

Engagements individuels pris en (2020 ou 2021)										Bilan			Reporting/Communication							
Intitulé de l'engagement individuel	Périmètre	Indicateur / Objectif associé	Échéance ou période de mise en œuvre	Lien avec les engagements communs										Etat de l'action	Résultats partiels/définitifs de l'action	Commentaires (3-15 lignes maximum)	Communication	Support	Modes de vérification	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10							
Promouvoir et développer une agriculture durable	Groupe	10% de taux de pénétration de ces filières dans les produits frais	Fin 2022	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	Taux de pénétration des Filières Qualité Carrefour au sein des produits frais : 2020 : 7,4% 2021 : 7,2% (-0,2 pt vs 2020)	Cible modifiée. On est passé de 2022 à 2025 pour l'objectif des 1	Communiqué	Lien : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 60	Auditées par OTI
	Groupe	100% des produits Filières Qualité Carrefour portant une innovation en matière d'agroécologie (comme "cultivé sans pesticides chimiques", "élevé sans antibiotiques", "nourris sans OGM", etc) et	Fin 2022	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	-	La méthodologie de reporting a été développée en 2021. A 2022, le taux de pénétration des Filières Qualité Carrefour engagées dans une démarche agroécologique au sein des Filières Qualité Carrefour (au sein des produits frais) était de 6,5% sur le périmètre France. La démarche sera étendue à l'ensemble des pays intégrés du Groupe en 2023.	Non communiqué à date	-	-
	Groupe	4,8 Md€ de ventes de produits biologiques versus 1,3 Md€ en 2017 dans l'ensemble des géographies du Groupe. Cet engagement concerne les produits alimentaires et cosmétiques et représente une progression de près de 30 % par an, supérieure aux croissances du bio dans les différents pays où le groupe est présent	Fin 2022	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	Chiffre d'affaires issu des ventes de produits bio : 2020 : 2,72 Milliards d'euros 2021 : 2,73 Milliards d'euros (+0,4% vs 2020). Périmètre de la donnée : rayons alimentaires, droguerie, parfumerie et hygiène.	L'objectif a été modifié avec le nouveau plan stratégique Carrefour 2026 : 8 Mds€ de CA de produits certifiés durables d'ici 2026	Communiqué	Lien : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 60	Auditées par OTI
Protéger les forêts	Groupe	100% de l'huile de palme des produits de marque Carrefour certifiée RSPO Ségrégué ou Mass Balance	Fin 2020	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	Part d'huile de palme utilisée dans les produits contrôlés certifiée RSPO ou équivalent : 2020 : 86,2% 2021 : 99,4% (+13,2 pts vs 2020). Calcul réalisé à partir du poids de matière première contenu dans les produits.	Des efforts conséquents ont été réalisés en 2021 pour assurer la certification RSPO ségrégué ou mass balance de la quasi-totalité (99,4%) de l'huile de palme contenue dans les produits de marque Carrefour. L'objectif avait initialement pour échéance 2020 mais cette échéance a été décalée à 2022.	Communiqué	Lien : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 63	Auditées par OTI	
	Brésil	100 % du bœuf commercialisé par le groupe au Brésil issus de fournisseurs géo-monitrés pour s'assurer que l'élevage n'empiète pas sur des zones forestières (environ 24 000 tonnes par an commercialisées au Brésil).	Fin 2020	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Menée à terme	En 2020, le % de fournisseurs brésiliens géoréférencés était de 100% où les données de plus de 6 000 fermes ont été renseignées. Un nouvel objectif a été défini avec un périmètre d'application élargi. En 2021, le % de fournisseurs brésiliens géo-monitrés et conformes à notre politique forêt ou engagés dans une politique ambitieuse de lutte contre la déforestation était de 86,9% (+14,9% vs 2020).	Carrefour Brésil a atteint son objectif en 2020, avec 100% des fournisseurs de viande fraîche ou surgelée géo-monitrés. En 2021, Carrefour a étendu le géo-monitoring de ses approvisionnements de bœuf brésiliens pour Atacadao au Brésil. Carrefour Brésil et Atacadao pilotent ainsi par géo-référencement plus de 40 000 fermes.	Communiqué	Lien URD 2020 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2021-05/Carrefour-DEU2020-FR_03_4.pdf Page 71 Lien URD 2021 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf	Auditées par OTI	
	Groupe	100 % des 10 familles de produits prioritaires pour le bois et papier conformes à la politique « Zéro Déforestation » pour les marques de Carrefour (selon un cahier des charges spécifiant une origine à faible risque, une certification crédible ou une matière recyclée).	Fin 2020	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	Part des ventes des produits aux marques de Carrefour, dans les 10 familles prioritaires, issus de forêts durables : 2020 : 70,2% 2021 : 79,5% (+9,3 pts vs 2020)	L'année cible a été suspendue. Initialement à 2020, l'objectif est toujours suivi sans échéance dans le temps.	Communiqué	Lien : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 63	Auditées par OTI	
	Groupe	100 % des pays du groupe proposent des filières animales nourries au soja local non issu de la déforestation, en complément de ses filières nourries sans OGM.	Fin 2020	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Menée à terme	En 2020, le % de pays ayant développé des Filières avec une alimentation animale zéro déforestation était de 100%.	L'objectif d'une filière avec une alimentation animale zéro déforestation est atteint dans tous les pays intégrés du Groupe. Le Groupe a donc développé un nouvel objectif : 100% de Filières Qualité Carrefour et autres produits clés à marque Carrefour utilisant du soja zéro déforestation pour l'alimentation à fin 2025. En 2021, le % des Filières Qualité Carrefour et autres produits clés à marque Carrefour utilisant du soja zéro déforestation pour l'alimentation animale était de 2,9%	Communiqué	Lien URD 2020 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2021-05/Carrefour-DEU2020-FR_03_4.pdf Page 71 Lien URD 2021 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 63	Auditées par OTI	
Proposer une offre de produits de la mer respectueuse des ressources marines	Groupe	50 % des poissons Carrefour vendus issus de la pêche durable.	Fin 2020	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	% de ventes de produits de la pêche et de l'aquaculture issues d'une démarche responsable : 37,4% en 2021. La méthodologie de reporting n'était pas encore développée en 2020.	Carrefour renforce son ambition concernant la pêche durable en 2020 et annonce un nouvel objectif. Le Groupe inclut dans le périmètre de son engagement les marques nationales pour l'ensemble des rayons et se fixe pour objectif d'atteindre 50 % des poissons commercialisés issus de la pêche durable d'ici 2025	Communiqué	Lien URD 2021 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 64	Auditées par OTI		
S'engager pour l'éco-conception et une économie circulaire des emballages	Groupe	10 000 tonnes d'emballages évitées, en développant le vrac, des solutions d'emballages réutilisables et des projets d'éco-conception des emballages qui restent nécessaires.	Fin 2025	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Menée à terme	Tonnes d'emballages mis sur le marché évitées cumulées depuis 2017 : 2020 : 6212 Tonnes 2021 : 11 068 (+78% vs 2020).	L'objectif a été atteint en 2021. Le Groupe a donc réhaussé son objectif à 20 000 Tonnes d'emballages évitées en 2025.	Communiqué	Lien URD 2021 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 67	Auditées par OTI	
	Groupe	20 % de réduction des produits et emballages plastiques vierges (en poids), 10 % de cette réduction provenant d'une réduction nette des plastiques.	Fin 2025	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	Méthodologie en cours de reporting	-	-	-	-	-
	Groupe	100 % des emballages des produits de marques Carrefour réutilisables, recyclables ou compostables.	Fin 2025	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	Pourcentage d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables pour les produits de marques Carrefour : 2020 : 44% 2021 : 46% Le périmètre de ces données est uniquement France.	Carrefour publie, en 2021, pour la première année le pourcentage d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables pour la France. La méthodologie de reporting sera étendue aux autres pays du Groupe.	Communiqué	Lien URD 2021 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 67	Auditées par OTI	
Limiter les pollutions sur nos sites et restaurer la biodiversité	France	75% des centres commerciaux et des expansions certifiés BREEAM In-Use	Fin 2021	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Menée à terme	Pourcentage de sites certifiés BREEAM In-Use : 2020 : 86% 2021 : 90,6% (+4,6 pts vs 2020).	L'objectif a été atteint dès 2020 où 86% des sites était certifiés BREEAM In-Use. Cet objectif n'a pas été réhaussé par la suite.	Communiqué	Lien URD 2021 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 70	Auditées par OTI	
	Groupe	100 % des déchets des hypermarchés et supermarchés dans alimentaires ou non alimentaires, dans aux animaux, etc) ou filières de recyclages (papiers, cartons, biométhanisation, etc) seront valorisés.	Fin 2025	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	Part de déchets valorisés : 2020 : 66,2% 2021 : 68,2% (+ 2pts vs 2020) Ces données ne prennent pas en compte les supermarchés en Espagne, les hyper et super de Belgique et de Taiwan.	-	Communiqué	Lien URD 2021 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 70	Auditées par OTI	
	Groupe	50% de réduction du gaspillage alimentaire par rapport à 2016	Fin 2025	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	En cours	Réduction du gaspillage alimentaire par rapport à 2016 (en kg/m²): 2020 : (28,7)% 2021 : (30,7)% - (2) pts vs 2020.	-	Communiqué	Lien URD 2021 : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2022-05/Carrefour_-_Document_d_enregistrement_Universel_2021_1.pdf Page 82	Auditées par OTI	