markowej etykiety i związanych z nią kosztów (np. marketing), pozwoliły odpowiedzieć na potrzeby klientów w zakresie niższej ceny przy zapewnieniu wysokiej jakości produktów.

W ofercie Carrefour znajdują się produkty marki Carrefour, które są wytwarzane na zlecenie firmy Carrefour i wyróżniają się specjalnie zaprojektowaną szatą graficzną opakowania. Produkty marki Carrefour powstają z myślą o klientach, którzy zwracają uwagę na jakość i cenę. Są one tańsze od swoich markowych odpowiedników przy jednoczesnym zachowaniu wysokiej jakości.

Artykuły marki własnej



Jakość Carrefour



Produkty opatrzone logo Carrefour



Marka odzieżowa TEX



Produkty BIO

Carrefour oferuje szeroki wybór produktów marki własnej – produkty spożywcze i przemysłowe oraz tekstylia.



Znak Jakość Carrefour



Produkty opatrzone Znakiem Jakość Carrefour to produkty o wysokiej, sprawdzonej jakości, mające na celu zaspokojenie oczekiwań konsumentów w zakresie jakości produktów żywnościowych, ich świeżości, smaku i autentyczności

Produkty „Jakość Carrefour” produkowane są bez sztucznych konserwantów z poszanowaniem środowiska oraz wolne są od surowców modyfikowanych genetycznie (GMO).

Znak Jakość Carrefour to produkty wytwarzane zgodnie z normami ekologicznymi.

Do sklepów Carrefour dostarczają je krajowi producenci, których kompetencje zostały poświadczone certyfikatem przyznanym przez niezależną, uprawnioną polską instytucję.

Czy wiesz, że **80%** podwykonawców, którzy zaczęli współpracę z Carrefour Polska w 2002 roku przy projekcie marki własnej, jest w dalszym ciągu dostawcami sieci?



Jakość pod kontrolą:

- ✓ „Od pola do talerza” – kontrola jakości na każdym etapie produkcji
- ✓ Produkty poddane szeregowi testów
- ✓ Produkty pochodzące od sprawdzonych dostawców
- ✓ Proces produkcji zgodny z normami o ochronie zdrowia i środowiska

Bezpieczne dla zdrowia:

- ✓ Wolne od surowców modyfikowanych genetycznie
- ✓ Bezpieczne dla zdrowia alergików i najmłodszych konsumentów

Tradycyjne i świeże polskie produkty:

- ✓ Jabłka, marchew, ziemniaki, cebula, miód naturalny, twaróg wiejski, pstrąg

Usługi Carrefour

Carrefour to nie tylko zakupy, każdego dnia chcemy ułatwiać naszym klientom życie, oferując szeroki wachlarz usług.

Celem oraz zadaniem Carrefour jest wspieranie postępu we wszystkich dziedzinach życia oraz podnoszenie jakości życia naszych klientów. Dlatego Carrefour to nie tylko zakupy, to szeroki wachlarz usług, które wychodzą naprzeciw ciągle zmieniającym się potrzebom klientów:



Karta kredytowa Carrefour



Pożyczka gotówkowa i płatność ratalna



Płatność rachunków domowych



Wywoływanie zdjęć



Kolektury Lotto



Bony towarowe



Stacje paliw



Stacje paliw

Tanio i zawsze po drodze – kupuj, tankuj i jedź

Od 2003 roku, oprócz standardowej działalności handlowej, Carrefour rozwija sieć samoobsługowych stacji paliw (obecnie jest ich 43), których mocną stroną jest niska cena połączona z gwarancją wysokiej jakości paliwa.



Usługi finansowe

W trosce o Twój portfel

Aby jak najlepiej odpowiadać na oczekiwania klientów, Carrefour oferuje szereg usług finansowych. Klienci Carrefour mogą skorzystać z oferty karty kredytowej Visa, pożyczki gotówkowej i zakupów na raty. W sklepach Carrefour można również zapłacić rachunki, a także zakupić i zrealizować bony towarowe.



W trosce o portfel klienta

U nas zawsze się opłaca

Carrefour, mając na uwadze satysfakcję klientów, stara się pozytywnie zaskakiwać ofertami specjalnymi „szytymi na miarę”:

- Autorskie akcje promocyjne
- Kup jeden, weź drugi za grosz
- Kasa wraca jak Bumerang
- Program lojalnościowy Rodzinka
- Karta Seniora



Czy wiesz, że Carrefour Polska, jako pierwsza sieć w Polsce, wprowadził do swoich hipermarketów oraz supermarketów Kartę Seniora, która umożliwia klientom powyżej 60. roku życia zakupy z 10% rabatem w każdy wtorek?



Jako firma odpowiedzialna społecznie staramy się każdego dnia pomagać potrzebującym.

Zrównoważony rozwój

Każdego dnia miliony klientów robią zakupy w sklepach Carrefour i korzystają ze świadczonych przez nas usług. Skala działalności Grupy Carrefour przekłada się na nasz ogromny wpływ ekonomiczny, środowiskowy i społeczny. Jako firma odpowiedzialna i świadoma swojego oddziaływania Grupa Carrefour stworzyła Strategię Zrównoważonego Rozwoju, która stanowi nieodłączny element naszej strategii biznesowej.

Zrównoważony rozwój zakłada, że potrzeby obecnego pokolenia są realizowane bez umniejszania szans przyszłych pokoleń na realizację podobnych potrzeb. Carrefour realizuje to założenie poprzez harmonijny rozwój w trzech obszarach: gospodarczym, środowiskowym i społecznym.

Carrefour realizuje swoją misję poprzez odpowiedzialne zarządzanie przedsiębiorstwem oraz dąży do funkcjonowania w taki sposób, aby dla każdego społeczeństwa, w każdym kraju, w którym prowadzi działalność, stanowić źródło wartości ekonomicznych, intelektualnych i społecznych.

na rzecz gospodarki



na rzecz społeczeństwa

na rzecz ochrony środowiska

Strategia Rozwoju Zrównoważonego Grupy Carrefour znajduje odzwierciedlenie w działalności operacyjnej oraz edukacji klientów i dostawców, a także w promowaniu postaw zgodnych z zasadą rozwoju zrównoważonego.

Carrefour dla gospodarki

Tworzymy nowe miejsca pracy, wspieramy polski biznes, każdego dnia współpracując z lokalnymi producentami i dostawcami.

Pozytywny wpływ Carrefour na gospodarkę



Działalność Carrefour Polska ma duży wpływ na rozwój gospodarczy – tworzymy miejsca pracy, współpracujemy z lokalnymi producentami i dostawcami, stymulujemy inwestycje w produkcję, usługi, technologię oraz infrastrukturę, przyczyniając się do rozwoju miast i regionów.

Carrefour współpracuje z polskimi dostawcami. Dzięki Carrefour Polska tysiące polskich dostawców może sprzedawać swoje produkty i usługi, a klienci mają dostęp do bogatej oferty handlowej.



Współpraca z lokalnymi przedsiębiorstwami, producentami i dostawcami



Tworzenie miejsc pracy




Współpraca z franczyzobiorcami




Carrefour dla środowiska

Troska o środowisko jest w centrum naszej uwagi. Ochrona środowiska stanowi integralną część strategii zrównoważonego rozwoju firmy.

 Ochrona środowiska naturalnego i podejmowanie działań mających na celu ograniczenie negatywnego wpływu w tym obszarze to jeden z trzech filarów Strategii Rozwoju Zrównoważonego Grupy Carrefour. W naszej działalności uwzględniamy kwestie środowiskowe na każdym etapie życia produktu. W przeciwdziałanie degradacji środowiska naturalnego angażujemy też naszych dostawców i podwykonawców.



 Program „Stop Marnotrawstwu” to promocja pożądanych postaw i wyeliminowanie wszelkich przejawów marnotrawstwa w Carrefour Polska, a także edukacja klientów i konsumentów. Program jest realizowany od stycznia 2013 roku.

proekologiczne
rozwiązania
operacyjne
i logistyczne

ograniczenie
emisji gazów
cieplarnianych

zmniejszenie
ilości odpadów
i ich segregacja






wprowadzenie
biodegradowalnych
toreb zakupowych



Carrefour dla społeczeństwa

Jako firma o globalnym zasięgu Carrefour zdaje sobie sprawę z odpowiedzialności społecznej, która na niej spoczywa. Carrefour w Polsce realizuje szereg przedsięwzięć charytatywnych, wspierając wartościowe inicjatywy ukierunkowane na niesienie pomocy zwłaszcza dzieciom i młodzieży, a także osobom wykluczonym oraz ofiarom klęsk żywiołowych.

Obszary zaangażowania Carrefour

	Dożywianie dzieci
	Przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu
	Aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych
	Aktywizacja zawodowa osób 50+
	Edukacja w obszarze przeciwdziałania marnotrawstwu

Część swoich zysków przeznaczamy na polepszenie jakości życia osób, które tego najbardziej potrzebują.

FONDATION 
D'ENTREPRISE **Carrefour**

- ! Międzynarodowa Fundacja Carrefour powstała w 2000 roku we Francji, działa we wszystkich krajach, w których obecna jest Grupa Carrefour.
- ! Podstawowym celem działania jest promocja zdrowego żywienia i przeciwdziałanie niedożywieniu oraz niesienie pomocy humanitarnej osobom dotkniętym klęskami żywiołowymi.
- ! Każdego roku Fundacja Carrefour przyznaje granty finansowe organizacjom pożytku publicznego.
- ! W Polsce Fundacja Carrefour finansowała m.in. projekty dla Caritas Polska, Stowarzyszenia „Niepełnosprawni dla Środowiska EKON” oraz Stowarzyszenia Mali Bracia Ubogich.




Inicjatywy i projekty Carrefour na rzecz społeczeństwa

Nie da się uniknąć jutrzejszej odpowiedzialności, uchylając się od niej dziś.

Abraham Lincoln




Dożywianie z Carrefour

 Carrefour od kilku lat współpracuje z Caritas Polska, realizując program „Dożywianie z Carrefour”. Program pozwala zapewnić posiłki ponad 1200 dzieciom w wieku szkolnym przez 5 dni w tygodniu przez cały rok. Od początku trwania programu Carrefour ufundował ponad 400 tysięcy posiłków.

Carrefour angażuje się również w fundowanie najmłodszym szkolnych wyprawek (akcja „Tornister pełen uśmiechów”) oraz paczek świątecznych.




Aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych

 Jednym z kluczowych elementów polityki różnorodności Carrefour Polska jest aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych. We współpracy ze Stowarzyszeniem „Niepełnosprawni dla Środowiska EKON”, w ciągu dwóch lat Carrefour udostępnił w swoich sklepach prawie 700 miejsc pracy dla osób ze znacznym i umiarkowanym stopniem niepełnosprawności.


Obecnie dla Carrefour pracuje blisko 900 osób niepełnosprawnych.



„STOP Marnotrawstwu”


 Od początku 2013 roku realizowana jest inicjatywa „Anti-gasillage”, czyli „STOP Marnotrawstwu”, której celem jest zwrócenie uwagi pracowników, dostawców i klientów na kwestię marnotrawienia żywności, zasobów naturalnych, czasu, pieniędzy czy talentów.

Program „Odpowiedzialnie każdego dnia!”

 W ramach inicjatywy „STOP Marnotrawstwu” realizowany jest program „Odpowiedzialnie każdego dnia!”. Jest to program edukacyjny dla klientów Carrefour i wszystkich internautów. Jego celem jest przeciwdziałanie marnotrawstwu żywności oraz zasobów naturalnych, a także odpowiedzialne obchodzenie się z odpadami komunalnymi.



„Jestem Eko”

 Program dla pracowników Carrefour Polska, obejmujący porady i szkolenia w zakresie działań proekologicznych, między innymi segregowania odpadów, redukcji zużycia energii, ograniczenia emisji CO₂ itp.

Czy wiesz, że Carrefour daje pracę blisko 900 osobom niepełnosprawnym i ponad 2100 osobom w wieku 50+?



pietruszka

WYPRODUKOWANE
W POLSCE

nek

ZŁ


la

ZŁ

mix

3,99

a



Życie jest wspaniałe,
należy tylko spoglądać
na nie przez właściwe
okulary.

Alexander Dumas

Carrefour – pozytywnie każdego dnia

Pozytywna wizja, towarzysząca firmie od samego początku, pozwoliła Carrefour stać się jednym z liderów w Europie, w Polsce i na świecie. Każdego dnia miliony klientów korzystają z naszych produktów oraz usług; każdego dnia staramy się pozytywnie oddziaływać na lokalną społeczność, na gospodarkę krajów, w których działamy. Wspieramy rozwój i użyteczne inicjatywy, integralną częścią naszej działalności jest zaangażowanie społeczne i dbałość o pracowników.

