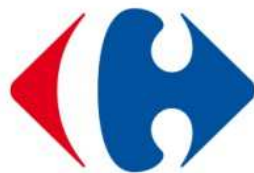




Global Compact
Network France

Les 21 critères du niveau GC Advanced



1. Veuillez indiquer le titre lors de la soumission de votre communication

Carrefour Communication on Progress 2015

2. La Communication sur le Progrès (COP) est sous le format suivant :

- Un document autonome
 Un document qui fait partie d'un rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise
 Un document qui fait partie d'un rapport financier annuel

3. Quelle est la période couverte par votre COP?

January 2015 – December 2015

4. Est-ce que votre COP contient une déclaration de soutien continu au UN Global Compact et ses principes, de la part du président-directeur général (du propriétaire ou du président dans le cas d'une petite entreprise) ?

- Oui
 Non

5. Est-ce que votre COP contient une description des politiques ou des actions mises en œuvre par votre société dans les domaines ci-dessous?

Droits de l'Homme	Droit du travail	Environnement	Lutte contre la corruption
<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Non

6. Est-ce que votre COP contient des indicateurs pour mesurer les résultats ? O/N

- Oui
 Non

7. Veuillez indiquer comment votre organisation partage son COP avec ses parties prenantes?

- A travers le site web de UN Global Compact
 La COP est facilement accessible à toutes les parties intéressées (par exemple via son site internet)
 La COP est distribué activement à toutes les parties prenantes clés (par exemple les investisseurs, les employés, les consommateurs, et la communauté locale)
 Option b) et c)



8. Comment l'exactitude et le périmètre des informations dans votre COP est-elle évaluée par un tiers crédible?

- La COP décrit une action que l'entreprise planifie d'entreprendre afin d'évaluer en externe la crédibilité des informations de sa COP, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées. Cette option est destinée aux entreprises qui n'ont pas encore commencé à mettre en œuvre ce critère, mais divulguent d'une manière transparente leur plan de progrès pour ce domaine.
- Les informations sont passées en revue par de multiples parties prenantes (par exemple, les représentants de groupes prioritaires dans l'analyse de partie prenante)
- Les informations sont passées en revue par un panel de pairs (par exemple, les membres de la même industrie, des concurrents, des leaders évalués, ou d'autres organisés par le Réseau Local du Pacte Mondial).
- Les informations sont assurées par des assureurs indépendants (par exemple, cabinet analytique ou de conseil) utilisant leur propre méthodologie
- Les informations sont assurées par des assureurs indépendants (par exemple, cabinet analytique ou de conseil) utilisant des standards reconnus (par exemple, ISAE3000, AA1000AS, ou autre normes nationale ou spécifique à une industrie)
- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes :

-

9. Votre COP intègre-t-elle des hauts standards de transparence et divulgation suivant:

- Appliquer les lignes directrices du GRI (Global Reporting Initiative)
- Être en conformité avec l'option «critères exhaustifs» du GRI G4
- Être en conformité avec l'option «critères essentiels» du GRI G4
- Appliquer des éléments du Cadre de référence international portant sur le reporting intégré
- Fournir des informations sur le profil et le contexte opérationnel de l'entreprise
- Statut juridique, structure du groupe et de propriété; pays d'opération; marchés servis (géographiques, secteurs, types de clients); marques/produits/services principaux ; Valeur économique directe et indirecte générée pour les parties prenantes :

-



Résumé de critères

Implanter les 10 principes dans la Stratégie et les Opérations

Critère 1 : La COP décrit l'intégration dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles

Critère 2 : La COP décrit la mise en œuvre dans la chaîne de valeur

Politiques et procédures fiables concernant les Droits de l'Homme

Critère 3 : La COP décrit des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des Droits de l'Homme

Critère 4 : La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes des Droits de l'Homme

Critère 5 : La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux droits de l'Homme

Politiques et procédures fiables concernant les Normes du travail

Critère 6 : La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des normes du travail

Critère 7 : La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs au travail

Critère 8 : La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux normes du travail

Politiques et procédures fiables concernant la Protection de l'environnement

Critère 9 : La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine du respect de l'environnement

Critère 10 : La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement

Critère 11 : La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion durable de l'environnement

Politiques et procédures fiables concernant la lutte contre la corruption

Critère 12 : La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine de l'anti-corruption

Critère 13 : La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la lutte contre la corruption

Critère 14 : La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à l'anti-corruption

Agir pour soutenir les objectifs plus larges des Nations Unies

Critère 15 : La COP décrit les contributions du cœur de métier aux objectifs et problématiques plus larges de l'ONU

Critère 16 : La COP décrit des investissements stratégiques sociaux et de philanthropie

Critère 17 : La COP décrit une prise de position et un engagement en matière de politique publique

Critère 18 : La COP décrit des partenariats et une action collective

Gouvernance et leadership de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)

Critère 19 : La COP décrit l'engagement du Président et de la direction

Critère 20 : La COP décrit l'adoption par le Conseil d'administration et la surveillance

Critère 21 : La COP décrit l'implication des parties prenantes



Critères, meilleures pratiques et explication

Implanter les 10 principes dans la Stratégie et les Opérations

Critère 1 : La COP décrit l'intégration dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Donner la responsabilité exécutive de la stratégie de développement durable aux fonctions pertinentes (achats, affaires publiques, ressources humaines, juridique etc.), en s'assurant qu'aucune fonction ne soit en conflit avec les engagements et des objectifs de développement durable.

La démarche de RSE de Carrefour est portée par le Secrétaire Général du Groupe qui s'appuie pour cela sur la Direction RSE Groupe. La Direction RSE travaille en étroite collaboration avec les directeurs exécutifs pays et les Directions opérationnelles et transverses du Groupe : affaires publiques européennes, qualité, marchandises, achats, ressources humaines, communication, actifs et logistique... s'appuyant ainsi sur les expertises au sein de chaque métier. La Direction RSE travaille également avec des relais dans les pays pour un déploiement opérationnel de la démarche en fonction des réalités locales. Enfin, la Direction RSE implique les magasins avec des magasins pilotes, notamment sur l'affichage des résultats RSE du magasin.	2.1.3.2. Mettre en œuvre des actions et innover
---	--

- Aligner les stratégies, objectifs, et formes d'incitation de toutes les filiales et unités opérationnelles avec la stratégie de développement durable.

Cf. ci-dessus	Cf. ci-dessus
---------------	---------------

- Attribuer la responsabilité en matière de développement durable à un individu ou un groupe dans chaque unité ou filiale.

Cf. ci-dessus	Cf. ci-dessus
---------------	---------------

- Concevoir une stratégie pour multiplier les synergies entre et parmi les domaines clés et pour gérer les compromis.

Cf. ci-dessus	Cf. ci-dessus
---------------	---------------

- S'assurer que les différentes fonctions de l'entreprise se coordonnent étroitement pour maximiser la performance et éviter les impacts négatifs non désirés.

Cf. ci-dessus	Cf. ci-dessus
---------------	---------------

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 2 : La COP décrit la mise en œuvre dans la chaîne de valeur

Ici, le terme «chaîne de valeur» se réfère aux partenaires professionnels en amont (dont fournisseurs et sous-traitants) et en aval (par exemple, transport des produits finis)

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- Analyse attentive de chaque segment de la chaîne de valeur, en amont et aval, en dressant la carte de risques, opportunités et impacts.**

L'évaluation des risques est un élément d'entrée dans la construction et la mise à jour de la démarche RSE. Au sein du groupe Carrefour, le dispositif d'identification et de prise en compte des facteurs de risque se fait à plusieurs niveaux et intègre les risques liés à la RSE. Depuis 2014, la cartographie des 23 risques principaux par pays d'implantation fait l'objet d'une revue annuelle par les pays qui évaluent la criticité de chaque facteur de risque dans leur contexte et identifient les événements redoutés et les plans d'actions établis ou à établir. En 2015, l'analyse des risques a été renforcée dans la chaîne d'approvisionnement du Groupe. L'objectif est de prendre en compte les risques sociaux et environnementaux de manière approfondie dans les approvisionnements (effet et adaptation au changement climatique, respect des Droits de l'Homme, phénomène d'urbanisation, perte de biodiversité...). Par ailleurs, l'étude de matérialité menée en 2014 avait permis d'identifier les enjeux principaux pour le Groupe. Une nouvelle analyse sera réalisée en 2016.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques – Diagnostic ISO 26000 et étude de matérialité
---	---

- Communiquer les politiques et attentes envers les fournisseurs et les autres partenaires professionnels.**

La charte fournisseur est le cadre de référence des relations de Carrefour avec ses fournisseurs. Elle est intégrée aux contrats commerciaux des fournisseurs de produits Carrefour et regroupe les pré-requis éthiques et sociaux du Groupe vis-à-vis de ses fournisseurs.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
---	--

- Mettre en œuvre des mécanismes de surveillance et d'assurance (audits, contrôles) pour la conformité des pratiques dans la sphère d'influence de l'entreprise.**

Le Groupe Carrefour a établi une cartographie des pays à vigilance particulière sur la base d'indices de risques publics, de l'expérience de ses équipes et après confrontation avec ses partenaires. Les fournisseurs de Carrefour sont présents dans 21 pays à vigilance particulière actuellement, sachant que 87 pays sont intégrés dans cette catégorie. Dans ces pays, le Groupe contrôle par un audit social 100% des fournisseurs fabriquant des produits à ses marques. Contractuellement et par effet de cascade, Carrefour exige de ses fournisseurs qu'ils aient les mêmes exigences de conformité sociale vis-à-vis de leurs propres fournisseurs et interdit tout recours à la sous-traitance dissimulée ou non-déclarée.	2.3.4.3. S'assurer du respect des droits de l'homme des fournisseurs de Carrefour
---	---

- Sensibilisation, formation et autres types de renforcement des compétences avec les fournisseurs et autres partenaires professionnels.**

Lancé en France dès 2006 et déployé au niveau Groupe à partir de 2007, l'autodiagnostic développement durable est un référentiel d'autoévaluation détaillé, conçu avec le WWF. Le questionnaire couvre l'ensemble des thématiques RSE et il s'appuie sur l'ISO 26000. Il est accessible aux fournisseurs via Internet. L'outil met à la disposition des fournisseurs une vingtaine de fiches conseils, des exemples pratiques, et leur permet de comparer leur moyenne à celle des autres fournisseurs de leur secteur d'activité. Les meilleures pratiques des fournisseurs sont valorisées par	2.3.4.2. Promouvoir la RSE dans la chaîne d'approvisionnement et favoriser les fournisseurs locaux – Promouvoir la RSE auprès des fournisseurs
--	--



Carrefour dans ce cadre.	
--------------------------	--

■ **Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.**

Chaque filière FQC "Filière Qualité Carrefour" se traduit par un partenariat durable pour développer avec l'ensemble des acteurs de la filière une démarche de qualité et assurer des débouchés à ces produits. Ces filières permettent ainsi de maintenir et de promouvoir l'activité locale et le savoir-faire des régions. Elles permettent de tenir compte des besoins des fournisseurs et de les accompagner dans leur adaptation à l'évolution de la réglementation, la mise en place de pratiques plus respectueuses de l'environnement, la diminution de l'utilisation des pesticides, ou encore le bien-être animal.	2.3.3.1. Développer l'agroécologie, les produits biologiques et le commerce équitable
---	--



Politiques et procédures fiables concernant les Droits de l'Homme

Les critères et les meilleures pratiques dans la mise en œuvre des Droits de l'Homme ont été modifiés pour refléter [les Principes directeurs sur les entreprises et les Droits de l'Homme : Mise en œuvre du cadre des Nations unies "Protection, Respect et Correction"](#) aussi bien que les [Principes directeurs pour les Droits de l'Homme dans la COP](#).

Critère 3 : La COP décrit des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des Droits de l'Homme

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Engagement de se conformer à toutes les lois en vigueur et de respecter les droits de l'Homme internationalement reconnus, partout où l'entreprise opère (Déclaration Universelle des Droits de l'Homme etc.).

Le groupe Carrefour s'appuie sur l'adoption et la promotion de principes fondamentaux internationaux en termes de gouvernance: la déclaration universelle des Droits de l'Homme ; les principales Conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) relatives aux droits fondamentaux ; les principes directeurs de l'OCDE ; les principes du Pacte Mondial (Global Compact) auquel le Groupe a adhéré dès 2001 ; les principes de Transparency International (France) depuis 2009 ; les travaux de la Commission Business in Society de la section française de la Chambre de Commerce Internationale (ICC France).	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	--

- Déclaration d'engagement intégrée ou séparée pour le respect et le soutien des droits de l'Homme, approuvée au plus haut niveau de l'entreprise.

Le Code de conduite est le garant de la bonne gouvernance et de l'intégrité du Groupe. Il est rédigé sous la forme de dix principes applicables à tous les collaborateurs, et déployé sous format e-learning. En 2014 et 2015, Carrefour a travaillé à l'élaboration d'un nouveau Code de conduite professionnelle, adossé aux principes d'actions du Groupe, qui sera diffusé en 2016. Il est approuvé au plus haut niveau de l'entreprise par son Président Directeur Général.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	--

- Déclaration d'engagement stipulant les attentes concernant les droits de l'Homme envers le personnel et autres parties prenantes directement liés aux opérations, produits ou services.

Le Code de conduite et la charte fournisseur sont les deux socles garants de la bonne gouvernance et de l'intégrité du Groupe. Le Code de conduite professionnelle de Carrefour est rédigé sous la forme de dix principes applicables à tous les collaborateurs, et déployé sous format e-learning. En 2014 et 2015, Carrefour a travaillé à l'élaboration d'un nouveau Code de conduite professionnelle, adossé aux principes d'actions du Groupe, qui sera diffusé en 2016. La charte fournisseur est le cadre de référence des relations de Carrefour avec ses fournisseurs. Elle est intégrée aux contrats commerciaux des fournisseurs de produits Carrefour. Les exigences de Carrefour en termes de conditions sociales de fabrication y sont définies.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	--

- Déclaration d'engagement disponible publiquement, communiquée en interne et externe à tout le personnel, les partenaires professionnels ou autres parties prenantes.

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.



<p>En termes de chaîne d'approvisionnement, en 2000, Carrefour signe un partenariat avec la FIDH (Fédération International des Ligues des Droits de l'Homme) afin de mettre en place un système de management de la conformité sociale de ses fournisseurs après avoir participé en 1998 au lancement de l'Initiative Clause Sociale (ICS). Dès 2014, Carrefour atteint son objectif de 100% de fournisseurs audités dans les pays à risque dans le cadre de cette Initiative. En 2015, pour aller plus loin, Carrefour a établi avec la FIDH un nouveau programme d'action.</p>	<p>2.1.2.1. Fondements historiques de la RSE</p>
--	--



Critère 4 : La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes des Droits de l'Homme

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- **Processus pour s'assurer que les droits de l'Homme internationaux sont respectés.**

En termes de chaîne d'approvisionnement, en 2000, Carrefour signe un partenariat avec la FIDH (Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme) afin de mettre en place un système de management de la conformité sociale de ses fournisseurs après avoir participé en 1998 au lancement de l'Initiative Clause Sociale (ICS). Dès 2014, Carrefour atteint son objectif de 100% de fournisseurs audités dans les pays à risque dans le cadre de cette Initiative. En 2015, pour aller plus loin, Carrefour a établi avec la FIDH un nouveau programme d'action. + la charte fournisseurs + le code de conduite professionnel	2.1.2.1. Fondements historiques de la RSE
---	--

- **«Due diligence» continue qui inclut l'évaluation des impacts réels et potentiels sur les droits de l'Homme.**

Depuis 2014, la cartographie des 23 risques principaux par pays d'implantation fait l'objet d'une revue annuelle par les pays qui évaluent la criticité de chaque facteur de risque dans leur contexte et identifient les événements redoutés et les plans d'actions établis ou à établir. En 2015, l'analyse des risques a été renforcée dans la chaîne d'approvisionnement du Groupe. L'objectif est de prendre en compte les risques sociaux et environnementaux de manière approfondie dans les approvisionnements (effet et adaptation au changement climatique, respect des Droits de l'Homme, phénomène d'urbanisation, perte de biodiversité...).	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
---	---

- **Sensibilisation interne et formation sur les droits de l'Homme pour la direction et les employés.**

Les règles d'achats suivies par les équipes de sourcing de Carrefour comportent quatre niveaux de contrôle dans les pays à vigilance particulière : contrôle avant référencement, audit approfondi (ICS), audits inopinés après référencement, audits spécifiques et contre-expertise. Suite à la réécriture des règles d'achats en 2013, le Groupe a mis en place en 2014 un plan d'actions, construit en collaboration avec la Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme (FIDH) et discutés avec les syndicats de Carrefour. Il s'articule selon 4 piliers (notamment le renforcement de la formalisation des règles d'achats grâce à la mise en place de structures nécessaires pour le développement, le contrôle et le suivi des conditions de travail en 2015 et le renforcement du contrôle et de l'accompagnement des fournisseurs en 2015) et a fait l'objet de nouvelles avancées en 2015.	2.3.4.3. S'assurer du respect des droits de l'homme des fournisseurs de Carrefour
---	--

- Mécanismes de plainte au niveau opérationnel pour les parties prenantes potentiellement impactées par les activités de l'entreprise.**

-	-
---	---

- **Attribution des responsabilités pour traiter efficacement les impacts sur les droits de l'Homme.**

Les acheteurs sont directement impliqués dans le contrôle des conditions de travail et de fabrication : les équipes en charge d'identifier les futurs fournisseurs réalisent des contrôles visuels préliminaires des conditions de travail dans les usines. Un guide appelé le « good factory standard » a été édité à partir de photos dans le secteur textile.	2.3.4.3. S'assurer du respect des droits de l'homme des fournisseurs de Carrefour
--	--

- Processus de prise de décision en interne, budget et surveillance pour répondre efficacement aux impacts**



sur les droits de l'Homme.

-	-
---	---

■ **Processus pour fournir ou coopérer dans la résolution d'impacts négatifs sur les droits de l'Homme que l'entreprise a causés ou auxquels elle a contribué.**

En termes de chaîne d'approvisionnement, en 2000, Carrefour signe un partenariat avec la FIDH (Fédération International des Ligues des Droits de l'Homme) afin de mettre en place un système de management de la conformité sociale de ses fournisseurs après avoir participé en 1998 au lancement de l'Initiative Clause Sociale (ICS). Dès 2014, Carrefour atteint son objectif de 100% de fournisseurs audités dans les pays à risque dans le cadre de cette Initiative. En 2015, pour aller plus loin, Carrefour a établi avec la FIDH un nouveau programme d'action + mise en place des plans d'actions dans les usines du Bangladesh suite à l'Accord Fire and Building Safety Bangladesh	2.1.2.1. Fondements historiques de la RSE
---	--

Processus ou programmes pour soutenir les droits de l'Homme par : le cœur de métier; investissement stratégique/philanthropique/social; engagement public; partenariats et/ou d'autres formes d'action collective.

-	-
---	---

Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 5 : La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux droits de l'Homme

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Système pour surveiller l'efficacité et la mise en œuvre des politiques de droits de l'Homme, avec des mesures quantitatives et qualitatives, y compris dans la chaîne logistique.

Suite à la réécriture des règles d'achats en 2013, le Groupe a mis en place en 2014 un plan d'actions, construit en collaboration avec la Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme (FIDH) et discutés avec les syndicats de Carrefour. Il s'articule selon 4 piliers et a fait l'objet de nouvelles avancées en 2015. Les 4 piliers sont les suivants : 1. Renforcement de la formalisation des règles d'achats grâce à la mise en place de structures nécessaires pour le développement, le contrôle et le suivi des conditions de travail en 2015 ; 2. Renforcement du contrôle et de l'accompagnement des fournisseurs en 2015 ; 3. Renforcement de la mesure de la performance en 2015 ; 4. Promouvoir le respect des droits de l'homme en 2015.	2.3.4.3. S'assurer du respect des droits de l'homme des fournisseurs de Carrefour
--	--

- Suivi des retours d'informations internes et externes incluant les parties prenantes affectées.

Cf. ci-dessus	Cf. ci-dessus
---------------	---------------

- Examen de la direction pour contrôler et améliorer les résultats.

Depuis 2010, Carrefour s'est doté d'un Comité Éthique Groupe, présidé par le Secrétaire Général du Groupe et de Comités Éthiques Pays dans chaque pays d'implantation, dont le rôle est de contrôler et d'évaluer l'application des principes du Code de conduite professionnelle de Carrefour.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
---	---

- Processus pour gérer les incidents que l'entreprise a causés ou auxquels elle a contribué pour les parties prenantes internes et externes.

-	-
---	---

- Mécanismes de plainte légitimes, accessibles, réguliers, équitables, transparents, compatibles avec la loi, sources d'apprentissage continu, basés sur l'engagement et le dialogue.

-	-
---	---

- Résultats de l'intégration des principes relatifs aux droits de l'Homme.

-	-
---	---

- Résultats de processus de « due diligence ».

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Politiques et procédures fiables concernant les Normes du travail

Critère 6 : La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des normes du travail

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Référence aux conventions internationales pertinentes (Conventions de l'OIT) et à d'autres normes internationales dans les politiques d'entreprises.

Dès 2004, Carrefour signe la charte de la Diversité et adopte un Code Ethique au niveau Groupe. En septembre 2015, Carrefour signe un nouvel accord avec l'UNI Global Union (Fédération syndicale internationale), il se substitue à celui signé en 2001 et réaffirme son engagement en faveur des droits des salariés et de la promotion de l'égalité des chances.	2.1.2.1. Fondements historiques de la RSE
---	--

- Réflexion sur la pertinence des principes relatifs aux normes du travail pour l'entreprise.

Le groupe Carrefour est implanté dans des pays où les normes et lois sociales imposent des niveaux de conditions de travail décentes, voire de qualité. La pertinence des principes relatifs aux normes du travail pour Carrefour n'est remise en question que pour les fournisseurs implantés dans certains pays. Carrefour y déploie un processus complet de contrôle des conditions de travail.	2.3.4.3. S'assurer du respect des droits de l'homme des fournisseurs de Carrefour
--	--

- Politique d'entreprise écrite pour respecter les droits du travail nationaux, respecter les standards internationaux dans les activités internationales, et engager le dialogue avec les représentants d'organisation d'employés (internationales, nationales ou sectorielles).

L'accord signé par Carrefour avec l'Union Network International est le fondement du dialogue social au sein du Groupe. Il engage notamment le groupe Carrefour à promouvoir la liberté syndicale et le droit à la négociation collective dans chacun de ses pays d'implantation. Cette volonté se concrétise au travers d'une instance européenne dédiée au dialogue social : le CICE (Comité d'Information et de Concertation Européen) et par un dialogue social soutenu au niveau Groupe comme au niveau local. Espace de dialogue et de concertation, le CICE permet aux partenaires sociaux d'échanger en toute transparence avec la Direction Générale et les Ressources Humaines (RH) sur les thèmes les plus divers parmi lesquels la RSE.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Dialogue avec nos partenaires et relations parties prenantes
--	--

- Intégration de références aux principes contenus dans les normes internationales du travail dans les contrats avec les fournisseurs et autres partenaires professionnels pertinents.

La charte fournisseur est le cadre de référence des relations de Carrefour avec ses fournisseurs. Elle est intégrée aux contrats commerciaux des fournisseurs de produits Carrefour. Les exigences de Carrefour en termes de conditions sociales de fabrication y sont définies.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	---

- Engagements spécifiques et politiques de Ressources humaines alignés avec les priorités de développement national ou les priorités de travail décent dans les pays d'opération.

-	-
---	---



- Participation et leadership dans les efforts plus larges des organisations d'employeurs (niveau international et national) pour relever collectivement les défis concernant les normes du travail dans les pays d'opération, éventuellement dans une approche tripartite (entreprises, syndicats, gouvernements).

-	-
---	---

- Engagement structurel avec un syndicat international, éventuellement via un accord-cadre mondial.

L'accord signé par Carrefour avec l'Union Network International est le fondement du dialogue social au sein du Groupe. Il engage notamment le groupe Carrefour à promouvoir la liberté syndicale et le droit à la négociation collective dans chacun de ses pays d'implantation.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Dialogue avec nos partenaires et relations parties prenantes
--	--

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 7 : La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs au travail

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- Evaluations des risques et impacts concernant les normes du travail.**

-	-
---	---

- Mécanismes de dialogue avec les syndicats pour discuter régulièrement et vérifier les progrès de l'entreprise relatifs aux normes du travail.**

L'accord signé par Carrefour avec l'Union Network International est le fondement du dialogue social au sein du Groupe. Il engage notamment le groupe Carrefour à promouvoir la liberté syndicale et le droit à la négociation collective dans chacun de ses pays d'implantation. Cette volonté se concrétise au travers d'une instance européenne dédiée au dialogue social : le CICE (Comité d'Information et de Concertation Européen) et par un dialogue social soutenu au niveau Groupe comme au niveau local. Espace de dialogue et de concertation, le CICE permet aux partenaires sociaux d'échanger en toute transparence avec la Direction Générale et les Ressources Humaines (RH) sur les thèmes les plus divers parmi lesquels la RSE + bilan des accords sociaux (2.3.1.3. Créer un environnement favorable à l'épanouissement des collaborateurs)	2.1.3.1. Construire la stratégie – Dialogue avec nos partenaires et relations parties prenantes
---	---

- Attribution des responsabilités relatives aux normes du travail dans l'organisation.**

-	-
---	---

- Sensibilisation interne et formation sur les normes du travail pour les dirigeants et les employés.**

-	-
---	---

- Engagement actif avec les fournisseurs concernant les défis relatifs aux normes du travail.**

En termes de chaîne d'approvisionnement, en 2000, Carrefour signe un partenariat avec la FIDH (Fédération International des Ligues des Droits de l'Homme) afin de mettre en place un système de management de la conformité sociale de ses fournisseurs après avoir participé en 1998 au lancement de l'Initiative Clause Sociale (ICS). Dès 2014, Carrefour atteint son objectif de 100% de fournisseurs audités dans les pays à risque dans le cadre de cette Initiative. En 2015, pour aller plus loin, Carrefour a établi avec la FIDH un nouveau programme d'action + La charte fournisseur est le cadre de référence des relations de Carrefour avec ses fournisseurs. Elle est intégrée aux contrats commerciaux des fournisseurs de produits Carrefour. Les exigences de Carrefour en termes de conditions sociales de fabrication y sont définies.	2.3.4.3. S'assurer du respect des droits de l'homme des fournisseurs de Carrefour
---	---

- Mécanismes de plainte, canaux de communication et autres procédures (par exemple mécanismes de dénonciation) disponibles pour les employés afin de rapporter des préoccupations, faire des suggestions ou demander conseil, conçus pour et fonctionnant en accord avec les représentants des organisations de travailleurs.**

Les Comités Éthiques Pays s'appuient sur les dispositifs d'alerte professionnelle mis en place dans le respect des réglementations locales. Ces dispositifs permettent de signaler au Comité Éthique Pays tout comportement ou situation contraire aux principes d'éthique de Carrefour.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	--



- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 8 : La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux normes du travail

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- Système pour tracer et mesurer la performance basé sur des mesures de performance standardisées.**

-	-
---	---

- Dialogues avec les représentants des organisations de travailleurs pour vérifier régulièrement les progrès effectués et identifier conjointement les priorités pour l'avenir.**

Le groupe Carrefour promeut la liberté syndicale et le droit à la négociation collective dans chacun de ses pays d'implantation. Ceci se concrétise au travers d'une instance européenne dédiée au dialogue social : le CICE (Comité d'Information et de Concertation Européen) et par un dialogue social soutenu au niveau Groupe comme au niveau local. Espace de dialogue et de concertation, le CICE permet aux partenaires sociaux d'échanger en toute transparence avec la Direction Générale et les Ressources Humaines (RH) sur les thèmes les plus divers parmi lesquels la RSE.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Dialogue avec nos partenaires et relations PP
---	---

- Audits ou autres mesures pour contrôler et améliorer les normes du travail des entreprises dans la chaîne logistique, en ligne avec les normes du travail internationales.**

Les règles d'achats suivies par les équipes de sourcing de Carrefour comportent quatre niveaux de contrôle dans les pays à vigilance particulière : contrôle avant référencement, audit approfondi (ICS), audits inopinés après référencement, audits spécifiques et contre-expertise. Suite à la réécriture des règles d'achats en 2013, le Groupe a mis en place en 2014 un plan d'actions, construit en collaboration avec la Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme (FIDH) et discutés avec les syndicats de Carrefour. Il s'articule selon 4 piliers (notamment le renforcement de la formalisation des règles d'achats grâce à la mise en place de structures nécessaires pour le développement, le contrôle et le suivi des conditions de travail en 2015 et le renforcement du contrôle et de l'accompagnement des fournisseurs en 2015) et a fait l'objet de nouvelles avancées en 2015.	2.3.4.3. S'assurer du respect des droits de l'homme des fournisseurs de Carrefour
---	--

- Processus pour impliquer positivement les fournisseurs pour aborder les défis (approche de partenariat plutôt que corrective) par des systèmes pour améliorer les pratiques sur les lieux de travail.**

Lancé en France dès 2006 et déployé au niveau Groupe à partir de 2007, l'autodiagnostic développement durable est un référentiel d'autoévaluation détaillé, conçu avec le WWF. Le questionnaire couvre l'ensemble des thématiques RSE et il s'appuie sur l'ISO 26000. Il est accessible aux fournisseurs via Internet. L'outil met à la disposition des fournisseurs une vingtaine de fiches conseils, des exemples pratiques, et leur permet de comparer leur moyenne à celle des autres fournisseurs de leur secteur d'activité. Les meilleures pratiques des fournisseurs sont valorisées par Carrefour dans ce cadre.	2.3.4.2. Promouvoir la RSE dans la chaîne d'approvisionnement et favoriser les fournisseurs locaux – Promouvoir la RSE auprès des fournisseurs
---	--

- Résultats de l'intégration des principes relatifs aux Normes du travail.**

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.**

-	-
---	---



Politiques et procédures fiables concernant la Protection de l'environnement

Critère 9 : La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine du respect de l'environnement

- **Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

<p>Pour Carrefour, bien faire son métier, c'est servir ses clients avec des produits de qualité ; c'est proposer aux clients une alimentation diversifiée, c'est agir et investir pour limiter l'épuisement des ressources naturelles ; c'est garantir la pérennité de son offre. Trois axes guident la stratégie RSE de Carrefour dont la lutte contre toutes les formes de gaspillage et la protection de la biodiversité. Différents engagements ont été pris par Carrefour dans le cadre de cette stratégie, couvrant tous les domaines, sociaux, sociétaux, et environnementaux, allant de la réduction des émissions de CO2 à la valorisation des déchets, en passant par la suppression de la déforestation nette dans les approvisionnements en bois, soja, bœuf et huile de palme. En 2015, l'accent a été mis sur le choix de nouveaux engagements liés au climat et à la réduction du gaspillage alimentaire, en lien avec la COP21.</p>	<p>2.1.2.2. Panorama de la stratégie RSE</p>
---	--

- **Référence aux conventions internationales pertinentes et à d'autres dispositifs internationaux (par exemple la Déclaration de Rio sur l'Environnement et le Développement).**

<p>HUILE DE PALME : La politique d'approvisionnement en huile de palme de Carrefour s'appuie sur des critères de production incluant le standard de la RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) et des exigences supplémentaires pour protéger les forêts naturelles (en plus des forêts primaires) et tourbières / SOJA : Carrefour participe au développement de filières non issues de la déforestation. Ainsi, le Groupe est membre de la Round Table on Responsible Soy (RTRS) qu'elle encourage à intégrer le « Non OGM ». Carrefour a reconduit son soutien au moratoire soja au Brésil en 2014 jusqu'en 2016 / BOIS : Pour maîtriser ses approvisionnements en bois et produits dérivés, Carrefour s'est engagé à favoriser une gestion soutenable des forêts pour le secteur non-alimentaire de ses produits à marque propre. La Charte bois engage les fournisseurs de Carrefour utilisant du bois, de la pulpe, du papier ou leurs dérivés à s'assurer des cinq points suivants : la légalité de leurs approvisionnements ; le respect des populations locales ; la non-utilisation de matières issues de forêts à haute valeur pour la conservation (HVC) ; la non-utilisation d'espèces classées dans la liste rouge de l'IUCN (International Union for Conservation of Nature) et d'espèces listées par la CITES (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora) / BŒUF : Carrefour Brésil participe depuis 2009 au Groupe de Travail pour un Bovin Durable (Grupo de Trabalho da Pecuaria Sustentavel – GTPS) qui vise la création d'une filière d'approvisionnement de bovin responsable / PRODUITS DE LA MER : Le Groupe est engagé auprès de partenaires qui l'accompagnent dans la construction de sa démarche et participe ainsi activement au Marine Stewardship Council.</p>	<p>2.3.3.3. Encourager l'appro en produits non issus de la déforestation – 2.3.3.2. Encourager une consommation responsable des produits de la mer</p>
---	--

- **Réflexion sur la pertinence de la gestion durable de l'environnement pour l'entreprise.**

<p>Parmi les enjeux identifiés comme pertinents grâce à l'analyse de la matérialité, figurent les enjeux environnementaux suivants : la gestion des déchets alimentaires, la réduction des consommations d'énergie des magasins et des émissions de gaz à effet de serre associées, la réduction et la valorisation des déchets d'activité, l'amélioration de l'efficacité énergétique des transports et émissions de gaz à effet de serre associées.</p> <p>La pertinence des enjeux environnementaux identifiés est validée lors de réunions de concertation avec les parties prenantes. En 2015, 5 concertations ont eu lieu sur des thématiques environnementales : la pêche durable, l'huile de palme, les emballages,</p>	<p>2.1.3.1. Construire la stratégie – Diagnostic ISO 26000 et étude de matérialité – Dialogue avec nos partenaires</p>
---	--

la banane et le thon en boîte.	et relations PP
--------------------------------	--------------------

■ **Politique d'entreprise écrite sur la gestion durable de l'environnement.**

Le groupe Carrefour se dote d'une politique qui repose sur trois axes prioritaires : - la lutte contre toute forme de gaspillage, - la préservation de la biodiversité, - l'accompagnement continu des partenaires, pour démultiplier ses actions et enclencher un effet d'entraînement rapide. Sa démarche d'identification de ses responsabilités et enjeux est basée sur la norme ISO 26 000.	2.1.2.2. Panorama de la stratégie RSE
--	--

■ **Intégration de standards environnementaux minimums dans les contrats avec les fournisseurs et autres partenaires professionnels pertinents.**

Chaque filière FQC "Filière Qualité Carrefour" se traduit par un partenariat durable pour développer avec l'ensemble des acteurs de la filière une démarche de qualité et assurer des débouchés à ces produits. Ces filières permettent ainsi de maintenir et de promouvoir l'activité locale et le savoir-faire des régions. Elles permettent de tenir compte des besoins des fournisseurs et de les accompagner dans leur adaptation à l'évolution de la réglementation, la mise en place de pratiques plus respectueuses de l'environnement, la diminution de l'utilisation des pesticides, ou encore le bien-être animal.	2.3.3.1. Développer l'agroécologie, les produits biologiques et le commerce équitable
---	---

■ **Engagements spécifiques et objectifs pour des années déterminées.**

Le Groupe Carrefour s'est engagé à : 1. Fixer un prix interne du CO2 de manière volontaire afin de privilégier les investissements dans des technologies moins émettrices de CO2 ; 2. Réduire la consommation d'énergie de 30% par m2 de surface de vente d'ici 2025 (par rapport à 2010) ; 3. Augmenter la part des énergies renouvelables dans les approvisionnements d'électricité ; 4. Réduire de 40% les émissions de CO2 liées aux fluides réfrigérants d'ici 2025 (par rapport à 2010) ; 5. Réduire de 30% les émissions de CO2 liées au transport d'ici 2025 (par rapport à 2010) ; 6. Engager les fournisseurs de Carrefour à définir des engagements chiffrés de réduction du CO2 dans leur périmètre direct et dans les filières agricoles amont ; 7. Réduire de 50% ses déchets alimentaires d'ici 2025 (par rapport à 2016) ; 8. Valoriser 100% des déchets ; 9. Maintenir le 100% d'huile de palme issue de filières soutenues par la RSPO (niveau de 100% atteint en 2015)	2.1.2.3. Engagements pour le climat / 2.3.2.1. Lutter contre le gaspillage alimentaire / 2.3.2.2. Valoriser les déchets / 2.3.3.3. Encourager l'appro en produits non issus de la déforestation
---	---

■ **Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.**

Le Groupe s'est activement mobilisé pour l'accord ambitieux de la COP 21	2.1.2.3. Engagements pour le climat
--	--



Critère 10 : La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- Evaluations des risques et impacts environnementaux.**

-	-
---	---

- Evaluations de l'impact du cycle de vie des produits, assurant des politiques de gestion écologiques.**

Carrefour a conçu en 2012 un plan de lutte contre le gaspillage, le « plan Antigaspi », dont il a démarré la mise en œuvre en 2013. Ce plan a pour objectif de mobiliser les métiers pour une plus grande efficacité et ainsi créer de la valeur. Il est directement relayé par les Directeurs Exécutifs des pays : chaque pays est chargé de mettre en place la gouvernance nécessaire au déploiement local du Plan en identifiant les synergies et en mobilisant les directions concernées.	2.3.2. Le programme d'actions de lutte contre le gaspillage
---	---

- Attribution des responsabilités dans l'organisation.**

La lutte contre le gaspillage est déployée partout dans le Groupe et est portée par le Président-Directeur Général. Elle concerne Carrefour en premier lieu dans ses magasins, mais également en amont dans les étapes de production agricole et industrielle et en aval chez les clients et consommateurs.	2.3.2. Le programme d'actions de lutte contre le gaspillage
---	---

- Sensibilisation interne et formation sur la gestion durable de l'environnement pour la direction et les employés.**

Dans le cadre du plan Antigaspi, des équipes dédiées à la lutte contre le gaspillage en magasin (14 coachs Antigaspi) sillonnent depuis 2013 les hypermarchés et supermarchés Carrefour en France afin d'identifier des axes d'amélioration et d'accompagner les collaborateurs pour leur mise en œuvre. Suite au diagnostic effectué, les processus internes sont améliorés pour une meilleure adéquation des commandes, des stocks et des assortiments aux besoins des magasins et de leurs clients.	2.3.2.1. Lutter contre le gaspillage alimentaire
--	--

- Mécanismes de plainte, canaux de communication et autres procédures (par exemple mécanismes de dénonciation) pour rapporter des préoccupations ou demander conseil concernant les impacts environnementaux.**

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.**

A l'occasion du Forum International de la Météo et du Climat en 2015, Carrefour a annoncé le déploiement de 200 camions de livraison roulant au biométhane dans les grandes agglomérations françaises (Paris, Lyon, Bordeaux, Marseille et Lille) d'ici 2017. Ce mode de livraison permet de réduire de 90% les émissions de CO2, de 80% les émissions polluantes et de supprimer les émissions de particules fines. De plus, les camions biométhane répondent à la norme PIEK, garantissant un niveau sonore inférieur à 65dB, et permettant de réduire de 50% les nuisances sonores. A l'issue d'un plan de déploiement sur 3 ans, Carrefour comptera 200 camions biométhane en circulation d'ici 2017, approvisionnant 250 magasins urbains de l'enseigne en France. A travers cette nouvelle action en faveur du climat, Carrefour réduira de plus de 20 000 tonnes de CO2 l'impact de ses livraisons d'ici 2017.	2.3.2.3. S'engager pour le climat
---	-----------------------------------



Critère 11 : La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion durable de l'environnement

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- Système pour tracer et mesurer la performance basé sur des mesures de performance standardisées.**

Afin de mesurer sa performance RSE et de piloter ses actions en la matière, Carrefour a mis en place depuis 2006 un reporting extra-financier reposant sur son domaine d'activité et les référentiels internationaux et nationaux les plus significatifs dans son domaine d'activité. Constitué d'un ensemble d'indicateurs suivis annuellement, le reporting extra-financier de Carrefour couvre les 3 axes prioritaires identifiés dans la démarche ISO 26000 et l'étude de matérialité (voir chapitre 2.1.4.1.Construire la stratégie). En parallèle, Carrefour souhaite également innover en travaillant sur des indicateurs de performance spécifiques à certains enjeux matériels, propres à son secteur d'activité, et en lien avec les différents engagements pris en matière de RSE.	2.2.2. Tableau de bord des engagements, objectifs et indicateurs clés de Carrefour
---	--

- Examen de la direction pour contrôler et améliorer les résultats.**

Le bilan RSE est présenté à l'équipe dirigeante lors de la Réunion Managériale et les résultats RSE sont présentés lors de l'annonce des résultats annuels et en AG.	-
--	---

- Processus pour gérer les incidents.**

-	-
---	---

- Audits ou autres mesures pour contrôler et améliorer la performance des entreprises de la chaîne logistique concernant les impacts environnementaux.**

Lancé en France dès 2006 et déployé au niveau Groupe à partir de 2007, l'autodiagnostic développement durable est un référentiel d'autoévaluation détaillé, conçu avec le WWF. Le questionnaire couvre l'ensemble des thématiques RSE et il s'appuie sur l'ISO 26000. Il est accessible aux fournisseurs via Internet. L'outil met à la disposition des fournisseurs une vingtaine de fiches conseils, des exemples pratiques, et leur permet de comparer leur moyenne à celle des autres fournisseurs de leur secteur d'activité. Les meilleures pratiques des fournisseurs sont valorisées par Carrefour dans ce cadre.	2.3.4.2. Promouvoir la RSE dans la chaîne d'approvisionnement et favoriser les fournisseurs locaux – Promouvoir la RSE auprès des fournisseurs
---	--

- Résultats de l'intégration des principes relatifs à l'environnement.**

Les résultats du groupe Carrefour sont présentés dans son tableau de bord de suivi de l'avancement de la démarche RSE et dans ses tableaux d'indicateurs environnementaux.	2.2.2. Tableau de bord des engagements, objectifs et indicateurs clés de Carrefour / 2.4.1. Indicateurs extrafinanciers
--	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.**

-	-
---	---



Politiques et procédures fiables concernant la lutte contre la corruption

Les critères et bonnes pratiques pour la lutte contre la corruption ont été modifiés pour refléter le [Guide de reporting anti-corruption](#) (en anglais).

Critère 12 : La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine de l'anti-corruption

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Soutien de la direction envers la lutte contre la corruption.

Le Comité Éthique Groupe est présidé par le Secrétaire Général du Groupe.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
---	--

- Politique formelle et publique de tolérance-zéro pour la corruption.

Le refus de toute forme de corruption est un des dix principes du Code de conduite professionnelle de Carrefour. Par ailleurs, le refus de tout acte de corruption fait partie des engagements signés par les fournisseurs du Groupe à travers la Charte Sociale et Éthique destinée aux fournisseurs de produits Carrefour et la Charte éthique destinée à tous les autres fournisseurs.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	--

- Engagement de se conformer à toutes les lois relatives à la corruption, mise en place de procédures pour connaître la loi et surveiller ses évolutions.

-	-
---	---

- Déclaration de soutien aux structures légales régionales et internationales pertinentes (par exemple la Convention des Nations Unies contre la corruption).

-	-
---	---

- Politiques détaillées pour les zones à hauts risques de corruption.

-	-
---	---

- Politique anti-corruption concernant les partenaires professionnels.

Dans le cadre du label Relations Fournisseurs Responsables décliné à la filière agro-alimentaire pour ses activités en France, Carrefour va systématiser une formation des acheteurs sur la prévention de la corruption.	2.3.4.2. Promouvoir la RSE dans la chaîne d'appro et favoriser les fournisseurs locaux – Promouvoir la RSE auprès des fournisseurs
--	--

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 13 : La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la lutte contre la corruption

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Réalisation d'évaluation des risques pour les potentielles zones de corruption.

-	-
---	---

- Procédures des Ressources humaines qui soutiennent l'engagement ou la politique anti- corruption, incluant communication et formation pour tous les employés.

Des plans d'actions sont prévus en France pour mieux piloter le taux de dépendance économique des fournisseurs et pour systématiser une formation des acheteurs sur la prévention de la corruption.	2.3.4.2. Promouvoir la RSE dans le chaîne d'appro et favoriser les fournisseurs locaux
---	---

- Séparation des pouvoirs en interne pour assurer la cohérence avec l'engagement anti- corruption.

-	-
---	---

- Actions prises pour encourager les partenaires professionnels à prendre des engagements anti-corrupcion.

Le refus de tout acte de corruption fait partie des engagements signés par les fournisseurs du Groupe à travers la Charte Sociale et Éthique destinée aux fournisseurs de produits Carrefour et la Charte éthique destinée à tous les autres fournisseurs.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	---

- Responsabilité de la direction pour mettre en œuvre les engagements et politiques anti- corruption.

-	-
---	---

- Canaux de communication (signaux d'alerte) et mécanismes de suivi pour rapporter les préoccupations ou demander conseil.

-	-
---	---

- Comptabilité interne et procédures d'audits concernant l'anti-corrupcion.

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 14 : La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à l'anti-corruption

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- Examen de la direction pour contrôler et améliorer les résultats.**

<p>Depuis 2010, Carrefour s'est doté d'un Comité Éthique Groupe, présidé par le Secrétaire Général du Groupe et de Comités Éthique Pays dans chaque pays d'implantation, dont le rôle est de contrôler et d'évaluer l'application des principes du Code de conduite professionnelle de Carrefour. Les Comités Éthique Pays s'appuient sur les dispositifs d'alerte professionnelle mis en place dans le respect des réglementations locales.</p> <p>Ces dispositifs permettent de signaler au Comité Éthique Pays tout comportement ou situation contraire aux principes d'éthique de Carrefour.</p> <p>Afin de renforcer son engagement en matière de corruption et pour contribuer aux échanges de bonnes pratiques, le Groupe participe aux travaux de la Commission Business in Society de la section française de la Chambre de Commerce Internationale (ICC France). Depuis 2009, Carrefour adhère également à Transparency International (France).</p>	<p>2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques</p>
---	---

- Processus pour gérer les incidents.**

Cf. ci-dessus	Cf. ci-dessus
---------------	---------------

- Cas judiciaires publics concernant la corruption.**

-	-
---	---

- Utilisation d'assurance externe indépendante pour les programmes anti-corruption.**

-	-
---	---

- Résultats de l'intégration des principes relatifs à la lutte contre la corruption.**

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.**

-	-
---	---



Agir pour soutenir les objectifs plus larges des Nations Unies

Les objectifs plus larges des Nations Unies se réfèrent à une gamme de problèmes globaux – basés sur les défis internationaux les plus capitaux et chroniques, incluant :

- Paix et Sécurité
- Objectifs du Millénaire pour le Développement
- Droits de l'Homme
- Droits de l'enfant
- Égalité des sexes
- Santé
- Éducation
- Aide Humanitaire
- Migration
- Sécurité alimentaire
- Écosystèmes Durables et Biodiversité
- Maîtrise du et Adaptation au Changement Climatique
- Sécurité de l'eau et Assainissement
- Emploi et Conditions de travail décentes
- Anti-corruption

Pour une liste plus poussée des problèmes globaux, consultez www.business.un.org

Critère 15 : La COP décrit les contributions du cœur de métier aux objectifs et problématiques plus larges de l'ONU

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- Aligner la stratégie du cœur de métier avec un ou plusieurs Objectifs des Nations Unies pertinents.**

<p>Objectif du Millénaire #1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Fondation agit notamment en faveur de l'accès des plus démunis à l'alimentation. - Carrefour accompagne le développement du commerce équitable. <p>Objectif du Millénaire #3 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carrefour promeut l'égalité des sexes dans l'entreprise. <p>Objectif du Millénaire #7 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préservation de l'environnement et de la biodiversité. 	<p>2.3.4.4. Etre un commerçant solidaire / 2.3.3.1. Développer le commerce équitable / 2.3.1.4. Encourager la diversité et l'égalité des chances / 2.3.3. Le programme d'actions de préservation de la biodiversité</p>
--	---

- Développement de produits, services et de modèles d'entreprises qui contribuent aux objectifs et thèmes des Nations Unies.**

<p>L'objectif pour Carrefour est de conduire le changement de manière opérationnelle. C'est pourquoi l'innovation, principe d'action majeur, est privilégiée c'est-à-dire tout ce qui favorise la créativité au sein du Groupe : la mise en commun des idées, l'implication des pays, des magasins et des métiers... à chacune des étapes le dialogue avec les parties prenantes permet à Carrefour de co-construire des programmes d'actions. Le Groupe multiplie les initiatives pilotes dans tous les domaines (énergie, déchets, emballages, relations avec les fournisseurs) et s'impose des contraintes forçant la recherche de solutions nouvelles.</p> <p>Carrefour a conçu en 2012 un plan de lutte contre le gaspillage, le « Plan Antigaspi » dont il a démarré la mise en place en 2013. Il consiste à limiter la consommation de ressources (matières premières, énergie...) et rechercher l'efficacité dans toutes ses opérations. La lutte contre le gaspillage concerne Carrefour en premier lieu dans ses magasins, mais également en amont dans les étapes de production agricole et industrielle et en aval chez les clients et consommateurs.</p> <p>Le programme Women Leaders, lancé en 2011, affirme l'ambition du groupe</p>	<p>2.1.3. La méthode RSE de Carrefour / 2.3.2. Le programme d'actions de lutte contre le gaspillage / 2.3.1.4. Encourager la diversité et l'égalité des chances</p>
--	---

Carrefour en matière de mixité. Carrefour est signataire des UN Women's Empowerment Principles (WEP) et s'est lancé dans une démarche de certification selon le Gender Equality International Standard. Un programme de mentoring permet aux femmes d'être accompagnées dans la gestion de leurs carrières.	
---	--

- Adopter ou modifier les procédures opérationnelles pour maximiser la contribution aux objectifs et thèmes des Nations Unies.**

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.**

-	-
---	---



Critère 16 : La COP décrit des investissements stratégiques sociaux et de philanthropie

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Rechercher des investissements sociaux et des contributions philanthropiques liés au cœur de métier ou au contexte opérationnel de l'entreprise, en tant que partie intégrante de sa stratégie de développement durable.

<p>1) Les magasins contractualisent localement avec les associations d'aide alimentaire pour donner chaque jour des produits dits « courts en date », retirés chaque matin des rayons et repealettisés par des collaborateurs formés à la démarche : fruits, légumes, produits frais, produits d'épicerie, etc. En 2015, cela a représenté 100,5 millions d'équivalents repas donnés par Carrefour dont 92 millions en France où 100% des hypermarchés et supermarchés intégrés donnent quotidiennement aux associations et où Carrefour est le partenaire privilégié de plus de 800 structures locales de l'aide alimentaire - Banques Alimentaires, Secours Populaire, Restos du Cœur, épiceries solidaires etc. La Fondation Carrefour alloue une partie de son budget pour financer des projets de solidarité alimentaire. Elle soutient : - des structures qui forment, préparent et accompagnent des jeunes talents vers l'emploi ; - des associations œuvrant en faveur du développement agricole ; elle mobilise financement et solidarités pour venir en aide aux populations touchées par les catastrophes naturelles, technologiques ou humanitaires. Le mécénat de Carrefour s'illustre également sur le volet logistique. La Fondation dote les structures de véhicules frigorifiques pour le transport des produits frais et de chambres froides pour leur stockage dans le respect des chaînes du froid. Depuis 1994, Carrefour a financé l'acquisition de 281 véhicules frigorifiques et de 55 chambres froides, ainsi que des caissons frigorifiques et autres équipements facilitant le travail des associations d'aide alimentaire dans le monde. En 2015, la Fondation a financé 12 camions frigorifiques et 4 chambres froides pour la Fédération française des Banques Alimentaires.</p> <p>2) Carrefour met l'accent sur des actions en faveur de l'emploi des jeunes, des seniors et des populations handicapées. Le Groupe poursuit ses partenariats avec les acteurs majeurs de l'emploi et de l'insertion sociale ainsi qu'avec les Missions locales, le PLIE (Plan local pour l'insertion et l'emploi), Cap Emploi et aussi des acteurs de l'insertion tels que les Restos du Cœur, Emmaüs Défi, ANDES ou Macadam.</p> <p>3) Le Groupe privilégie pour ses produits, et plus particulièrement pour ses produits alimentaires, les approvisionnements locaux, c'est-à-dire produits dans les pays où ils sont commercialisés. Carrefour associe donc à sa croissance des PME et des petits producteurs dans tous les pays où il est implanté. La promotion des fournisseurs locaux passe également par le développement de gammes de produits des terroirs.</p>	<p>2.3.4.4. Etre un commerçant solidaire /</p> <p>2.3.1.4. Encourager la diversité et l'égalité des chances /</p> <p>2.3.4.2. Promouvoir la RSE dans la chaîne d'appro et favoriser les fournisseurs locaux</p>
--	---

- Coordonner ses efforts avec d'autres organisations et initiatives pour amplifier- et ne pas nier ou dupliquer- les efforts d'autres contributeurs.

-	-
---	---

- Assumer la responsabilité pour les effets intentionnels ou non des investissements, respecter les coutumes locales, traditions, religions et priorités des individus et des groupes des parties prenantes.

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 17 : La COP décrit une prise de position et un engagement en matière de politique publique

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.**

-	-
---	---

- Engagement public sur l'importance d'agir sur un ou plusieurs objectif(s)/thème(s) des Nations Unies.**

Le Président-Directeur Général de Carrefour est intervenu en plénière d'ouverture au Business and Climate Summit, en mai 2015. Ce Sommet a offert aux décideurs économiques et politiques une occasion unique d'échanges sur les meilleurs moyens de déployer les solutions bas carbone à l'échelle mondiale. Par ailleurs, dans la continuité du Business and Climate Summit, Carrefour s'est inscrit parmi les entreprises françaises signataires du French Business Climate Pledge en novembre 2015. Les 39 entreprises françaises signataires de ce document ont apporté leur soutien à la présidence de la COP21 et à tous les gouvernements présents en vue de la signature d'un accord mondial ambitieux. Celui-ci devait permettre de se placer sur une trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre compatible avec l'objectif de +2°C maximum, dans le cadre de la Convention-cadre des Nations-Unies sur les changements climatiques (CCNUCC).	2.1.2.3. Engagements pour le climat
---	--

- Encourager les dirigeants d'entreprises à participer à des sommets, conférences et autres importantes interactions au sujet des politiques publiques en relation avec un ou plusieurs objectif(s)/thème(s) des Nations Unies.**

Cf. ci-dessus + Carrefour a signé en décembre 2015 les Science Based Targets Initiatives, aux côtés de 114 entreprises dans le monde. L'objectif de cette initiative, menée par Carbon Disclosure Project, WRI, WWF et le Global Compact, est d'engager les entreprises à se fixer des objectifs basés sur une démarche scientifique, de vérifier et de valider les objectifs communiqués par les entreprises en termes d'émissions de CO2, sur la base de critères exigeants et scientifiquement reconnus. Au-delà de ces initiatives engageant le Groupe à long-terme, Carrefour a été activement présent pour promouvoir les solutions collectives en faveur du climat tout au long de l'année ou pendant la COP21 : organisation d'une table ronde Alimentation et Climat en octobre 2015, participation à des débats sur la déforestation et l'agroécologie pendant la COP21, promotion de fruits issus de l'agroécologie, actions sur le gaspillage alimentaire en magasins... Carrefour a également soutenu d'autres démarches lancées dans le cadre de la COP21, comme le projet My positive Impact (http://www.mypositiveimpact.org/) de la Fondation Hulot.	Cf. ci-dessus
--	---------------

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.**

Cliquez ici pour entrer du texte.	-
-----------------------------------	---



Critère 18 : La COP décrit des partenariats et une action collective

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Développer et implémenter des partenariats avec des organisations publiques ou privés (entités des Nations Unies, Gouvernement, ONG ou autres) sur le cœur de métier, les investissements sociaux et/ ou «advocacy».

1) Carrefour travaille avec différentes associations, comme WWF et la Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme, sur des programmes d'actions liés à sa stratégie. Ainsi, Carrefour est engagé depuis 1998 aux côtés du WWF France pour réduire ses impacts environnementaux, liés notamment à l'utilisation des ressources naturelles dans les produits de grande consommation. 2 axes de travail ont été privilégiés : le développement de filières d'approvisionnements responsables et de standards de durabilité pour des matières premières ciblées (bois et papier, produits de la mer, soja, huile de palme) et la promotion de la consommation responsable et de modes de vie durables auprès de ses clients et salariés. En termes de chaîne d'approvisionnement, en 2000, Carrefour signe un partenariat avec la FIDH (Fédération International des Ligues des Droits de l'Homme) afin de mettre en place un système de management de la conformité sociale de ses fournisseurs après avoir participé en 1998 au lancement de l'Initiative Clause Sociale (ICS).	2.1.2.1. Fondements historiques de la RSE / 2.1.3.1. Construire la stratégie - Dialogue avec nos partenaires et relations parties prenantes
--	---

- Rejoindre des pairs de l'industrie, des entités des Nations Unies et/ou des parties prenantes sur des initiatives contribuant à la résolution des défis communs et des dilemmes au niveau local ou global, avec un accent sur les initiatives prolongeant l'impact positif de l'entreprise sur sa chaîne de valeur (cf. critère 2)..

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Gouvernance et leadership de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)

Critère 19 : La COP décrit l'engagement du Président et de la direction

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Le Président délivre un engagement public explicite, démontre un leadership personnel concernant le développement durable et l'engagement envers le Pacte Mondial.

Carrefour est signataire du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2001.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	---

- Le Président promeut des initiatives améliorant la durabilité du secteur d'activité de l'entreprise et conduit le développement de standards pour l'industrie.

Le Président-Directeur Général de Carrefour est intervenu en plénière d'ouverture au Business and Climate Summit, en mai 2015. Ce Sommet a offert aux décideurs économiques et politiques une occasion unique d'échanges sur les meilleurs moyens de déployer les solutions bas carbone à l'échelle mondiale. L'objectif de son intervention était notamment de démontrer la volonté du Groupe de développer des solutions technologiques, organisationnelles et financières afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre et de s'adapter aux conséquences du changement climatique.	2.1.2.3. Engagements pour le climat - Mobilisation de Carrefour pour un accord ambitieux à la COP21
---	---

- Le Président mène l'équipe de direction exécutive dans la conception de la stratégie de développement durable, définissant les buts et surveillant leur mise en œuvre.

-	-
---	---

- Intégrer les critères de développement durable et les principes du Global Compact aux objectifs et programmes d'intéressement pour le PDG et l'équipe de direction.

-	-
---	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 20 : La COP décrit l'adoption par le Conseil d'administration et la surveillance

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Le Conseil d'administration (ou équivalent) assume la responsabilité et la surveillance de la stratégie et de la performance long terme de la RSE.

Le premier comité RSE s'est déroulé le 25 Novembre 2015 sous la présidence de 3 administrateurs. Le Comité RSE se réunit deux fois par an. Cette année, il a passé en revue la méthode RSE, basée sur le diagnostic ISO 26000, le test de matérialité, le dialogue avec les parties prenantes et la mesure de la performance interne et externe.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Gouvernance, sécurité et maîtrise des risques
--	--

- Le Conseil d'administration établit, où cela est possible, un Comité de suivi ou attribue la RSE à un membre du Conseil.

Cf. ci-dessus	Cf. ci-dessus
---------------	---------------

- Le Conseil (ou le Comité), où cela est possible, approuve le reporting formel en matière de RSE (Communication sur le Progrès).

Le reporting RSE est intégré au Rapport de Gestion de Groupe validé en conseil d'administration. De plus, les résultats 2015 du Groupe en matière de RSE ont été présentés lors de l'annonce des résultats du Groupe et seront également présentés lors de l'AG.	-
--	---

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---



Critère 21 : La COP décrit l'implication des parties prenantes

- Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise planifie d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.

-	-
---	---

- Responsabilité de l'entreprise publiquement reconnue pour ses impacts sur les parties prenantes internes et externes.

-	-
---	---

- Définir les stratégies de développement durable, les objectifs et les politiques en consultation avec les parties prenantes clés.

Le test de matérialité (mené en 2014), dont l'objectif était de confronter la perception interne à un regard externe, a intégré l'avis d'un panel de parties prenantes de Carrefour. Une mise à jour du test de matérialité sera effectuée en 2016, toujours en ayant recours à une consultation de parties prenantes.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Diagnostic ISO 26000 et étude de matérialité
--	--

- Consulter les parties prenantes concernant les dilemmes et défis de mise en œuvre et les inviter à prendre activement part à l'examen de la performance.

Carrefour organise depuis de nombreuses années des réunions Parties Prenantes, sur des thèmes précis. Plusieurs fois par an, un panel d'environ 40 personnes est réuni dans les locaux de Carrefour. Ces panels sont composés de représentants des métiers du Groupe, d'experts du sujet (ONG, administration, organisations internationales), de clients, d'investisseurs, de fournisseurs, et parfois d'étudiants. L'objectif est de concerter les parties prenantes externes afin d'évaluer la méthode RSE de Carrefour, de connaître les différentes positions et points de vue, d'aboutir à des recommandations opérationnelles et de rendre compte de l'état d'avancement des choix faits par Carrefour. Au total, 14 réunions de ce type ont été menées à ce jour ces 3 dernières années.	2.1.3.1. Construire la stratégie – Dialogue avec nos partenaires et relations parties prenantes
--	--

- Établir des canaux de communication pour s'engager avec les salariés et autres parties prenantes pour entendre leurs idées, aborder leurs préoccupations et protéger «les plaignants».

Les salariés sont conviés aux réunions de concertation des parties prenantes (cf. ci-dessus).	Cf. ci-dessus
---	---------------

- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère.

-	-
---	---

