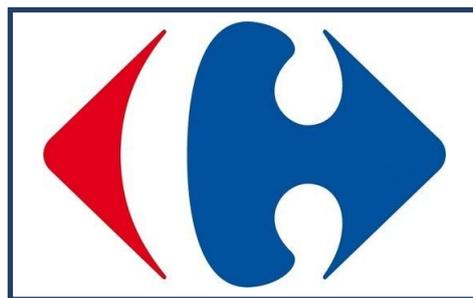




**Global Compact**  
Network France

# Revue par les pairs :

## Tableau de concordance du niveau GC Advanced



**GROUPE CARREFOUR**

# Informations générales

## 1. Veuillez indiquer le titre de votre communication

Document de référence

## 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 ?

1er janvier 2018 – 31 Décembre 2018

## 4. Votre COP contient-elle une déclaration de soutien continu au Global Compact des Nations Unies 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. Votre COP contient-elle une description des politiques ou des actions mises en œuvre par votre société dans les domaines ci-dessous ?

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

## 6. Votre COP contient-elle des indicateurs de mesure des résultats ?

- Oui
- Non

## 7. Comment votre organisation partage-t-elle sa 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 distribuée activement à toutes les parties prenantes clés (ex : investisseurs, employés, clients, communauté locale, etc.)
- Options b) et c)

## 8. Comment l'exactitude et le périmètre des informations dans votre COP sont-ils évalués 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 parties prenantes)
- 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 Global Compact).
- 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 nationales ou spécifiques à une industrie)
- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes :  

Cliquez ici pour entrer du texte.

## 9. Votre COP intègre-t-elle des hauts standards de transparence et divulgation suivants ?

- Appliquer les lignes directrices de la GRI (Global Reporting Initiative)
- Être en conformité avec l'option « critères exhaustifs » des GRI Standards
- Être en conformité avec l'option « critères essentiels » des GRI Standards
- Appliquer des éléments du Cadre de référence international portant sur le reporting intégré (IIRC)
- 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.*

Cliquez ici pour entrer du texte.

## 10. Parmi les Objectifs de Développement Durable (ODD) suivants, lequel (lesquels) a (ont) été intégré(s) à votre COP ?

- [ODD 1](#) : Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde
- [ODD 2](#) : Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable
- [ODD 3](#) : Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge
- [ODD 4](#) : Assurer l'accès équitable de tous à une éducation de qualité et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie
- [ODD 5](#) : Parvenir à l'égalité entre les sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles
- [ODD 6](#) : Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau
- [ODD 7](#) : Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables, modernes et abordables
- [ODD 8](#) : Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous

- [ODD 9](#) : Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation
- [ODD 10](#) : Réduire les inégalités au sein des pays et d'un pays à l'autre
- [ODD 11](#) : Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables
- [ODD 12](#) : Établir des modes de consommation et de production durables
- [ODD 13](#) : Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions
- [ODD 14](#) : Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable
- [ODD 15](#) : Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité
- [ODD 16](#) : Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes à tous aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous
- [ODD 17](#) : Renforcer les moyens liés à la mise en œuvre et à la revitalisation du partenariat mondial pour le développement durable

#### 11. Concernant les actions de votre entreprise pour faire avancer les Objectifs de Développement Durable (ODD), votre COP décrit :

- Les opportunités et responsabilités que représentent un ou plusieurs ODD pour votre entreprise
  - *Ex : nouvelles opportunités de croissance ; profils de risque ; amélioration de la confiance des parties prenantes ; renforcer l'acceptabilité de vos opérations ; réduction des risques de réputation, juridiques et d'autres risques pour l'entreprise ; anticipation des coûts et des obligations imposées par de futures législations.*
- Quelles sont les priorités de l'entreprise au regard d'un ou plusieurs ODD
  - *Mener une évaluation des impacts de vos activités sur les ODD dans la chaîne de valeur, que ces impacts soient positifs ou négatifs, réels ou potentiels, peut vous aider à définir les priorités de l'entreprise.*
- Les objectifs et indicateurs fixés par votre entreprise en lien avec un ou plusieurs ODD
  - *La définition d'objectifs spécifiques, mesurables et dans un délai déterminé contribue à favoriser des priorités partagées tout en étant un facteur de performance. Concrètement : définition du périmètre des objectifs et sélection des indicateurs clés de performance (ICP ou KPI) ; définition d'une référence et sélection du type d'objectifs ; fixation du niveau d'ambition ; annonce de l'engagement envers les ODD ; choix des indicateurs et collecte de données.*
- Les conséquences et impacts (attendus) de vos activités par rapport aux ODD
  - *Ex : Mise en place par une entreprise d'une école de formation s'adressant en priorité aux personnes sorties du système scolaire. L'entreprise peut mesurer le nombre de personnes formées, c'est le résultat. La conséquence est le taux de formation parmi la population locale. L'impact est alors la contribution de l'entreprise à la cible 4.3. de l'ODD 4 : « D'ici à 2030, faire en sorte que les femmes et les hommes aient tous accès dans des conditions d'égalité à un enseignement technique, professionnel ou tertiaire, y compris universitaire, de qualité et d'un coût abordable ».*
- Si les activités de l'entreprise en lien avec les ODD sont menées en collaboration avec d'autres parties prenantes
  - *Ex: Agences des Nations Unies, société civile, gouvernements, autres entreprises, etc.*
- Autres bonnes pratiques établies ou naissantes, ou cause de l'omission de ce critère (*expliquer dans le cadre dédié*).

# 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 internationales 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-corrupcion

**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-corrupcion

## 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

# Réponses aux 21 critères : sélection de la/des bonne(s) pratique(s) 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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

- 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.

<p>DIRECTION RSE</p> <p>Directement rattachée au Secrétaire Général du Groupe et établie depuis plus de 10 ans, la Direction RSE du Groupe est garante de la mise en œuvre de la méthode RSE pour contribuer aux objectifs de Carrefour dans tous les pays. À travers ses différents outils, comme le dialogue avec les parties prenantes, l'innovation, l'intelligence collective, la RSE contribue à la stratégie du Groupe en faveur de la transition alimentaire.</p> <p>Pour mettre en œuvre ces missions, la Direction RSE du Groupe se compose de 9 personnes et collabore avec l'ensemble des métiers et Directions concernés, en particulier les Directions marchandises, <i>sourcing</i>, qualité et magasin. Les innovations et solutions sont définies conjointement, testées, puis déployées par les équipes opérationnelles. La RSE est organisée dans l'ensemble des pays du Groupe.</p> <p>ORGANISATION DANS LES PAYS, LES METIERS ET LES MAGASINS</p> <p>La mise en œuvre des politiques s'appuie sur les Directions des différents pays. Chaque pays dispose d'un correspondant RSE responsable de coordonner la mise en œuvre des projets RSE, qui travaille en étroite collaboration avec le correspondant en charge de la transition alimentaire. Au sein du Groupe, les métiers sont regroupés en pôles d'expertise internationale (marchandises, <i>supply chain</i>, qualité et RSE, technique, finance, etc.), qui constituent des vecteurs privilégiés d'échange d'informations entre les pays et les différents métiers. La RSE s'appuie sur l'ensemble de ces canaux pour travailler avec les équipes du Groupe.</p> <p>Enfin, la démarche RSE est également déployée à l'échelle de chaque magasin qui s'approprie et met en œuvre les actions et les engagements. Les magasins demeurent l'un des principaux lieux d'expression de la RSE, par exemple <i>via</i> la démarche Antigaspi, les partenariats avec les apiculteurs, les filières de traitement des déchets ou encore les dons alimentaires.</p>	2.1.1.
---	--------

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

<p>Voir ci-dessus</p> <p>+ MESURER LA PERFORMANCE</p> <p>En 2018, Carrefour a actualisé son indice RSE en ajoutant les objectifs relatifs à la transition alimentaire pour tous aux objectifs fixés antérieurement. Dès 2019, les performances du Groupe pour atteindre ces objectifs seront intégrées aux critères de rémunération des dirigeants. Les pourcentages d'atteinte des objectifs annuels serviront de base au calcul de la rémunération des dirigeants dans le cadre d'un plan <i>Long Term Incentive</i>. Au-delà du suivi de la performance RSE, cet indice est un outil de pilotage et de mobilisation des collaborateurs sur les sujets stratégiques en lien avec l'ambition du Groupe de devenir leader de la transition alimentaire pour tous.</p> <p>+ S'ASSOCIER AUX OBJECTIFS DU DEVELOPPEMENT DURABLE DE L'ORGANISATION DES NATIONS UNIES</p> <p>Carrefour soutient les 17 objectifs de développement durable (ODD) adoptés par les pays au sein de l'ONU et s'associe en particulier à sept ODD prioritaires auxquels il contribue par les objectifs concrets de son Indice RSE &amp; de transition alimentaire.</p>	2.1.1 et 2.1.3
--	----------------

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

Voir ci-dessus	2.1.1
----------------	-------

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

<p>DIRECTION RSE (2.1.1)</p> <p>À travers ses différents outils, comme le dialogue avec les parties prenantes, l'innovation, l'intelligence collective, la RSE contribue à la stratégie du Groupe en faveur de la transition alimentaire. Dans ce cadre, la Direction RSE identifie les tendances émergentes et accompagne les métiers dans la conception et la mise en œuvre de projets innovants et concrets. Ces projets s'adressent initialement à des communautés de consommateurs avant-gardistes et porteuses de convictions fortes. Ils ont pour objectif de co-construire et de tester avec ces minorités des solutions émergentes qui pourront ensuite être proposées à l'ensemble de nos clients. Ainsi, sur l'ensemble de ses politiques RSE, Carrefour développe une vision, des objectifs et des solutions précurseurs pour transformer l'activité du Groupe et les standards du marché.</p> <p>METHODE RSE (2.1.3)</p> <p>La démarche de Responsabilité Sociétale de Carrefour fournit des outils pour soutenir l'ambition du Groupe de devenir leader de la transition alimentaire. À travers l'analyse de matérialité, le dialogue avec les parties prenantes, le renforcement de la gouvernance, ou encore l'accompagnement des métiers et de l'innovation, la RSE accompagne la transition alimentaire (voir Figure 2). La méthode RSE de Carrefour est composée de cinq étapes itératives :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. identifier les risques et les enjeux sociétaux ;</li> <li>2. analyser la matérialité ;</li> <li>3. dialoguer avec les parties prenantes ;</li> <li>4. définir et déployer les politiques, les plans d'action et les objectifs ;</li> <li>5. évaluer la performance RSE.</li> </ol>	2.1.1 et 2.1.3
--	----------------

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

Voir ci-dessus	2.1.1
----------------	-------

- 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).

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

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

<p>UN MODELE D'AFFAIRE CREATEUR DE VALEUR PARTAGEE (1.5.10)</p> <p>+ METHODE RSE (2.1.3)</p> <p>La démarche de Responsabilité Sociétale de Carrefour fournit des outils pour soutenir l'ambition du Groupe de devenir leader de la transition alimentaire. À travers l'analyse de matérialité, le dialogue avec les parties prenantes, le renforcement de la gouvernance, ou encore l'accompagnement des métiers et de l'innovation, la RSE accompagne la transition alimentaire (voir Figure 2). La méthode RSE de Carrefour est composée de cinq étapes itératives :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. identifier les risques et les enjeux sociétaux ;</li> <li>2. analyser la matérialité ;</li> <li>3. dialoguer avec les parties prenantes ;</li> <li>4. définir et déployer les politiques, les plans d'action et les objectifs ;</li> <li>5. évaluer la performance RSE.</li> </ol> <p>Carrefour a réalisé une analyse de risque à partir de son modèle d'affaires synthétiquement modélisé au chapitre 1.5.10. Cette analyse prend en compte l'environnement des affaires, la stratégie et gouvernance, les opérations liées à ses activités et les aspects financiers du modèle d'affaires. Les principaux facteurs de risque, notamment ceux concernant la Responsabilité Sociétale de Carrefour, ont été identifiés et sont présentés au chapitre 4.7, y compris les facteurs de risque relatifs à la responsabilité sociétale de Carrefour.</p> <p>À partir de cette analyse des risques, à la lumière d'un diagnostic ISO 26000 et des objectifs du développement durable de l'ONU prioritaires pour Carrefour, les enjeux sociétaux majeurs ont été identifiés puis ont fait l'objet d'une analyse de matérialité (détail en section 2.1.3). Cette analyse est utilisée pour définir la stratégie RSE de Carrefour. Le dialogue avec les parties prenantes au travers du Comité d'orientation alimentaire, de panels et de concertation (détail en section 2.1.3) alimente également la stratégie de Carrefour.</p> <p>+ EVALUER LA PERFORMANCE (2.1.3)</p> <p>Le reporting RSE est à la fois le procédé de suivi et la communication de la performance extra financière. Le groupe Carrefour consolide annuellement ses performances par le biais de 22 indicateurs RSE. Mesurés depuis 2006, ces indicateurs suivent l'évolution de la performance du Groupe (détail en section 2.7.1). Le reporting fait l'objet d'un audit externe et donne lieu aux notations extra financières de Carrefour par les agences de notation.</p>	<p>1.5.10</p> <p>2.1.3</p>
---	----------------------------

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

<p>LA CHARTE D'ENGAGEMENT ET LES REGLES D'ACHAT</p> <p>Les fournisseurs de produits de marques Carrefour sont tenus de respecter la Charte d'engagement fournisseur (détail en section 2.4.4). Cette charte est également déclinée spécifiquement pour les fournisseurs de produits hors marques Carrefour et encadre ainsi l'éthique de l'ensemble des fournisseurs de Carrefour.</p> <p>La Charte d'engagement fournisseurs ainsi que les Règles d'achat spécifiques aux étapes de production et aux matières premières à risque sont annexées aux Règles d'achat encadrant la conformité sociale et environnementale des achats de tous les produits contrôlés (détail en section 2.4.4).</p>	<p>2.4.3.</p>
--	---------------

■ 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.

<p>S'ASSURER DE L'AMELIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL CHEZ NOS FOURNISSEURS (2.4.4)</p> <p>Carrefour s'est engagé pour l'amélioration des conditions de travail et pour le respect des droits de l'Homme chez ses fournisseurs. Pour cela, Carrefour a mis en place des outils et des procédures permettant de contrôler et d'accompagner ses fournisseurs dans leur mise en conformité.</p> <p>Carrefour couvre, avec un audit social conforme, 100 % des usines d'approvisionnement situées en pays à risque élevé ou à risque. L'audit n'est pas une fin en soi, mais bien un outil permettant d'engager un dialogue et un Plan de mise en conformité avec le fournisseur sur les conditions de travail. En 2018, les audits diligentés par le Groupe ont couvert un peu plus de 700 000 ouvriers travaillant dans les usines concernées.</p> <p>LA MISE A DISPOSITION D'UN SYSTEME D'ALERTE (2.6.2)</p> <p>Dans le cadre de l'accord signé avec <i>UNI Global Union</i>, une procédure de gestion des litiges est intégrée permettant la remontée à l'UNI et la Direction de Carrefour de toute réclamation constatée par les représentants syndicaux ou par les équipes Carrefour et l'engagement d'en assurer le traitement.</p> <p>Le groupe Carrefour a de plus déployé un système d'alerte éthique propre permettant aux collaborateurs ou parties prenantes qui le souhaitent d'alerter sur des situations ou des comportements en contradiction avec les Principes Éthiques du Groupe. Ce système d'alerte couvre toutes les thématiques des Principes Éthiques, notamment les droits humains et l'environnement.</p>	<p>2.4.4 2.6.2</p>
---	------------------------

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

<p>L'AUTODIAGNOSTIC FOURNISSEUR</p> <p>Par ailleurs, depuis 2007, Carrefour met à disposition de tous ses fournisseurs un autodiagnostic de développement durable par Internet, conçu avec le WWF® et inspiré de la norme de responsabilité sociale ISO 26000.</p> <p>PREVENTION DES RISQUES : L'ACCOMPAGNEMENT ET LA FORMATION DES FOURNISSEURS</p> <p>Carrefour développe des formations et des outils de sensibilisation de ses fournisseurs, en partenariat avec des consultants ou des ONG locales. À titre d'exemple, les équipes de Carrefour ont élaboré le <i>Good factory standard</i>, un document pratique de formation sur les bonnes pratiques en usine. Décliné par secteurs et/ou par type de produit (bazar, textile, bois, cuir, etc.), il est illustré de photos afin d'être facilement interprétable auprès de tous les interlocuteurs en usine, quel que soit le pays ou le niveau d'éducation. Des formations sont également données sur des enjeux spécifiques correspondants aux risques potentiels identifiés sur un pays/zone/activité.</p> <p>Programmes de prévention locaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● coton bio en Inde (voir 2.2.2) ;</li> <li>● <i>Sea Food Task Force</i> (voir 2.2.5) ;</li> <li>● accord au Bangladesh (voir 2.4.4) ;</li> <li>● <i>Good Factory Standard</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● <i>Clean Water Project</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● <i>Better Buying Project</i> (voir 2.4.4).</li> </ul> <p>Formation et sensibilisation des collaborateurs et des fournisseurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● formations aux règles d'achat sociales (voir 2.2.4) ;</li> <li>● <i>Good Factory Standard</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● formation des collaborateurs et des fournisseurs au standard BSCI (voir 2.4.4) ;</li> <li>● projet <i>Better Buying</i> (voir 2.4.4).</li> </ul>	<p>2.4.3. 2.6.2.</p>
--	--------------------------

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

-	-
---	---

## 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 "Protéger, Réparer et Corriger"](#) 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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

- 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.).

- Les Principes directeurs suggèrent que cela doit inclure un engagement, par exemple de traiter le risque de causer ou contribuer à de graves violations des Droits de l'homme comme une question de conformité légale partout où la société opère.

<p>Carrefour a formalisé son engagement en faveur de la protection des droits humains et de l'environnement depuis 20 ans au travers de partenariats avec des ONG majeures dans ces domaines : le WWF pour la protection de l'environnement (1998), <i>UNI Global Union</i> pour les conditions de travail et les libertés fondamentales (2001), la FIDH pour les droits humains (2000). Le Groupe est signataire du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2001.</p> <p><b>LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE</b></p> <p>Les Principes Éthiques sont diffusés à l'ensemble des collaborateurs de Carrefour et signés par tout nouvel arrivant. Ils ont pour objectif de formaliser le cadre éthique dans lequel l'ensemble des collaborateurs du Groupe doivent exercer leur activité professionnelle au quotidien.</p> <p>Ce cadre de référence que chaque collaborateur doit connaître et respecter reprend les engagements portés par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la Déclaration Universelle des droits de l'Homme ;</li> <li>● les huit conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) ;</li> <li>● les principes directeurs de l'OCDE ;</li> <li>● les principes du Pacte mondial de l'ONU ;</li> <li>● les principes directeurs des Nations Unies ;</li> <li>● l'accord international avec l'UNI renouvelé en 2015.</li> </ul>	2.6.2
--	-------

- 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.

<p>Voir ci-dessus (2.6.2)</p> <p>+ LOYALTE DES PRATIQUES (2.6.1)</p> <p>Un dispositif éthique global applicable à l'ensemble des filiales et des collaborateurs du Groupe a été structuré et déployé à partir de 2010 autour de plusieurs éléments :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● un « Code de conduite professionnelle » formalisé en 2010 autour de 10 principes, revu et actualisé en 2014, renommé « Nos Principes Éthiques », diffusés à l'ensemble des collaborateurs dans tous les pays intégrés ;</li> <li>● une gouvernance assurée par des Comités éthiques (Groupe/Pays), dont l'organisation, les principes, rôles et responsabilités sont précisés dans des chartes. Le Comité éthique du Groupe est présidé par le Secrétaire Général du Groupe qui assure ainsi le lien avec les instances dirigeantes du Groupe ;</li> <li>● des dispositifs d'alerte locaux et un dispositif d'alerte global externalisé déployé à partir de décembre 2016 dans l'ensemble des pays, accessible 24h24 via Internet (<a href="http://ethique.carrefour.com">ethique.carrefour.com</a>) ou <i>hotline</i> téléphonique ;</li> <li>● un partage de « Nos Principes Éthiques » avec nos fournisseurs dans le cadre de chartes.</li> </ul>	2.6.2 2.6.1
--	----------------

■ 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.

<p>LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE Voir ci-dessus.</p> <p>+ CHARTE D'ENGAGEMENT FOURNISSEUR</p> <p>L'engagement des fournisseurs de produits de marques Carrefour se matérialise en premier lieu par la signature d'une Charte d'engagement fournisseurs, intégrée dans les contrats d'achats dans tous les pays. Élaborée dès 2000 dans sa version initiale, en partenariat avec la Fédération Internationale des Droits de l'Homme (FIDH), elle était anciennement appelée Charte sociale et éthique. Renommée et mise à jour en 2018 dans le cadre du Plan de vigilance (<i>détail en section 2.1.3</i>) elle intègre désormais la mise à disposition d'une ligne éthique, disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, dans toutes les langues du Groupe <i>via</i> Internet ou téléphone.</p> <p>Elle repose notamment sur la continuité du respect et de la promotion par Carrefour :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ;</li> <li>● des huit conventions fondamentales de l'OIT ;</li> <li>● des Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales ;</li> <li>● des dix Principes du Pacte mondial de l'ONU ;</li> <li>● des Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme des Nations Unies ;</li> <li>● de l'accord international signé avec l'<i>UNI Global Union</i>.</li> </ul> <p>Elle réaffirme les Principes Éthiques (<i>détail en section 2.6.2</i>) de Carrefour, qui établissent le cadre de référence de pratiques commerciales loyales et transparentes et partage ainsi ces principes d'actions avec les fournisseurs.</p>	2.6.2
--	-------

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

Voir ci-dessus	2.6.2 et 2.6.1
----------------	----------------

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

<p>DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIERE : Les informations détaillées dans le présent chapitre répondent aux exigences issues de l'Ordonnance n° 2017-1180 du 19 juillet 2017 et du décret n° 2017-1265 du 9 août 2017 instituant une Déclaration de Performance Extra-Financière (telle que détaillée notamment aux articles L. 225-102-1 et R. 225-105 et suivants du Code de commerce). La présentation de la RSE de Carrefour (Section 2.1) détaille en premier lieu le rôle de la RSE au sein de la stratégie du groupe Carrefour pour devenir leader de la transition alimentaire pour tous, l'organisation de la RSE au sein du Groupe et la méthode permettant à Carrefour de construire ses politiques RSE à partir des risques sociétaux qu'elle a identifiés sur la base de son modèle d'affaires. Ainsi l'ensemble des facteurs de risque sociétaux identifiés par le Groupe pour son activité font l'objet d'une politique RSE. La Figure 4 Section 2.1 présente les politiques correspondant à chacun de ces risques identifiés.</p> <p>DEVOIR DE VIGILANCE : Le présent chapitre présente (Section 2.6) le Plan de vigilance de Carrefour en matière de risques de non-respect des droits humains et des libertés fondamentales, d'atteinte grave à la santé et la sécurité des personnes et de dégradation de l'environnement, ainsi que son bilan d'effectivité sur l'année 2018. Il répond ainsi aux exigences de la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance.</p>	Chapitre 2
--	------------

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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

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

<p>Carrefour a formalisé son engagement en faveur de la protection des droits humains et de l'environnement depuis 20 ans au travers de partenariats avec des ONG majeures dans ces domaines : le WWF pour la protection de l'environnement (1998), <i>UNI Global Union</i> pour les conditions de travail et les libertés fondamentales (2001), la FIDH pour les droits humains (2000). Le Groupe est signataire du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2001. Carrefour fait également partie des entreprises pionnières qui ont mis en œuvre des initiatives concrètes d'amélioration des pratiques environnementales et sociales dans la chaîne d'approvisionnement : Initiative Clause Sociale, autodiagnostic développement durable des fournisseurs, etc. Le Groupe met en œuvre ces engagements au sein de ses activités propres et plus largement auprès de parties prenantes externes.</p> <p>+ LOYAUTE DES PRATIQUES (2.6.1)          + LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE (2.6.2)          + CHARTE D'ENGAGEMENT FOURNISSEUR (2.6.2)          + LA MISE A DISPOSITION D'UN SYSTEME D'ALERTE (2.6.2)          + S'ASSURER DE L'AMELIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL CHEZ NOS FOURNISSEURS (2.4.4)</p>	<p>2.4.4. Voir ci-dessus          2.6.1. Voir ci-dessus          2.6.2. Voir ci-dessus</p>
---	--

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

<p>METHODE DE CARTOGRAPHIE DES RISQUES (2.6.2)</p> <p>Carrefour a développé de longue date une culture de prise en compte de risques qui couvre notamment les risques de non respect des droits humains et des libertés fondamentales, les risques d'atteinte grave à la santé et la sécurité des personnes et les risques de dégradation de l'environnement, visés par la loi française du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance.</p> <p>La démarche de cartographie des risques, définie et conduite par la Direction risques et conformité du Groupe, vise à apporter au management du Groupe une vision globale des enjeux et des risques efficace, objective et aussi exhaustive que possible. Elle porte sur les risques liés aux activités et aux métiers du Groupe dans tous ses pays d'activité opérationnelle ou d'approvisionnement. Elle veille à associer dans l'identification et la revue des principaux risques, des parties prenantes internes et externes à Carrefour en fonction de leurs domaines d'expertise. Ainsi, la première étape d'élaboration de la cartographie des risques détaillée ci-dessous fait intervenir des consultations avec les équipes opérationnelles concernées ainsi qu'avec les ONG et syndicats partenaires de Carrefour.</p> <p>+ LOYAUTE DES PRATIQUES (2.6.1)          + LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE (2.6.2)          + CHARTE D'ENGAGEMENT FOURNISSEUR (2.6.2)          + LA MISE A DISPOSITION D'UN SYSTEME D'ALERTE (2.6.2)          + S'ASSURER DE L'AMELIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL CHEZ NOS FOURNISSEURS (2.4.4)</p>	<p>2.4.4. Voir ci-dessus          2.6.1. Voir ci-dessus          2.6.2. Voir ci-dessus</p>
--	--

Les Principes directeurs suggèrent que l'évaluation :

- Inclut le risque d'impacts pour lesquels l'entreprise peut être impliquée par ses propres activités, ses relations professionnelles, le pays et/ou le secteur d'activité
- Implique la consultation significative avec des groupes potentiellement affectés et d'autres parties prenantes pertinentes pour évaluer des impacts réels et potentiels aussi bien que les risques
- Soit continue et évolutive, adaptée à la taille et la complexité, et inclut dans les systèmes de gestion des risques

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

<p>+ LOYAUTE DES PRATIQUES (2.6.1)</p>	<p>2.6.1. Voir ci-dessus</p>
--	------------------------------

<p>+ LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE (2.6.2)  + FORMATION ET SENSIBILISATION DES COLLABORATEURS ET DES FOURNISSEURS :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● formations aux règles d'achat sociales (voir 2.2.4) ;</li> <li>● <i>Good Factory Standard</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● formation des collaborateurs et des fournisseurs au standard BSCI (voir 2.4.4) ;</li> <li>● projet <i>Better Buying</i> (voir 2.4.4).</li> </ul>	2.6.2. Voir ci-dessus
---	-----------------------

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

<p>LA MISE A DISPOSITION D'UN SYSTEME D'ALERTE (2.6.2)</p> <p>Dans le cadre de l'accord signé avec <i>UNI Global Union</i>, une procédure de gestion des litiges est intégrée permettant la remontée à l'UNI et la Direction de Carrefour de toute réclamation constatée par les représentants syndicaux ou par les équipes Carrefour et l'engagement d'en assurer le traitement.</p> <p>Le groupe Carrefour a de plus déployé un système d'alerte éthique propre permettant aux collaborateurs ou parties prenantes qui le souhaitent d'alerter sur des situations ou des comportements en contradiction avec les Principes Éthiques du Groupe. Ce système d'alerte couvre toutes les thématiques des Principes Éthiques, notamment les droits humains et l'environnement.</p>	2.6.2
---	-------

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

<p>ACTIONS DE PREVENTION DANS LES ACTIVITES DU GROUPE ET DE SES FILIALES</p> <p>Les Principes Éthiques, signés par les collaborateurs, portent l'engagement du Groupe. Carrefour déploie des organisations, politiques et méthodes visant à assurer leur respect et à prévenir leur atteinte en particulier en termes de droits humains et libertés fondamentales, de santé et sécurité des personnes, ainsi que d'environnement dans ses activités.</p> <p>Ces procédures de prévention des risques reposent sur le dialogue social, les politiques diversité et santé-sécurité ainsi qu'une politique environnementale ambitieuse.</p>	2.6.2
--	-------

■ Processus de prise de décision en interne, budget et surveillance pour répondre efficacement aux impacts sur les droits de l'Homme.

<p>LOYAUTE DES PRATIQUES (2.6.1)</p> <p>Un dispositif éthique global applicable à l'ensemble des filiales et des collaborateurs du Groupe a été structuré et déployé à partir de 2010 autour de plusieurs éléments :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● une gouvernance assurée par des Comités éthiques (Groupe/Pays), dont l'organisation, les principes, rôles et responsabilités sont précisés dans des chartes. Le Comité éthique du Groupe est présidé par le Secrétaire Général du Groupe qui assure ainsi le lien avec les instances dirigeantes du Groupe ;</li> <li>● des dispositifs d'alerte locaux et un dispositif d'alerte global externalisé déployé à partir de décembre 2016 dans l'ensemble des pays, accessible 24h24 via Internet (<i>ethique.carrefour.com</i>) ou <i>hotline</i> téléphonique ;</li> </ul>	2.6.1
---	-------

■ 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.

<p>PROGRAMMES DE CORRECTION ET D'ATTENUATION DES ATTEINTES GRAVES</p> <p>Le groupe Carrefour développe des programmes d'actions adaptés aux différentes situations induites par ses activités. Ces programmes peuvent être déployés soit au niveau du Groupe, soit au niveau d'un pays, soit seul soit avec des entreprises concurrentes ou encore dans le cadre des interactions du Groupe avec ses fournisseurs. Ils évoluent de plus en fonction des situations à risque identifiées dans le cadre des activités du Groupe, des éléments remontés via les dispositifs d'alerte ainsi que des résultats des audits réalisés.</p>	2.6.2
--	-------

■ 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.

<p>PROGRAMMES DE PREVENTION LOCAUX :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● coton bio en Inde (voir 2.2.2) ;</li> <li>● <i>Sea Food Task Force</i> (voir 2.2.5) ;</li> <li>● accord au Bangladesh (voir 2.4.4) ;</li> <li>● <i>Good Factory Standard</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● <i>Clean Water Project</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● <i>Better Buying Project</i> (voir 2.4.4).</li> </ul> <p>FORMATION ET SENSIBILISATION DES COLLABORATEURS ET DES FOURNISSEURS :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● formations aux règles d'achat sociales (voir 2.2.4) ;</li> <li>● <i>Good Factory Standard</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● formation des collaborateurs et des fournisseurs au standard BSCI (voir 2.4.4) ;</li> <li>● projet <i>Better Buying</i> (voir 2.4.4).</li> </ul> <p>LES ACTIONS DE LA FONDATION CARREFOUR POUR LE RESPECT DES LIBERTES FONDAMENTALES : La Fondation Carrefour accompagne des projets qui participent à la transition alimentaire pour tous et soutient des actions qui permettent aux personnes en situation d'exclusion de vivre plus dignement (voir 2.4.5. Être un commerçant solidaire).</p>	2.6.2
--	-------

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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- *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 dans ce domaine.*

-	-
---	---

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.

<p>Carrefour s'est engagé pour l'amélioration des conditions de travail et pour le respect des droits de l'Homme chez ses fournisseurs. Pour cela, Carrefour a mis en place des outils et des procédures permettant de contrôler et d'accompagner ses fournisseurs dans leur mise en conformité.</p> <p>REGLES D'ACHAT : Les Règles d'achat encadrent la conformité sociale et environnementale des achats de tous les produits contrôlés. En 2018, la règle de conformité sociale et environnementale des achats de produits contrôlés marchands et non marchands a été actualisée, notamment en ce qui concerne le périmètre d'application, le risque pays, les standards d'audit acceptés et la chaîne d'approvisionnement. Elles s'appliquent à toutes les entités du Groupe et à tous les pays de production en fonction de leurs niveaux de risque établis lors de la cartographie des risques pays.</p> <p>Elles stipulent :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la signature par tous les fournisseurs d'une Charte d'engagement ;</li> <li>● le processus et les règles de conformité des audits sociaux ;</li> <li>● la nomination par toutes les entités d'achat du Groupe d'une personne en charge de la conformité sociale et environnementale ;</li> <li>● un plan d'action visant la conformité aux règles d'achat spécifiques sur les étapes de production et les matières premières sensibles ;</li> </ul> <p>ACCOMPAGNEMENT ET FORMATION : Carrefour forme ses fournisseurs, en partenariat avec des consultants ou des ONG locales. Les équipes du <i>Sourcing</i> Carrefour déploient chaque année des programmes de formation spécifiques. Carrefour a par ailleurs élaboré le <i>Good Factory Standard</i>, un document pratique de formation. Décliné par secteurs et/ou par type de produit (bazar, textile, bois, cuir, etc.), il est illustré de photos afin d'être facilement interprétable auprès de tous les interlocuteurs en usine, quel que soit le pays ou le niveau d'éducation.</p> <p>En 2018, Carrefour renforce son accompagnement des fournisseurs directs en dotant les usines de formations et d'outils relatifs aux risques chez leurs propres fournisseurs au Bangladesh et en Inde. Carrefour accompagne également ses fournisseurs pour améliorer les performances RSE au sein de la chaîne d'approvisionnement en dehors de son périmètre direct. Carrefour a par exemple répertorié ses fournisseurs de rang 2 au Bangladesh (plus de 500 usines) et a réalisé</p>	2.4.4
--	-------

une cartographie des risques sociaux et environnementaux dans les usines. Carrefour a également développé un standard d'audit simplifié pour l'ensemble des fournisseurs de rang 2.	
---	--

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

Voir Ci-dessus	2.4.4
----------------	-------

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

<p>GOUVERNANCE DE LA RSE (2.1.1) : La Gouvernance de la transition alimentaire et de la RSE est assurée conjointement par trois organes de direction et le Secrétaire général du groupe Carrefour :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● le Comité Exécutif du groupe Carrefour définit la stratégie, les politiques et les objectifs RSE et évalue les performances RSE ;</li> <li>● le Conseil d'administration du groupe Carrefour valide la stratégie établie par le Comité Exécutif et en évalue la mise en œuvre. Réuni au sein d'un Comité RSE dédié, il s'est notamment prononcé en 2018 sur les projets de transition alimentaire et la mise en oeuvre du programme Act for Food (détail en section 2.4.1) dans les pays, la lutte contre le gaspillage alimentaire, et la politique emballage de Carrefour ;</li> <li>● le Secrétariat général du groupe Carrefour coordonne le déploiement de la transition alimentaire de façon cohérente dans l'ensemble du Groupe. Il est en charge du Comité d'orientation de la transition alimentaire.</li> </ul> <p>COMITE ETHIQUE (2.6.1) : Un dispositif éthique global applicable à l'ensemble des filiales et des collaborateurs du Groupe a été structuré et déployé à partir de 2010. La gouvernance assurée par des Comités éthiques (Groupe/Pays), dont l'organisation, les principes, rôles et responsabilités sont précisés dans des chartes. Le Comité éthique du Groupe est présidé par le Secrétaire Général du Groupe qui assure ainsi le lien avec les instances dirigeantes du Groupe ;</p>	2.1.1 2.6.1
---	----------------

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

<p>REGLES D'ACHAT : Voir ci-dessus (2.4.4).</p> <p>+ ACCOMPAGNEMENT ET FORMATION : Voir ci-dessus (2.4.4).</p> <p>+ PROGRAMMES DE CORRECTION ET D'ATTENUATION DES ATTEINTES GRAVES (2.6.2)</p> <p>Le groupe Carrefour développe des programmes d'actions adaptés aux différentes situations induites par ses activités. Ces programmes peuvent être déployés soit au niveau du Groupe, soit au niveau d'un pays, soit seul soit avec des entreprises concurrentes ou encore dans le cadre des interactions du Groupe avec ses fournisseurs. Ils évoluent de plus en fonction des situations à risque identifiées dans le cadre des activités du Groupe, des éléments remontés via les dispositifs d'alerte ainsi que des résultats des audits réalisés.</p>	2.4.4 2.6.2
---	----------------

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

<p>LA MISE A DISPOSITION D'UN SYSTEME D'ALERTE (2.6.2)</p> <p>Dans le cadre de l'accord signé avec <i>UNI Global Union</i>, une procédure de gestion des litiges est intégrée permettant la remontée à l'UNI et la Direction de Carrefour de toute réclamation constatée par les représentants syndicaux ou par les équipes Carrefour et l'engagement d'en assurer le traitement.</p> <p>Le groupe Carrefour a de plus déployé un système d'alerte éthique propre permettant aux collaborateurs ou parties prenantes qui le souhaitent d'alerter sur des situations ou des comportements en contradiction avec les Principes Éthiques du Groupe. Ce système d'alerte couvre toutes les thématiques des Principes Éthiques, notamment les droits humains et l'environnement.</p>	2.6.2
---	-------

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

- **Résultats du processus de « due diligence » :**  
Indicateurs GRI suggérés (G4) : [HR1](#) → Pourcentage et nombre total d'accords et de contrats d'investissement substantiels incluant des clauses relatives aux droits de l'Homme ou ayant fait

*l'objet d'un contrôle sur ce point. [HR9](#) → Nombre total et pourcentage de sites qui ont fait l'objet d'examens relatifs aux droits de l'Homme ou d'évaluations des impacts*

- ***Le reporting externe et formel d'opérations ou de contextes d'exploitation qui posent des risques d'impacts majeurs sur les droits de l'Homme.***
- ***Divulgation des principaux incidents impliquant l'entreprise***
- ***Résultat des processus de réparation d'impacts négatifs sur les droits de l'Homme***

*Indicateurs GRI suggérés (G4) : [HR12](#) → Nombre de griefs concernant les impacts sur les droits de l'Homme déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs.*

-	-
---	---

□

## 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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.

- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

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

- Bien que les 10 principes du Global Compact soient basés sur des conventions internationales, les entreprises sont encouragées à faire référence directement à ces documents pour démontrer leur compréhension détaillée de la signification sous-jacente des principes du Global Compact.

<p>LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE : Les Principes Éthiques sont diffusés à l'ensemble des collaborateurs de Carrefour et signés par tout nouvel arrivant. Ils ont pour objectif de formaliser le cadre éthique dans lequel l'ensemble des collaborateurs du Groupe doivent exercer leur activité professionnelle au quotidien.</p> <p>Ce cadre de référence que chaque collaborateur doit connaître et respecter reprend les engagements portés par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la Déclaration Universelle des droits de l'Homme ;</li> <li>● les huit conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) ;</li> <li>● les principes directeurs de l'OCDE ;</li> <li>● les principes du Pacte mondial de l'ONU ;</li> <li>● les principes directeurs des Nations Unies ;</li> <li>● l'accord international avec l'UNI renouvelé en 2015.</li> </ul> <p>UN DIALOGUE SOCIAL FORT ET CONSTRUCTIF : Pour favoriser le progrès individuel et collectif, le groupe Carrefour fait le choix de la concertation par un dialogue social interne et externe de qualité tant au niveau Groupe que dans les pays et entités. La volonté de Carrefour de s'assurer du respect des droits fondamentaux au travail dans ses différentes activités s'est concrétisée par la signature (dès 2001, puis renouvelée en 2015) d'un accord avec la Fédération Syndicale Internationale – UNI Global Union.</p> <p>POLITIQUE DIVERSITE : Carrefour est engagé dans la promotion de la diversité, notamment avec la signature en 2004 de la Charte de la diversité. Chaque année de nouveaux engagements confirment sa démarche globale et locale en faveur du respect des libertés fondamentales de chacun au travail.</p>	2.6.2
---	-------

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

Voir ci-dessus	2.6.2
----------------	-------

- 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).

Voir ci-dessus	2.6.2
----------------	-------

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

<p>CHARTRE D'ENGAGEMENT FOURNISSEUR</p> <p>L'engagement des fournisseurs de produits de marques Carrefour se matérialise en premier lieu par la signature d'une Charte d'engagement fournisseurs, intégrée dans les contrats d'achats dans tous les pays. Élaborée dès 2000 dans sa version initiale, en partenariat avec la Fédération Internationale des Droits de l'Homme (FIDH), elle était anciennement appelée Charte sociale et éthique. Renommée et mise à jour en 2018 dans le cadre du Plan de vigilance (<i>détail en section 2.1.3</i>) elle intègre désormais la mise à disposition d'une ligne éthique, disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, dans toutes les langues du Groupe <i>via</i> Internet ou téléphone.</p> <p>Elle repose notamment sur la continuité du respect et de la promotion par Carrefour :</p>	2.6.2
--	-------

<ul style="list-style-type: none"> <li>● de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ;</li> <li>● des huit conventions fondamentales de l'OIT ;</li> <li>● des Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales ;</li> <li>● des dix Principes du Pacte mondial de l'ONU ;</li> <li>● des Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme des Nations Unies ;</li> <li>● de l'accord international signé avec l'<i>UNI Global Union</i>.</li> </ul> <p>Elle réaffirme les Principes Éthiques (<i>détail en section 2.6.2</i>) de Carrefour, qui établissent le cadre de référence de pratiques commerciales loyales et transparentes et partage ainsi ces principes d'actions avec les fournisseurs.</p>	
---	--

■ 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.

- Exemples : *Intégration de groupes vulnérables/discriminés dans la main-d'œuvre (ex : personnes atteintes de handicap, d'origine étrangère, atteintes du VIH/SIDA, âges, jeunes, femmes) Salaire égal pour travail égal ; contribution aux stratégies nationales pour éliminer le travail forcé ou le travail des enfants.*

LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE : Voir ci-dessus. UN DIALOGUE SOCIAL FORT ET CONSTRUCTIF : Voir ci-dessus. POLITIQUE DIVERSITE : Voir ci-dessus.	2.6.2
--	-------

■ 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).

LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE : Voir ci-dessus. UN DIALOGUE SOCIAL FORT ET CONSTRUCTIF : Voir ci-dessus. POLITIQUE DIVERSITE : Voir ci-dessus.	2.6.2
--	-------

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

UN DIALOGUE SOCIAL FORT ET CONSTRUCTIF : Voir ci-dessus.	2.6.2
--	-------

□ 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**

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
  - *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.*

-	-
---	---

■ Évaluations des risques et impacts concernant les normes du travail.

<p>METHODE DE CARTOGRAPHIE DES RISQUES (2.6.2)</p> <p>Carrefour a développé de longue date une culture de prise en compte de risques qui couvre notamment les risques de non respect des droits humains et des libertés fondamentales, les risques d'atteinte grave à la santé et la sécurité des personnes et les risques de dégradation de l'environnement, visés par la loi française du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance.</p> <p>La démarche de cartographie des risques, définie et conduite par la Direction risques et conformité du Groupe, vise à apporter au management du Groupe une vision globale des enjeux</p>	2.6.2 2.4.4
---	----------------

<p>et des risques efficace, objective et aussi exhaustive que possible. Elle porte sur les risques liés aux activités et aux métiers du Groupe dans tous ses pays d'activité opérationnelle ou d'approvisionnement. Elle veille à associer dans l'identification et la revue des principaux risques, des parties prenantes internes et externes à Carrefour en fonction de leurs domaines d'expertise. Ainsi, la première étape d'élaboration de la cartographie des risques détaillée ci-dessous fait intervenir des consultations avec les équipes opérationnelles concernées ainsi qu'avec les ONG et syndicats partenaires de Carrefour.</p> <p>REGLES D'ACHAT (2.4.4) : Les Règles d'achat encadrent la conformité sociale et environnementale des achats de tous les produits contrôlés. En 2018, la règle de conformité sociale et environnementale des achats de produits contrôlés marchands et non marchands a été actualisée, notamment en ce qui concerne le périmètre d'application, le risque pays, les standards d'audit acceptés et la chaîne d'approvisionnement. Elles s'appliquent à toutes les entités du Groupe et à tous les pays de production en fonction de leurs niveaux de risque établis lors de la cartographie des risques pays.</p>	
--	--

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

<p>UN DIALOGUE SOCIAL FORT ET CONSTRUCTIF : Pour favoriser le progrès individuel et collectif, le groupe Carrefour fait le choix de la concertation par un dialogue social interne et externe de qualité tant au niveau Groupe que dans les pays et entités. La volonté de Carrefour de s'assurer du respect des droits fondamentaux au travail dans ses différentes activités s'est concrétisée par la signature (dès 2001, puis renouvelée en 2015) d'un accord avec la Fédération Syndicale Internationale – <i>UNI Global Union</i>.</p> <p>La qualité du dialogue social de Carrefour qui s'inscrit au-delà des simples obligations légales et réglementaires se décline dans tous les pays et entités du Groupe. Ainsi, en fonction des besoins identifiés localement, des réunions d'échanges et de concertation avec les représentants du personnel ou syndicaux peuvent être organisées et animées au niveau local, national ou transnational. Le respect de la liberté syndicale accompagné d'un dialogue social fort et constructif, qui se traduit également par de fréquentes négociations et des accords collectifs, assure la présence de représentants des collaborateurs dans quasiment toutes les activités du Groupe.</p>	2.2.6
--	-------

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

Voir ci-dessus	2.2.6
----------------	-------

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

LOYAUTE DES PRATIQUES (2.6.1)	2.6.1
+ LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE (2.6.2)	2.6.2
+ FORMATION ET SENSIBILISATION DES COLLABORATEURS ET DES FOURNISSEURS (2.6.2) :	2.2.4
<ul style="list-style-type: none"> <li>● formations aux règles d'achat sociales (voir 2.2.4) ;</li> <li>● <i>Good Factory Standard</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● formation des collaborateurs et des fournisseurs au standard BSCI (voir 2.4.4) ;</li> <li>● projet <i>Better Buying</i> (voir 2.4.4).</li> </ul>	2.4.4

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

CHARTRE D'ENGAGEMENT FOURNISSEUR (2.6.2)	2.6.2
--	-------

■ 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.

LA MISE A DISPOSITION D'UN SYSTEME D'ALERTE (2.6.2)	2.6.2
---	-------

□ 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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- *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.*

-	-
---	---

### ■ Système pour tracer et mesurer la performance basé sur des mesures de performance standardisées.

<p>REPORTING EXTRA-FINANCIER ANNUEL</p> <p>Le reporting RSE est à la fois le procédé de suivi et la communication de la performance extra financière. Le groupe Carrefour consolide annuellement ses performances par le biais de 22 indicateurs RSE. Mesurés depuis 2006, ces indicateurs suivent l'évolution de la performance du Groupe (<i>détail en section 2.7.1</i>). Le reporting fait l'objet d'un audit externe et donne lieu aux notations extra financières de Carrefour par les agences de notation.</p> <p>NOTATIONS DE LA PERFORMANCE EXTRAFINANCIERE</p> <p>La communication RSE est constituée de plusieurs supports et événements : le présent Document de Référence, les résultats financiers annuels, et enfin, les conférences, les journées, les réunions dédiées aux investisseurs et le club des actionnaires. Carrefour répond à des questionnaires d'ONG, d'investisseurs et d'agences de notation.</p>	2.1.2
---	-------

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

<p>UN DIALOGUE SOCIAL FORT ET CONSTRUCTIF (2.2.6)</p> <p>+ ASSURER DES RELATIONS SOCIALES DE QUALITE (2.5.3)</p> <p>Le groupe Carrefour a très tôt fait le choix de la concertation par un dialogue social renforcé, tant au niveau national qu'international. Le dialogue social est un élément essentiel de la culture du Groupe. Il contribue pleinement à la performance de l'entreprise et garantit un bon climat social sur l'ensemble des formats.</p> <p>L'année 2018 s'est caractérisée par un dialogue social important ayant permis de conjuguer transformation économique et commerciale et accompagnement social. C'est également dans ce contexte, et avec la volonté d'accompagner la mobilité professionnelle de ses salariés que Carrefour France a ouvert fin 2018 la négociation de son nouvel accord de gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC).</p>	2.2.6 2.5.3
---	----------------

### ■ 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.

<p>REGLES D'ACHAT (2.4.4) : Les Règles d'achat encadrent la conformité sociale et environnementale des achats de tous les produits contrôlés. En 2018, la règle de conformité sociale et environnementale des achats de produits contrôlés marchands et non marchands a été actualisée, notamment en ce qui concerne le périmètre d'application, le risque pays, les standards d'audit acceptés et la chaîne d'approvisionnement. Elles s'appliquent à toutes les entités du Groupe et à tous les pays de production en fonction de leurs niveaux de risque établis lors de la cartographie des risques pays.</p> <p>CONTROLE DU NIVEAU DE CONFORMITE SOCIALE DES FOURNISSEURS (2.6.2)</p> <p>Dans les pays identifiés comme à risque géographique, Carrefour met en place des contrôles systématiques avec un objectif de couverture par des audits sociaux de 100 % des usines fabriquant les produits à ses marques.</p> <p>Le processus intègre plusieurs étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● une revue préalable de la conformité de l'usine aux exigences sociales, environnementales et de qualité de base par les équipes de Carrefour ;</li> </ul>	2.2.4 2.2.6
---	----------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>● un audit initial non annoncé de préférence, réalisé par une société d'audit indépendante sélectionnée par Carrefour, selon un standard partagé avec d'autres marques qui détermine si l'usine peut être référencée ;</li> <li>● des audits de suivi non annoncés périodiques réalisés par une société d'audit indépendante afin de valider les actions mises en place ;</li> <li>● des audits spécifiques réalisés par une société extérieure ou des partenaires permettent de vérifier des éléments ponctuels ou précis concernant l'usine ou le fonctionnement des cabinets d'audit.</li> </ul> <p>Pour les fournisseurs situés en dehors des pays identifiés comme à risque, le système de contrôle est établi en fonction des risques liés à l'activité, aux problématiques locales et aux pratiques du fournisseur.</p>	
---	--

■ **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.**

<p><b>AUTODIAGNOSTIC DEVELOPPEMENT DURABLE (2.6.2)</b></p> <p>Depuis 2017, l'outil d'autodiagnostic développement durable conçu avec le WWF et initialement développé par Carrefour à destination des fournisseurs est désormais partagé avec d'autres entreprises par Internet sous le nom Valorise. Cet outil offre la possibilité aux fournisseurs de Carrefour de s'autoévaluer en matière de RSE et de s'améliorer, grâce à des conseils et exemples concrets.</p> <p><b>FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT DES FOURNISSEURS (2.4.4)</b></p> <p>Carrefour s'est engagé pour l'amélioration des conditions de travail et pour le respect des droits de l'Homme chez ses fournisseurs. Pour cela, Carrefour a mis en place des outils et des procédures permettant de contrôler et d'accompagner ses fournisseurs dans leur mise en conformité.</p> <p>Carrefour forme ses fournisseurs, en partenariat avec des consultants ou des ONG locales. Les équipes du <i>Sourcing</i> Carrefour déploient chaque année des programmes de formation spécifiques. Carrefour a par ailleurs élaboré le <i>Good FactoryStandard</i>, un document pratique de formation. Décliné par secteurs et/ou par type de produit (bazar, textile, bois, cuir, etc.), il est illustré de photos afin d'être facilement interprétable auprès de tous les interlocuteurs en usine, quel que soit le pays ou le niveau d'éducation.</p> <p>En 2018, Carrefour renforce son accompagnement des fournisseurs directs en dotant les usines de formations et d'outils relatifs aux risques chez leurs propres fournisseurs au Bangladesh et en Inde. Carrefour accompagne également ses fournisseurs pour améliorer les performances RSE au sein de la chaîne d'approvisionnement en dehors de son périmètre direct. Carrefour a par exemple répertorié ses fournisseurs de rang 2 au Bangladesh (plus de 500 usines) et a réalisé une cartographie des risques sociaux et environnementaux dans les usines. Carrefour a également développé un standard d'audit simplifié pour l'ensemble des fournisseurs de rang 2. Ce standard prend en compte les enjeux prioritaires spécifiques des différents pays.</p>	<p>2.6.2</p> <p>2.4.2</p>
---	---------------------------

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

- *Divulgarion des principaux incidents impliquant l'entreprise, déclaration de l'entreprise selon laquelle aucun abus concernant les normes du travail dans l'année passée. Indicateurs GRI G4 suggérés : G4-11 ; G4-HR3 ; G4-HR4 ; G4-HR5 ; G4-HR6*

-	-
---	---

**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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

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

<p>En 2004, Carrefour a signé la Charte de la diversité et a adopté un Code éthique.</p> <p>En 2015, la signature de l'accord international pour la promotion du dialogue social et de la diversité et pour le respect des droits fondamentaux au travail avec Union a mis l'accent sur la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes.</p>	2.5.3
---	-------

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

<p>4.8.1. PRINCIPAUX FACTEURS DE RISQUE ET INCERTITUDES : ENVIRONNEMENT</p> <p><i>Description du risque :</i> Dans le cadre de ses activités, le Groupe est potentiellement exposé à des risques environnementaux de natures très diverses, en lien avec la conception et la vente de produits, le transport de marchandises et l'exploitation de ses magasins et entrepôts. Ces activités peuvent en effet impacter l'environnement à travers notamment les méthodes de production des matières premières, le choix des emballages, la consommation de carburants, d'énergie ou encore de fluides réfrigérants.</p> <p><i>Gestion du risque :</i> L'évaluation des risques et enjeux environnementaux a pour objectif d'améliorer la connaissance, la compréhension des enjeux ainsi que leur prise en compte pour protéger les activités, les collaborateurs et les consommateurs. La préservation et la protection de l'environnement sont prises en considération par le Groupe, de même que les risques industriels, dans une logique de prévention, à travers des analyses et études, mais également la mise en œuvre opérationnelle de dispositifs de prévention ou de traitement. L'ensemble des actions visant à réduire l'empreinte environnementale des activités commerciales ainsi que les mesures prises pour réduire les effets du changement climatique sont présentées dans la section 2 du Document de Référence de la section qui est consacrée à la « Responsabilité Sociétale ». Alors que les réglementations visant à protéger l'environnement se développent dans de nombreux pays avec des consommateurs de plus en plus attentifs à cet enjeu, une attention particulière est portée à la gestion des ressources naturelles (bois, ressources halieutiques, eau...).</p> <p>2.1.3. METHODE RSE DE CARREFOUR</p> <p>La démarche de Responsabilité Sociétale de Carrefour fournit des outils pour soutenir l'ambition du Groupe de devenir leader de la transition alimentaire. À travers l'analyse de matérialité, le dialogue avec les parties prenantes, le renforcement de la gouvernance, ou encore l'accompagnement des métiers et de l'innovation, la RSE accompagne la transition alimentaire (voir Figure 2). La méthode RSE de Carrefour est composée de cinq étapes itératives :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. identifier les risques et les enjeux sociétaux ;</li> <li>2. analyser la matérialité ;</li> <li>3. dialoguer avec les parties prenantes ;</li> <li>4. définir et déployer les politiques, les plans d'action et les objectifs ;</li> <li>5. évaluer la performance RSE.</li> </ol>	<p>4.8.1. Principaux facteurs de risque et incertitude 2.1.3. Méthode RSE de Carrefour</p>
--	--

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

<p>POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE DU GROUPE CARREFOUR</p> <p>La stratégie RSE du groupe Carrefour intègre des enjeux liés à la prévention des atteintes graves envers l'environnement en réponse aux risques identifiés dans la cartographie. Les</p>	2.6.2
---	-------

<p>politiques du groupe Carrefour concernent les activités liées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● aux produits ;</li> <li>● aux magasins et au e-commerce.</li> </ul> <p>La politique de référencement et d'achat responsable du groupe Carrefour est renforcée d'année en année pour couvrir les principaux écosystèmes menacés et embarquer progressivement l'ensemble des parties prenantes, notamment les acteurs de sa chaîne d'approvisionnement, dans des démarches de production responsables. À ce jour, les politiques produits en lien avec la préservation de la biodiversité comportent les ambitions suivantes avec des objectifs formels attachés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● développer le bio accessible pour tous ;</li> <li>● développer l'agro-écologie ;</li> <li>● agir pour une pêche et une aquaculture responsable ;</li> <li>● s'engager pour une économie circulaire des emballages ;</li> <li>● agir pour protéger les forêts.</li> </ul> <p>Carrefour mobilise depuis 2013 les métiers, les fournisseurs et les clients avec le plan anti-gaspi, le plan pollinisateurs ou encore la politique de construction et rénovation durable. Les politiques du Groupe concernent toutes les formes de gaspillage ou d'atteinte à la biodiversité liées à l'activité de Carrefour. Les magasins ont ainsi des objectifs de réduction rattachés aux enjeux suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la lutte contre le gaspillage alimentaire ;</li> <li>● la réduction et la valorisation des déchets ;</li> <li>● la réduction des consommations d'énergie et l'engagement pour le climat ;</li> <li>● les économies d'eau ;</li> <li>● la réduction des impacts liés aux emballages ;</li> <li>● le développement de l'apiculture ;</li> <li>● la construction et la rénovation durables dans le respect de la biodiversité.</li> </ul>	
--	--

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

<p>LES REGLES D'ACHATS</p> <p>Les Règles d'achat encadrent la conformité sociale et environnementale des achats de tous les produits contrôlés, c'est-à-dire de tous les produits achetés par Carrefour, destinés à être commercialisés ou non, en alimentaire ou non alimentaire, qui répondent à un cahier des charges défini par Carrefour et font l'objet d'un contrôle qualité spécifique. En 2018, la règle de conformité sociale et environnementale des achats de produits contrôlés marchands et non marchands a été actualisée, notamment en ce qui concerne le périmètre d'application, le risque pays, les standards d'audit acceptés et la chaîne d'approvisionnement.</p>	2.4.4.
---	--------

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

<p>L'INDICE RSE ET TRANSITION ALIMENTAIRE DE CARREFOUR (2.1.3)</p> <p>En 2018, Carrefour a actualisé son indice RSE en ajoutant les objectifs relatifs à la transition alimentaire pour tous aux objectifs fixés antérieurement. Ainsi, les objectifs de vente de produits issus de l'agriculture biologique, le taux de pénétration des Filières Qualité Carrefour dans les ventes de produits frais ou encore le déploiement de programmes de communication Act for Food dans tous les pays ont été intégrés dans l'indice. Dès 2019, les performances du Groupe pour atteindre ces objectifs seront intégrées aux critères de rémunération des dirigeants. Les pourcentages d'atteinte des objectifs annuels serviront de base au calcul de la rémunération des dirigeants dans le cadre d'un plan <i>Long Term Incentive</i>. Au-delà du suivi de la performance RSE, cet indice est un outil de pilotage et de mobilisation des collaborateurs sur les sujets stratégiques en lien avec l'ambition du Groupe de devenir leader de la transition alimentaire pour tous.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 5 milliards d'euros de vente de produits biologiques d'ici 2022</li> <li>● 10 % de produits Filières Qualité Carrefour présents dans les produits frais d'ici 2022</li> <li>● 50 % des poissons Carrefour vendus issus de la pêche durable d'ici 2020</li> <li>● Déploiement d'un plan d'action forêts durables sur les produits liés à la déforestation d'ici 2020</li> <li>● 10 000 tonnes d'emballages économisés d'ici 2025</li> <li>● 50 % de réduction des déchets alimentaires d'ici 2025 vs 2016</li> <li>● 100 % des déchets valorisés d'ici 2025</li> <li>● 2 000 collaborateurs identifiés comme super-héros de la transition alimentaire en magasin d'ici 2020</li> </ul>	2.1.3
--	-------

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

-	-
---	---

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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
  - 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.

-	-
---	---

**Évaluations des risques et impacts environnementaux.**

2.1.3. Méthode RSE de Carrefour	2.1.3
---------------------------------	-------

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

<p>2.1.3. METHODE RSE DE CARREFOUR : voir par exemple les enjeux : « une politique générale en matière de référencement et d'achat responsable » ou « conception et réduction des emballages ».</p> <p>2.2. LES PRODUITS : Les produits sont au centre de l'activité de Carrefour. Au contact direct des clients, ils sont les témoins de la responsabilité sociétale de Carrefour et les preuves concrètes des actions menées pour atteindre son ambition de devenir leader de la transition alimentaire pour tous. La politique produit de Carrefour s'inscrit dans une démarche l'environnement auprès de tous les acteurs par la protection des historique de qualité et de sécurité, se poursuit par l'exigence forêts et le développement d'une économie circulaire. croissante de transparence et de traçabilité et par la quête toujours plus actuelle de bien-être par l'alimentation. Pour Carrefour, s'engager pour la transition alimentaire, c'est aussi assurer l'avenir des filières agroalimentaires en développant l'agroécologie et le bio accessible pour tous, en garantissant le bien-être animal et en agissant pour une pêche et une aquaculture responsables. C'est enfin chercher à oeuvrer pour le climat, la biodiversité et</p>	<p>2.1.3 2.2</p>
---	----------------------

**Attribution des responsabilités dans l'organisation.**

<p><b>DIRECTION RSE</b></p> <p>Directement rattachée au Secrétaire Général du Groupe et établie depuis plus de 10 ans, la Direction RSE du Groupe est garante de la mise en œuvre de la méthode RSE pour contribuer aux objectifs de Carrefour dans tous les pays. À travers ses différents outils, comme le dialogue avec les parties prenantes, l'innovation, l'intelligence collective, la RSE contribue à la stratégie du Groupe en faveur de la transition alimentaire.</p> <p>Pour mettre en œuvre ces missions, la Direction RSE du Groupe se compose de 9 personnes et collabore avec l'ensemble des métiers et Directions concernés, en particulier les Directions marchandises, <i>sourcing</i>, qualité et magasin. Les innovations et solutions sont définies conjointement, testées, puis déployées par les équipes opérationnelles. La RSE est organisée dans l'ensemble des pays du Groupe.</p> <p><b>ORGANISATION DANS LES PAYS, LES METIERS ET LES MAGASINS</b></p> <p>La mise en œuvre des politiques s'appuie sur les Directions des différents pays. Chaque pays dispose d'un correspondant RSE responsable de coordonner la mise en œuvre des projets RSE, qui travaille en étroite collaboration avec le correspondant en charge de la transition alimentaire. Au sein du Groupe, les métiers sont regroupés en pôles d'expertise internationale (marchandises, <i>supply chain</i>, qualité et RSE, technique, finance, etc.), qui constituent des vecteurs privilégiés d'échange d'informations entre les pays et les différents métiers. La RSE s'appuie sur l'ensemble de ces canaux pour travailler avec les équipes du Groupe.</p> <p>Enfin, la démarche RSE est également déployée à l'échelle de chaque magasin qui s'approprie et met en œuvre les actions et les engagements. Les magasins demeurent l'un des principaux lieux d'expression de la RSE, par exemple <i>via</i> la démarche Antigaspi, les partenariats avec les apiculteurs, les filières de traitement des déchets ou encore les dons alimentaires.</p>	<p>2.1.1. Gouvernance de la transition alimentaire et de la RSE</p>
---	---

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

<p>Voir ci-dessus</p> <p>+ FAITS MARQUANTS 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carrefour a annoncé le plan de transformation « Carrefour 2022 ». Le Groupe y présente son ambition : devenir le leader mondial de la transition alimentaire pour tous (détail en section 1.2). Carrefour a mis en place une gouvernance renforcée pour relever ce défi, désormais priorité du Groupe. Laurent Vallée, Secrétaire général du groupe Carrefour est nommé responsable de la transition alimentaire (détail en section 2.1.3).</li> <li>• Carrefour a lancé son premier <i>Food Transition Store Challenge International</i>, avec pour objectif de distinguer ses collaborateurs les plus investis dans la transition alimentaire pour l'animation quotidienne des magasins et l'entraînement de leurs collègues et clients en faveur d'une alimentation durable (détail en section 2.4.1)</li> </ul>	<p>2.1.1</p>
--	--------------

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.

-	-
---	---

**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**

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.

Cliquez ici pour entrer du texte.	Référence dans la COP
-----------------------------------	-----------------------

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

<p>REPORTING EXTRA-FINANCIER ANNUEL</p> <p>Le reporting RSE est à la fois le procédé de suivi et la communication de la performance extra financière. Le groupe Carrefour consolide annuellement ses performances par le biais de 22 indicateurs RSE. Mesurés depuis 2006, ces indicateurs suivent l'évolution de la performance du Groupe (<i>détail en section 2.7.1</i>). Le reporting fait l'objet d'un audit externe et donne lieu aux notations extra financières de Carrefour par les agences de notation.</p> <p>NOTATIONS DE LA PERFORMANCE EXTRAFINANCIERE</p> <p>La communication RSE est constituée de plusieurs supports et événements : le présent Document de Référence, les résultats financiers annuels, et enfin, les conférences, les journées, les réunions dédiées aux investisseurs et le club des actionnaires. Carrefour répond à des questionnaires d'ONG, d'investisseurs et d'agences de notation.</p>	2.1.3
---	-------

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

<p>La Gouvernance de la transition alimentaire et de la RSE est assurée conjointement par trois organes de direction et le Secrétaire général du groupe Carrefour :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● le Comité Exécutif du groupe Carrefour définit la stratégie, les politiques et les objectifs RSE et évalue les performances RSE ;</li> <li>● le Conseil d'administration du groupe Carrefour valide la stratégie établie par le Comité Exécutif et en évalue la mise en oeuvre. Réuni au sein d'un Comité RSE dédié, il s'est notamment prononcé en 2018 sur les projets de transition alimentaire et la mise en oeuvre du programme Act for Food (<i>détail en section 2.4.1</i>) dans les pays, la lutte contre le gaspillage alimentaire, et la politique emballage de Carrefour ;</li> <li>● le Secrétariat général du groupe Carrefour coordonne le déploiement de la transition alimentaire de façon cohérente dans l'ensemble du Groupe. Il est en charge du Comité d'orientation de la transition alimentaire.</li> </ul>	2.1.1. Gouvernance de la RSE et de la Transition Alimentaire
--	---

**■ Processus pour gérer les incidents.**

<p>PROGRAMMES DE CORRECTION ET D'ATTENUATION DES ATTEINTES GRAVES</p> <p>Le groupe Carrefour développe des programmes d'actions adaptés aux différentes situations induites par ses activités. Ces programmes peuvent être déployés soit au niveau du Groupe, soit au niveau d'un pays, soit seul soit avec des entreprises concurrentes ou encore dans le cadre des interactions du Groupe avec ses fournisseurs. Ils évoluent de plus en fonction des situations à risque identifiées dans le cadre des activités du Groupe, des éléments remontés via les dispositifs d'alerte ainsi que des résultats des audits réalisés.</p> <p>ACTIONS CORRECTIVES OU D'ATTENUATION COLLABORATIVES</p> <p>Carrefour est convaincu que le respect des droits de l'Homme et de l'environnement n'est pas un sujet de concurrence. Le Groupe privilégie dès que possible l'approche collaborative entre marques et parties prenantes afin de renforcer la portée des actions d'atténuation ou correctives et d'apporter une réponse coordonnée et structurée aux risques rencontrés. En cas d'atteinte aux droits humains ou à l'environnement, des programmes correctifs sont établis en collaboration avec les parties prenantes et les communautés locales concernées en fonction des situations auxquelles elles font face.</p> <p>Deux exemples emblématiques des derniers projets que le groupe Carrefour a ainsi mis en place ou auxquels il a collaboré pour atténuer ou remédier à des atteintes graves sont le <i>Clean Water Project</i> ou encore l'Accord Sécurité et Sûreté des bâtiments au Bangladesh (<a href="http://www.accordbangladesh.com">www.accordbangladesh.com</a>).</p>	2.6.2
---	-------

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

CONTROLE DU NIVEAU DE CONFORMITE ENVIRONNEMENTALE	Référence dans la COP
<p>Des audits environnementaux sont commandités chez les fournisseurs fabriquant des produits de marques Carrefour labellisés ou certifiés ou pour les sites ou processus présentant des risques pour l'environnement. Pour les risques majeurs identifiés, Carrefour met en place des projets spécifiques tels que le programme <i>Clean Water Project</i> en Asie afin de prévenir ou de remédier aux risques de pollution industrielle.</p> <p>Les éléments de santé et sécurité ainsi que le traitement de l'eau sont à ce jour intégrés dans les processus de contrôle de la conformité sociale de Carrefour. Les équipes de Carrefour sont en train de formaliser le niveau et les modalités de vigilance systématique de leurs fournisseurs sur la conformité globale en matière d'environnement au vu des actions déjà en place.</p> <p>Audits environnementaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Certification AB (voir 2.2.2) ;</li> <li>● Certification MSC et ASC (voir 2.2.5) ;</li> <li>● Certifications FSC et PEFC (voir 2.2.7) ;</li> <li>● Certification Ecolabel (voir 2.4.1).</li> </ul> <p>Contrôle et projets spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● intégration du standard BSCI dans les processus d'audits des fournisseurs (voir 2.4.4) ;</li> <li>● intégration d'exigences environnementales dans le <i>Good Factory Standard</i> (voir 2.4.4) ;</li> <li>● projet IPE pour évaluer la performance environnementale des usines en Chine (voir 2.4.4) ;</li> <li>● <i>Clean Water Project</i> en Asie (voir 2.4.4) ;</li> <li>● <i>Partnership for a Cleaner Textil</i> en Asie (voir 2.4.4) ;</li> <li>● coton bio - adhésion OCA (voir 2.2.2) ;</li> <li>● géoréférencement des fournisseurs de bœuf brésilien (voir 2.2.7).</li> </ul> <p>PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS</p> <p>Carrefour intègre des exigences environnementales au sein de ses outils et standards présentés ci-dessus (Règles d'achat, <i>Good Factory Standard</i>). En complément, Carrefour développe des projets localement pour répondre aux enjeux spécifiques de ses fournisseurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● au Bangladesh et en Inde, Carrefour a émis des lignes directrices sur la gestion des produits chimiques en usine : achat, stock, utilisation et rejet. Appelés <i>Carrefour Chemical Guidebook</i>, ces guides font l'objet de formation et de contrôles annuels non annoncés de la qualité de l'eau à la station d'épuration et de la bonne application du standard promu par <i>Business for Social Responsibility</i> (BSR) ;</li> <li>● au Bangladesh, Carrefour est membre de <i>Partnership for a Cleaner Textil</i>. Dans ce cadre, les usines Carrefour bangladaises dotées d'un process de lavage ou de teinturerie (30 % du parc du pays) ont reçu un audit et un accompagnement sur 6 mois à la consommation d'eau et d'énergie ;</li> <li>● en Chine, Carrefour travaille conjointement avec l'<i>Institute of Public &amp; Environmental Affairs</i> (IPE), une organisation à but non lucratif pour l'environnement et la recherche. Ce projet a pour objectif de remédier aux non-conformités de sa chaîne d'approvisionnement au regard des exigences légales chinoises en matière d'environnement. Carrefour a ainsi lancé la collecte de données environnementales de ses sous-traitants pour alimenter la plateforme IPE, et identifier les non-conformités environnementales potentielles. Celles-ci seront suivies de plans de mesures correctives.</li> </ul>	

- Résultats de l'intégration des principes relatifs à l'environnement.
- *Divulguer les principaux incidents impliquant l'entreprise ou rapporter que votre entreprise n'a pas eu d'accident en matière d'environnement dans l'année écoulée satisfait cette bonne pratique. Indicateurs GRI G4 suggérés : [G4 - EN 1-3](#) ; [5](#) ; [7](#) ; [8](#) ; [10](#) ; [13](#) ; [15-16](#) ; [19-21](#) ; [27-28](#)*

-	-
---	---

- 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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- *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 dans ce domaine.*

-	-
---	---

#### ■ Politique formalisée et publique de tolérance-zéro pour la corruption

<p>LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION</p> <p>Carrefour est engagé dans le développement d'une culture de confiance et d'intégrité au sein du Groupe et avec ses parties prenantes. L'éthique et l'intégrité font historiquement partie des valeurs de Carrefour. Carrefour refuse toute forme de corruption et respecte les lois anti-corruption applicables.</p> <p>Un dispositif éthique global applicable à l'ensemble des filiales et des collaborateurs du Groupe a été structuré et déployé à partir de 2010 autour de plusieurs éléments :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● un « Code de conduite professionnelle » formalisé en 2010 autour de 10 principes, revu et actualisé en 2014, renommé « Nos Principes Éthiques », diffusés à l'ensemble des collaborateurs dans tous les pays intégrés ;</li> <li>● ces documents affirment notamment le refus de toute forme de corruption ;</li> <li>● une gouvernance assurée par des Comités éthiques (Groupe/Pays), dont l'organisation, les principes, rôles et responsabilités sont précisés dans des chartes. Le Comité éthique du Groupe est présidé par le Secrétaire Général du Groupe qui assure ainsi le lien avec les instances dirigeantes du Groupe ; des dispositifs d'alerte locaux et un dispositif d'alerte global externalisé déployé à partir de décembre 2016 dans l'ensemble des pays, accessible 24h24 <i>via</i> Internet (<a href="mailto:ethique.carrefour.com">ethique.carrefour.com</a>) ou <i>hotline</i> téléphonique ;</li> <li>● un partage de « Nos Principes Éthiques » avec nos fournisseurs dans le cadre de chartes.</li> </ul> <p>Chaque filiale de nos pays d'implantation prend naturellement en compte les réglementations applicables localement, notamment en matière de corruption et met en place les programmes de mise en conformité adaptés ou appropriés.</p>	2.6.1
---	-------

#### ■ 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.

<p>LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION :</p> <p>Chaque filiale de nos pays d'implantation prend naturellement en compte les réglementations applicables localement, notamment en matière de corruption et met en place les programmes de mise en conformité adaptés ou appropriés.</p> <p>RELATION AVEC LES AUTORITES PUBLIQUES</p> <p>Le groupe Carrefour applique les règles en vigueur dans ses relations avec les autorités publiques et entend promouvoir des pratiques responsables lors de ces interactions. Dans l'ensemble de ses pays d'implantation, les relations avec les autorités publiques se déroulent dans un cadre éthique respectueux des réglementations en vigueur. À titre d'exemple, en France les actions de représentation d'intérêts de Carrefour sont inscrites, conformément à la loi Sapin 2, dans le registre des représentants d'intérêts, dont le suivi est assuré par la Haute Autorité sur la Transparence de la Vie Publique.</p>	2.6.1
---	-------

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

<p><b>LES PRINCIPES ETHIQUES : CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE (2.6.2)</b></p> <p>Les Principes Éthiques sont diffusés à l'ensemble des collaborateurs de Carrefour et signés par tout nouvel arrivant. Ils ont pour objectif de formaliser le cadre éthique dans lequel l'ensemble des collaborateurs du Groupe doivent exercer leur activité professionnelle au quotidien. Ce cadre de référence que chaque collaborateur doit connaître et respecter reprend les engagements portés par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la Déclaration Universelle des droits de l'Homme ;</li> <li>● les huit conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) ;</li> <li>● les principes directeurs de l'OCDE ;</li> <li>● les principes du Pacte mondial de l'ONU ;</li> <li>● les principes directeurs des Nations Unies ;</li> <li>● l'accord international avec l'UNI renouvelé en 2015.</li> </ul> <p><b>LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION (2.6.1)</b></p> <p>Carrefour est par ailleurs membre de Transparency International (France) depuis 2009 et participe à ce titre aux travaux de l'association.</p> <p>En 2018, Carrefour a souhaité également adhérer à l'association TRACE afin de profiter de son expertise et des outils développés, et en les mettant à disposition des filiales. L'adhésion à TRACE permet également d'échanger les bonnes pratiques et de participer à des rencontres au niveau régional/international avec d'autres entreprises membres.</p>	<p>2.6.1</p> <p>2.6.2</p>
--	---------------------------

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

Voir ci-dessus	2.6.1
----------------	-------

**Politique anti-corruption concernant les partenaires professionnels.**

<p><b>LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION : DES PRINCIPES PARTAGES AVEC L'ENSEMBLE DES PARTIES PRENANTES</b></p> <p>Carrefour est vigilant dans le choix de ses partenaires afin de s'assurer qu'ils partagent les convictions du Groupe en matière d'éthique. Tous les fournisseurs adhèrent aux principes éthiques de Carrefour <i>via</i> des chartes qui sont soit annexées aux contrats soit directement signées par eux. Carrefour attend des tiers avec lesquels le Groupe est en relation qu'ils mettent en place un dispositif de prévention visant à maîtriser les principaux risques de corruption en prenant en compte les spécificités de leur secteur d'activités et de leurs pays d'implantation. Ils doivent également mettre en place un dispositif d'information et de formation pour leurs collaborateurs exposés à ces risques. Chacun peut enfin signaler toute pratique ou action qu'il estime contraire ou incompatible avec l'un des principes énoncés en contactant la ligne d'alerte éthique du Groupe.</p>	2.6.1
---	-------

**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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- *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 dans ce domaine.*

-	-
---	---

### ■ Soutien de la Direction en matière d'anti-corruption

<p>La LUTTE CONTRE LA CORRUPTION</p> <p>La gouvernance est assurée par des Comités éthiques (Groupe/Pays), dont l'organisation, les principes, rôles et responsabilités sont précisés dans des chartes. Le Comité éthique du Groupe est présidé par le Secrétaire Général du Groupe qui assure ainsi le lien avec les instances dirigeantes du Groupe ;</p> <p>En 2016 et 2017, tous les Comités Exécutifs des pays dans lesquels Carrefour est présent ont consacré 3 heures à des échanges sur le thème « Éthique, comportements et responsabilités » lors desquels il a notamment été évoqué le sujet de la corruption, avec une part importante d'échanges sur des cas pratiques.</p>	2.6.1
---	-------

### ■ Réalisation d'évaluation des risques pour les potentielles zones de corruption

<p>UN DISPOSITIF RENFORCE A L'OCCASION DE LA MISE EN CONFORMITE PAR RAPPORT A LA LOI SAPIN 2</p> <p>Pour aller plus loin dans son engagement en matière de lutte contre la corruption, Carrefour a souhaité renforcer le dispositif existant à travers la réalisation et le déploiement de plusieurs éléments :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● une cartographie des risques de corruption et de trafic d'influence a été réalisée dans une approche plus globale des risques de conformité prenant en compte les principales nouvelles réglementations, notamment le Règlement européen général sur la protection des données personnelles (RGPD) et la loi du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre ;</li> <li>● cette cartographie identifie notamment des situations à risques en matière de corruption pour lesquelles des actions de prévention doivent être mises en oeuvre pour éviter la survenance et limiter les impacts ;</li> </ul>	2.6.1
--	-------

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

<p>UN DISPOSITIF RENFORCE A L'OCCASION DE LA MISE EN CONFORMITE PAR RAPPORT A LA LOI SAPIN 2</p> <p>Pour aller plus loin dans son engagement en matière de lutte contre la corruption, Carrefour a souhaité renforcer le dispositif existant à travers la réalisation et le déploiement de plusieurs éléments :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● une « Politique de lutte contre la corruption et le trafic d'influence » a été diffusée en février 2018 et est applicable à l'ensemble des entités du Groupe. Elle reprend notamment l'ensemble des principes ainsi que les positions à adopter et des exemples de situations concrètes ;</li> <li>● un important dispositif de sensibilisation et de formation a été déployé à destination des fonctions et des collaborateurs exposés, dans le cadre de réunions en présentiel avec déjà plusieurs milliers de collaborateurs formés, d'un <i>e-learning</i> et d'un <i>motion design</i> destiné à l'ensemble des collaborateurs du Groupe ;</li> </ul>	2.6.1
---	-------

### ■ Contrôles internes pour assurer la cohérence avec l'engagement anti-corruption

<p>Toutes les filiales locales ont ainsi développé et déployé depuis plusieurs années des procédures, des modules de formations et des dispositifs de prévention de la corruption et des conflits d'intérêts.</p> <p>D'un point de vue plus général, le référentiel des règles Groupe, cadre de contrôle interne du Groupe, constitue un élément important de prévention et fait l'objet d'une évaluation annuelle par</p>	2.6.1
--	-------

<p>les différentes entités, et de contrôle dans le cadre des missions d'Audit interne. Carrefour est par ailleurs membre de Transparency International (France) depuis 2009 et participe à ce titre aux travaux de l'association.</p> <p>En 2018, une analyse approfondie des procédures de contrôles comptables a été conduite avec l'assistance d'un cabinet spécialisé.</p>	
--	--

■ **Actions prises pour encourager les partenaires professionnels à prendre des engagements anti-corruption.**

<p>LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION : DES PRINCIPES PARTAGES AVEC L'ENSEMBLE DES PARTIES PRENANTES : Voir ci-dessus (critère 12).</p>	2.6.1
--	-------

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

<p>Un dispositif éthique global applicable à l'ensemble des filiales et des collaborateurs du Groupe a été structuré et déployé à partir de 2010 autour de plusieurs éléments :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● une gouvernance assurée par des Comités éthiques (Groupe/Pays), dont l'organisation, les principes, rôles et responsabilités sont précisés dans des chartes. Le Comité éthique du Groupe est présidé par le Secrétaire Général du Groupe qui assure ainsi le lien avec les instances dirigeantes du Groupe ;</li> </ul> <p>Chaque filiale de nos pays d'implantation prend naturellement en compte les réglementations applicables localement, notamment en matière de corruption et met en place les programmes de mise en conformité adaptés ou appropriés.</p>	2.6.1
--	-------

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

<p>Un dispositif éthique global applicable à l'ensemble des filiales et des collaborateurs du Groupe a été structuré et déployé à partir de 2010 autour de plusieurs éléments :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● des dispositifs d'alerte locaux et un dispositif d'alerte global externalisé déployé à partir de décembre 2016 dans l'ensemble des pays, accessible 24h24 <i>via</i> Internet (<i>ethique.carrefour.com</i>) ou <i>hotline</i> téléphonique ;</li> </ul>	2.6.1
---	-------

■ **Comptabilité interne et procédures d'audits concernant l'anti-corruption.**

Voir ci-dessus.	2.6.1
-----------------	-------

□ **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**

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- |                                     |   |       |
|-------------------------------------|---|-------|
| <input type="checkbox"/>            | Politiques, procédures et activités pertinentes que l'entreprise <u>planifie</u> d'entreprendre pour remplir ce critère, y compris des objectifs, plannings, mesures et ressources humaines dédiées.  | -     |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Examen de la direction pour contrôler et améliorer les résultats.   | 2.6.1 |
| <input type="checkbox"/>            | Processus pour gérer les incidents.   | -     |
| <input type="checkbox"/>            | Cas judiciaires publics concernant la corruption.   | -     |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Utilisation d'assurance externe indépendante pour les programmes anti-corruption.   | 2.6.1 |
| <input type="checkbox"/>            | Résultats de l'intégration des principes relatifs à la lutte contre la corruption. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Résultats de l'évaluation de la corruption potentielle et des canaux de communication, résultats des procédures soutenant la procédure anti-corruption, rapporter que votre entreprise n'a eu aucun accident en matière de lutte contre la corruption ans l'année écoulée.</i></li> </ul> Indicateurs GRI G4 suggérés : <a href="#">G4-SO3</a> ; <a href="#">G4-SO4</a> ; <a href="#">G4-SO5</a> | -     |
| <input type="checkbox"/>            | 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 de Développement Durable (ODD)
- 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 enjeux globaux, consultez [www.business.un.org](http://www.business.un.org)

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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- *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 dans ce domaine.*

-	-
---	---

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

<p>S'ASSOCIER AUX OBJECTIFS DU DEVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU :</p> <p>Carrefour soutient les 17 objectifs de développement durable (ODD) adoptés par les pays au sein de l'ONU et s'associe en particulier à sept ODD prioritaires auxquels il contribue par les objectifs concrets de son Indice RSE &amp; de transition alimentaire.</p> <p>Sept ODD prioritaires : 2, 3, 5, 12, 13, 14, 15</p>	<p>2.1.3. Méthode RSE de Carrefour</p>
--	--

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

<p>Voir ci-dessus</p> <p>+ L'INDICE RSE &amp; TRANSITION ALIMENTAIRE DE CARREFOUR : 17 objectifs dont 14 en lien avec les sept ODD prioritaires pour Carrefour. Dont 5 objectifs par exemples au sein de la catégorie « Produits » : produits Bio, Filières Qualité Carrefour, Pêche responsable, Forêts durables et Emballages responsables.</p>	<p>2.1.3. Méthode RSE de Carrefour</p>
---	--

- 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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

- 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>LA TRANSITION ALIMENTAIRE POUR TOUS (2.1.1) : Carrefour porte l'ambition d'être le leader de la transition alimentaire pour tous. Concrètement, Carrefour souhaite offrir à tous les consommateurs, tous les jours, une alimentation de qualité, fiable, partout et à un prix raisonnable. Cette ambition correspond à une transformation profonde des modèles de production et de distribution, ainsi qu'à une évolution forte des comportements de consommation. La transition alimentaire pour tous rassemble l'ensemble des objectifs et des valeurs du Groupe : ses actionnaires, son management, ses collaborateurs et ses partenaires lui permettent de tendre vers cette ambition.</p> <p>ETRE UN COMMERCANT SOLIDAIRE (2.4.5) : Créée en 2000, la Fondation d'entreprise Carrefour conduit des programmes de mécénat dans les pays d'implantation du Groupe. La Fondation Carrefour accompagne des projets qui participent à la transition alimentaire pour tous et soutient des actions qui permettent aux personnes en situation d'exclusion de vivre plus dignement.</p>	<p>2.1.1 2.4.5</p>
---	------------------------

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

<p>METHODE RSE DE CARREFOUR</p> <p>À travers ses différents outils, comme le dialogue avec les parties prenantes, l'innovation, l'intelligence collective, la RSE contribue à la stratégie du Groupe en faveur de la transition alimentaire.</p> <p>Carrefour a réalisé une analyse de risque à partir de son modèle d'affaires synthétiquement modélisé au chapitre 1.5.6. Cette analyse prend en compte l'environnement des affaires, la stratégie et gouvernance, les opérations liées à ses activités et les aspects financiers du modèle d'affaires. À partir de cette analyse des risques, à la lumière d'un diagnostic ISO 26000 et des objectifs du développement durable de l'ONU prioritaires pour Carrefour, les enjeux sociétaux majeurs ont été identifiés puis ont fait l'objet d'une analyse de matérialité (<i>détail en section 2.1.3</i>). Cette analyse est utilisée pour définir la stratégie RSE de Carrefour. Le dialogue avec les parties prenantes au travers du Comité d'orientation alimentaire, de panels et de concertation (<i>détail en section 2.1.3</i>) alimente également la stratégie de Carrefour.</p> <p>DIALOGUER AVEC LES PARTIES PRENANTES : EX :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comité d'orientation alimentaire</b> : Carrefour a créé en 2018 un Comité d'orientation alimentaire rassemblant sept personnalités externes engagées, évoluant dans des univers différents et concernées par les enjeux de l'alimentation : Lucie Basch, Fondatrice de la start-up Too Good To Go, Myriam Bouré, cofondatrice de Open Food, Emmanuel Faber, Président-Directeur Général de Danone, Jean Imbert, Chef engagé, François Mandin, Agriculteur en Vendée, Caroline Robert, Chef de service à Gustave Roussy, oncologue, Maxime de Rostolan, Fondateur de Fermes d'Avenir et de Blue Bees.</li> <li>• <b>Concertation et panels de parties prenantes</b> : Carrefour entretient en outre depuis de nombreuses années un dialogue continu avec ses parties prenantes. Ce dialogue doit permettre au Groupe de conserver une stratégie RSE pertinente, d'y associer de nouveaux engagements et de construire des programmes d'action adaptés.</li> </ul>	<p>2.1.3</p>
--	--------------

- 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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

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

<p><b>DIALOGUE SOCIAL</b> : En 2018, Carrefour a poursuivi sa démarche historique de promotion du dialogue social international. À l'occasion de son comité d'information et de concertation européen, le 3 octobre 2018, le groupe Carrefour – représenté par son Président-Directeur Général, Alexandre Bompard – et la fédération syndicale mondiale <i>UNI Global Union</i> – représentée par sa Secrétaire Générale, Christy Hoffman – ont reconduit leur accord-cadre mondial. Celui-ci vise à promouvoir le dialogue social et la diversité, ainsi qu'à garantir la protection des principes et droits fondamentaux sur le lieu de travail. Cet accord prend en compte de nouvelles dispositions en matière de lutte contre les violences sexistes. Sujet particulièrement important qui fait écho à la négociation en cours à l'OIT d'une nouvelle convention sur les violences au travail et le harcèlement. Ces accords mondiaux sont incontestables puisqu'ils sont désormais reconnus au G20.</p> <p><b>DIVERSITE</b> : Groupe multilocal et de proximité, Carrefour est attaché, depuis sa création, à refléter et à intégrer la diversité et la mixité sociale de ses lieux d'implantation. Pour valoriser cette richesse, Carrefour s'est engagé très tôt dans la promotion de la diversité (signature de la Charte de la diversité en 2004). En 2018, à travers six engagements, une nouvelle charte est venue renforcer l'engagement de Carrefour, et des entreprises signataires. Elle prolonge la lutte contre toute forme de discrimination tout en poursuivant les actions concrètes en faveur de l'égalité des chances face à l'emploi.</p>	<p>2.5.3 2.5.4</p>
---	------------------------

### ■ 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.

Voir ci-dessus	2.5.3 2.5.4
----------------	----------------

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

-	-
---	---

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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

- 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».

<p>Carrefour a formalisé son engagement en faveur de la protection des droits humains et de l'environnement depuis 20 ans au travers de partenariats avec des ONG majeures dans ces domaines : le WWF pour la protection de l'environnement (1998), UNI Global Union pour les conditions de travail et les libertés fondamentales (2001), la FIDH pour les droits humains (2000).</p> <p>Le Groupe est signataire du Pacte mondial des Nations unies depuis 2001.</p> <p>Carrefour fait également partie des entreprises pionnières qui ont mis en oeuvre des initiatives concrètes d'amélioration des pratiques environnementales et sociales dans la chaîne d'approvisionnement : Initiative Clause Sociale, autodiagnostic développement durable des fournisseurs, etc. L'ensemble de ces engagements - dont le Groupe est signataire auprès de parties prenantes externes - est porté en interne pour les activités propres de Carrefour et auprès de ses collaborateurs par la stratégie de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise.</p>	2.6.1. Devoir de vigilance
--	----------------------------

- 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).

<p>FAITS MARQUANTS 2018 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dans le cadre de son engagement au sein du <i>Consumer Goods Forum</i>, Carrefour finalise le développement d'un outil permettant de mesurer et de suivre le gaspillage alimentaire en magasin. L'outil est basé sur la norme de comptabilisation des déchets alimentaires du <i>Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard</i> (détail en section 2.3.1) ;</li> <li>• Carrefour s'est engagé pour lutter contre les violences faites aux femmes en tant que membre de l'initiative européenne CEASE. Drames survenant principalement dans la sphère privée, ils ont un fort impact sur l'ensemble de la vie des femmes et entravent leurs vies professionnelles (voir section 2.5.4) ;</li> <li>• à la suite du lancement en 2018 de la première <i>blockchain</i> alimentaire d'Europe, Carrefour a rejoint la plateforme IBM Food Trust afin de mettre en place un standard mondial de traçabilité alimentaire entre tous les maillons de la chaîne depuis le producteur jusqu'aux canaux de vente. Le Groupe s'est engagé à étendre la technologie <i>blockchain</i> à l'ensemble des Filières Qualité Carrefour d'ici 2022 (détail en section 2.2.1) ;</li> <li>• Carrefour s'est fixé l'objectif d'atteindre 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires issu des ventes de produits biologiques d'ici 2022. Pour accélérer cette transformation, Carrefour France a accompagné dans leur conversion au bio les agriculteurs de 31 filières, et a lancé un contrat spécifique de soutien à la démarche avec le WWF® (détail en section 2.2.2) ;</li> <li>• Carrefour a pris l'engagement de disposer de l'offre la plus large de produits issus de la pêche durable d'ici 2022. Dans cette perspective, Carrefour Brésil a signé un accord de partenariat inédit avec le programme <i>Seafood Watch</i>, dirigé par le Monterey Bay Aquarium®, afin de cartographier sa chaîne d'approvisionnement halieutique au Brésil (détail en section 2.2.5). Par ailleurs, l'état des lieux publié par le <i>Marine Stewardship Council</i> (MSC) en France a révélé que « Carrefour est en avance avec plus de 75 références portant le label » (détail en section 2.2.5) ;</li> <li>• Carrefour a annoncé une nouvelle ambition : 100 % d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables pour les marques Carrefour à horizon 2025. Carrefour a par ailleurs signé en décembre 2018 la <i>Global Declaration On Plastics</i>, initiée par la Fondation Ellen MacArthur aux côtés de concurrents internationaux, de grandes</li> </ul>	2.1.2
---	-------

<p>marques et d'ONG pour faire de cet objectif un standard du marché (<i>détail en section 2.2.6</i>) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carrefour s'engage en faveur du bien-être animal et lance un audit indépendant dans 100 % des abattoirs fournissant les marques Carrefour, Carrefour Bio, Reflets de France, ainsi que les Filières Qualité Carrefour, selon le référentiel de Protection animale établi par l'association spécialisée OEuvre d'assistance aux bêtes d'abattoirs (OABA)(<i>détail en section 2.2.4</i>) ;</li> </ul>	
---	--

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

<p>En 2018, Carrefour a prolongé l'initiative lancée fin 2017 pour promouvoir les graines de paysans en élargissement de son offre de fruits et légumes issus de semences paysannes, avec comme objectif de doubler ses ventes de produits issus de graines de paysans en France d'ici 2022 (<i>détail en section 2.2.3</i>) ;</p>	<p>2.1.2. Faits marquants 2018</p>
--	------------------------------------

## Gouvernance et leadership de la RSE

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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.
- 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 dans ce domaine.

Cliquez ici pour entrer du texte.	Référence dans la COP
-----------------------------------	-----------------------

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

<p>Carrefour est signataire du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2001. Carrefour soutient les ODD.</p> <p>LA TRANSITION ALIMENTAIRE POUR TOUS : Carrefour porte l'ambition d'être le leader de la transition alimentaire pour tous. Concrètement, Carrefour souhaite offrir à tous les consommateurs, tous les jours, une alimentation de qualité, fiable, partout et à un prix raisonnable. Cette ambition correspond à une transformation profonde des modèles de production et de distribution, ainsi qu'à une évolution forte des comportements de consommation. La transition alimentaire pour tous rassemble l'ensemble des objectifs et des valeurs du Groupe : ses actionnaires, son management, ses collaborateurs et ses partenaires lui permettent de tendre vers cette ambition.</p> <p>RAISON D'ETRE DE CARREFOUR (1.8) : « Notre mission est de proposer à nos clients des services, des produits et une alimentation de qualité et accessibles à tous à travers l'ensemble des canaux de distribution. Grâce à la compétence de nos collaborateurs, à une démarche responsable et pluriculturelle, à notre ancrage dans les territoires et à notre capacité d'adaptation aux modes de production et de consommation, nous avons pour ambition d'être leader de la transition alimentaire pour tous. »</p>	<p>1.8 2.1.1 2.1.3 2.6.1</p>
---	--

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

Voir ci-dessus	Référence dans la COP
----------------	-----------------------

- 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.

Voir ci-dessus	Référence dans la COP
----------------	-----------------------

- 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.

<p>L'INDICE RSE ET DE TRANSITION ALIMENTAIRE DE CARREFOUR</p> <p>En 2018, Carrefour a actualisé son indice RSE en ajoutant les objectifs relatifs à la transition alimentaire pour tous aux objectifs fixés antérieurement. Ainsi, les objectifs de vente de produits issus de l'agriculture biologique, le taux de pénétration des Filières Qualité Carrefour dans les ventes de produits frais ou encore le déploiement de programmes de communication Act for Food dans tous les pays ont été intégrés dans l'indice. Dès 2019, les performances du Groupe pour atteindre ces objectifs seront intégrées aux critères de rémunération des dirigeants. Les pourcentages d'atteinte des objectifs annuels serviront de base au calcul de la rémunération des dirigeants dans le cadre d'un plan <i>Long Term Incentive</i>. Au-delà du suivi de la performance RSE, cet indice est un outil de pilotage et de mobilisation des collaborateurs sur les sujets stratégiques en lien avec l'ambition du Groupe de devenir leader de la transition alimentaire pour tous.</p>	<p>2.1.3</p>
--	--------------

- 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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.

- *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 dans ce domaine.*

-	-
---	---

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

<p>La Gouvernance de la transition alimentaire et de la RSE est assurée conjointement par trois organes de direction et le Secrétaire général du groupe Carrefour. Le Conseil d'administration du groupe Carrefour valide la stratégie établie par le Comité Exécutif et en évalue la mise en œuvre. Réuni au sein d'un Comité RSE dédié, il s'est notamment prononcé en 2018 sur les projets de transition alimentaire et la mise en oeuvre du programme Act for Food (détail en section 2.4.1) dans les pays, la lutte contre le gaspillage alimentaire, et la politique emballage de Carrefour ;</p>	<p>2.1.1 La responsabilité sociétale de Carrefour =&gt; Gouvernance de la RSE et de la transition alimentaire</p>
---	---

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

<p>Voir ci-dessus</p>	<p>2.1.1 La responsabilité sociétale de Carrefour =&gt; Gouvernance de la RSE et de la transition alimentaire</p>
-----------------------	---

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

<p>Le Comité RSE évalue la performance RSE.</p>	<p>2.1.1 La responsabilité sociétale de Carrefour =&gt; Figure 2</p>
---	--

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

-	-
---	---

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

Indiquer laquelle ou lesquelles des bonnes pratiques suivantes sont décrites dans votre COP :

- 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.

- 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 dans ce domaine.

-	-
---	---

- 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.

- Consultation régulière des parties prenantes dans les domaines des droits de l'Homme, des Normes du travail, de l'environnement et de l'anti-corrupcion. Liste des groupes de parties prenantes impliqués par l'entreprise. Développer un processus d'identification des parties prenantes clés et divulguer les résultats des consultations.

<p>METHODE RSE DE CARREFOUR</p> <p>La démarche de Responsabilité Sociétale de Carrefour fournit des outils pour soutenir l'ambition du Groupe de devenir leader de la transition alimentaire. À travers l'analyse de matérialité, le dialogue avec les parties prenantes, le renforcement de la gouvernance, ou encore l'accompagnement des métiers et de l'innovation, la RSE accompagne la transition alimentaire (voir Figure 2). La méthode RSE de Carrefour est composée de cinq étapes itératives :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. identifier les risques et les enjeux sociétaux ;</li> <li>2. analyser la matérialité ;</li> <li>3. dialoguer avec les parties prenantes ;</li> <li>4. définir et déployer les politiques, les plans d'action et les objectifs ;</li> <li>5. évaluer la performance RSE.</li> </ol> <p>À partir de cette analyse des risques, à la lumière d'un diagnostic ISO 26000 et des objectifs du développement durable de l'ONU prioritaires pour Carrefour, les enjeux sociétaux majeurs ont été identifiés puis ont fait l'objet d'une analyse de matérialité (détail en section 2.1.3). Cette analyse est utilisée pour définir la stratégie RSE de Carrefour. Le dialogue avec les parties prenantes au travers du Comité d'orientation alimentaire, de panels et de concertation (détail en section 2.1.3) alimente également la stratégie de Carrefour.</p> <p>DIALOGUER AVEC LES PARTIES PRENANTES</p> <p><b>Comité d'orientation alimentaire :</b> Carrefour a créé en 2018 un Comité d'orientation alimentaire rassemblant sept personnalités externes engagées, évoluant dans des univers différents et concernées par les enjeux de l'alimentation : Lucie Basch, Fondatrice de la start-up Too Good To Go, Myriam Bouré, cofondatrice de Open Food, Emmanuel Faber, Président-Directeur Général de Danone, Jean Imbert, Chef engagé, François Mandin, Agriculteur en Vendée, Caroline Robert, Chef de service à Gustave Roussy, oncologue, Maxime de Rostolan, Fondateur de Fermes d'Avenir et de Blue Bees. Les membres du Comité accompagnent Carrefour dans la transformation de son modèle. Ils participent à des projets concrets liés à la transition alimentaire, partagent des bonnes pratiques, sont force de proposition et mènent des réflexions prospectives sur les évolutions de la consommation alimentaire. Le Comité se réunira deux fois par an. En 2018, la première session a porté sur quatre thèmes de la transition alimentaire : le gaspillage alimentaire, les coûts complets de l'alimentation, l'agriculture de conservation des sols et les nouveaux modèles de commerce et de magasins. Chacun de ces thèmes est suivi par des groupes de travail impliquant les équipes de Carrefour et les membres du Comité.</p> <p><b>Concertation et panels de parties prenantes :</b> Carrefour entretient en outre depuis de nombreuses années un dialogue continu avec ses parties prenantes. Ce dialogue doit permettre au Groupe de conserver une stratégie RSE pertinente, d'y associer de nouveaux engagements et de construire des programmes d'action adaptés. Investisseurs et fournisseurs sont alors réunis pour apporter leurs expertises ou leurs points de vue sur le sujet. En 2018, cinq concertations ont été organisées sur la production d'œufs issus d'élevage hors cage, la transition alimentaire et le climat, l'agriculture urbaine, la protection des forêts et l'agroécologie dans les grandes cultures. Plusieurs fois par an, Carrefour organise des sessions de travail pour aboutir à des recommandations opérationnelles sur un thème précis de la RSE. Une cinquantaine de personnes, issues du Groupe, d'ONG, d'administrations, ainsi que des clients, Carrefour mène en outre des programmes d'actions à long terme avec des associations, notamment avec le WWF® depuis 1998 (détail en sections 2.2.2, 2.2.7, 2.4.3, 2.4.5) et avec la FIDH depuis 2008 (détail en section 2.4.3).</p>	<p>2.1.3. Méthode RSE de Carrefour =&gt; Dialoguer avec les parties prenantes.</p>
---	--

<p><b>Agences de notation et investisseurs :</b> Carrefour s'attache à répondre à une sélection de questionnaires des ONG, des investisseurs et des agences de notation (détail des résultats du CDP, de Oekom, de Sustainalytics et de l'indice DJSI par RobecoSAM à la section « <i>Évaluer les performances</i> »). Carrefour organise également des événements d'information spécifiques à destination des investisseurs et participe à des conférences d'investissement socialement responsable (ISR), afin de répondre aux marchés financiers sur les sujets RSE.</p> <p><b>Dialogue social :</b> Cette démarche s'accomplit également à travers un dialogue social fort. Carrefour promeut la liberté syndicale et le droit à la négociation collective dans ses pays d'implantation. Carrefour est ainsi le premier distributeur à avoir signé un accord avec l'<i>Union Network International</i>, fondement du dialogue social au sein du Groupe, et renouvelé en 2018 (détail en section 2.5.3). Au sein du comité d'information et de concertation européen, le groupe de travail RSE se réunit 3 fois par an afin d'associer les représentants du personnel à l'élaboration des plans d'action et les consulter sur les innovations.</p>	
---	--

- 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.

Voir ci-dessus.	2.1.3. La méthode RSE de Carrefour
-----------------	------------------------------------

- 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. cidessus).	2.1.3. La méthode RSE de Carrefour
--	------------------------------------

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

Cliquez ici pour entrer du texte.	Référence dans la COP
-----------------------------------	-----------------------

