

2009

Απολογισμός Βιώσιμης και
Υπεύθυνης Ανάπτυξης

Κάθε μέρα, υπεύθυνα



Περιεχόμενα

A. Ο ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	4	IV. ΑΓΟΡΕΣ	37
B. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	5	1. Εισαγωγή	37
Γ. ΜΗΝΥΜΑ ΤΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΟΝΤΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ	6	2. Επιλογή	38
Δ. Η ΕΤΑΙΡΙΑ	8	3. Συνεργασία	38
1. Η Carrefour	8	4. Έλεγχος	39
2. Ο Όμιλος Carrefour	9	V. ΠΡΟΪΟΝΤΑ	41
3. Προϊόντα	9	1. Εισαγωγή	41
4. Δίκτυο Πωλήσεων	11	2. Υγεία και Ασφάλεια	42
5. Διακυβέρνηση	12	3. Υγιεινή Διατροφή	44
I ΔΙΟΙΚΗΣΗ	15	4. Τιμολόγηση	46
1. Εισαγωγή	15	5. Σήμανση	47
2. Οργάνωση	16	6. Υπεύθυνη Επικοινωνία	48
3. Ουσιαστικότητα	17	7. Σχέσεις Πελατών	49
4. Κοινωνικοί Εταίροι	19	8. Συμμόρφωση	49
5. Συμμετοχές και Αναγνώριση	20	VI. ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	51
II. ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	23	1. Εισαγωγή	51
1. Εισαγωγή	23	2. Απασχόληση	52
2. Οικονομική Επίδοση	24	3. Υγεία και Ασφάλεια	53
3. Οικονομική Επίδραση	24	4. Επιμόρφωση και Ανάπτυξη	54
4. Παρουσία στην Αγορά	25	5. Ηθική και Αξιοκρατία	55
III. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	27	6. Ικανοποίηση και Παροχές	57
1. Εισαγωγή	27	7. Σχέσεις και Συνδικαλισμός	57
2. Βιοποικιλότητα	28	VII. ΚΟΙΝΩΝΙΑ	59
3. Ενέργεια και Μεταφορές	29	1. Εισαγωγή	59
4. Κατανάλωση και Διαχείριση Υλικών	31	2. Προϊοντική Υποστήριξη - Κοινωνικά Παντοπωλεία	60
5. Νερό	32	3. Χορηγική Υποστήριξη	61
6. Αέριοι Ρύποι και Στοιβάδα Όζοντος	33	4. Καταπολέμηση Διαφθοράς	62
7. Συμμόρφωση	33	5. Δημόσια Πολιτική	63
8. Ευαισθητοποίηση Κοινού	34	6. Ηθικός Ανταγωνισμός	63
		7. Εθελοντισμός	63
		E. ΣΥΝΟΨΗ	65
		1. Περιληπτικά Στοιχεία	66
		2. Ορολογία	68
		3. Πίνακες GRI και Global Compact	68

Α. Ο Απολογισμός

Ο ετήσιος Απολογισμός Βιώσιμης & Υπεύθυνης Ανάπτυξης που κρατάτε στα χέρια σας, είναι ο πρώτος Απολογισμός που εκδίδει η Carrefour. Σε αυτόν περιγράφονται τα “πιστεύω”, τα προγράμματα και οι στόχοι που σχετίζονται με την υπεύθυνη λειτουργία της εταιρίας και την ενσωμάτωση των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης στην καθημερινή της λειτουργία.



Αρχές Απολογισμού

Ο Απολογισμός ακολουθεί

- για τη δομή και το περιεχόμενο τις οδηγίες «Sustainability Reporting Guidelines» (έκδοση G3, 2006) του Global Reporting Initiative (GRI)
- για τις αρχές, το Global Compact των Ηνωμένων Εθνών
- για την παρουσίαση στοιχείων του Απολογισμού, το RADAR Card του EFQM.

Πεδίο Απολογισμού

Ο Απολογισμός 2009 της Carrefour αναφέρεται στην περίοδο 1/1/2009 - 31/12/2009 (εκτός αν σε κάποια σημεία επισημαίνεται αλλιώς) και αφορά σε όλες τις δραστηριότητες της εταιρίας στην Ελλάδα (πώληση προϊόντων στα ιδιόκτητα καταστήματα, καθώς και παραγωγή και πώληση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας «Carrefour»).

Περιορισμοί Απολογισμού

Η εταιρία αναγνωρίζει περιορισμούς που υπάρχουν στον Απολογισμό που εκδίδει (που θα χειριστεί σε μελλοντικές εκδόσεις), όπως στην παρουσίαση περισσότερων ποσοτικών στοιχείων και στόχων, τον ανεξάρτητο εξωτερικό έλεγχο και τη διάχυση των πρακτικών που εφαρμόζει στην αλυσίδα των καταστημάτων δικαιοχρησίας (franchise).

Στοιχεία Απολογισμού

Στην προσπάθεια της εταιρίας να εστιάσει στην παρουσίαση ποσοτικών στοιχείων, ο Απολογισμός:

- περιέχει, κατά κανόνα, ποσοτικά στοιχεία για το 2009 και το 2008.
- περιέχει στοιχεία από άμεση μέτρηση, ενώ όπου γίνεται εκτίμηση, αυτό αναφέρεται ρητά.
- τα στοιχεία που παρουσιάζονται έχουν συλλεγεί εσωτερικά, είτε με σκοπό τη δημοσίευση σε αυτόν τον Απολογισμό είτε για δημοσίευση στον Απολογισμό του Ομίλου.

Αξιολόγηση Απολογισμού

Σε σχέση με τις κατευθυντήριες οδηγίες «Sustainability Reporting Guidelines» (έκδοση G3, 2006) του Global Reporting Initiative (GRI) ο Απολογισμός βρίσκεται σε συμφωνία κατά επίπεδο «B».

		2003 in accordance	C	C+	B	B+	A	A+
MANDATORY	Self Declared			Report Externally Assured		Report Externally Assured		Report Externally Assured
	Third Party Checked							
OPTIONAL	GRI Checked							

B. Επικοινωνία

Εάν έχετε σκέψεις, σχόλια ή προτάσεις παρακαλούμε επικοινωνήστε με την:

κα **Φλωρεντία Κουλαμπά**, Διευθύντρια Ποιότητας & Βιώσιμης Ανάπτυξης Carrefour Μαρινόπουλος Α.Ε.
Αγ. Δημητρίου 63, Αθήμος 174 56, T: 210 98 93 855 Email: sd@carrefour.gr

Γ. Μήνυμα του Διευθύνοντος Συμβούλου

Αγαπητοί Φίλοι,

Ο Όμιλος Carrefour Μαρινόπουλος μετρά ήδη 19 επιτυχημένα χρόνια παρουσίας στην Ελλάδα, χρόνια που μας έδωσαν τη δυνατότητα να δημιουργήσουμε ένα ισχυρό δίκτυο με περισσότερα από 500 καταστήματα και μία σημαντική ανθρώπινη δύναμη με περισσότερους από 11.000 εργαζομένους σε όλη τη χώρα.

Ακριβώς αυτό το μέγεθος μας καθορίζει και την έκταση της ευθύνης που έχουμε απέναντι στους χιλιάδες εργαζομένους μας, τα εκατομμύρια των πελατών μας, τους εκατοντάδες προμηθευτές και Κοινωνικούς μας Εταίρους, να συνεισφέρουμε σε μία Υπεύθυνη και Βιώσιμη κοινωνία. Στην Carrefour πιστεύουμε ότι κάθε εταιρία (ιδιαίτερα μία εταιρία σαν την Carrefour, που η ανάπτυξη της προέρχεται από συνδυασμό οργανικής ανάπτυξης και εξαγορών) πρέπει να συνδυάζει την επιχειρηματική επιτυχία με τη φροντίδα των Εργαζομένων, την προστασία του Περιβάλλοντος, τον έλεγχο των Προμηθευτών, τη στήριξη των Κοινωνιών, τη συνεισφορά στην Οικονομία, την πώληση ασφαλών και υγιεινών Προϊόντων, καθώς και την υπεύθυνη Διοίκηση.

Στον τομέα της **Διοίκησης**, σταθμό για εφέτος αποτελεί η έκδοση του πρώτου μας Απολογισμού Υπεύθυνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης. Μία έκδοση που δεν έχει στόχο τόσο την εξωτερική επικοινωνία των προγραμμάτων που εφαρμόζουμε. Πραγματοποιείται, πολύ περισσότερο, με την προσδοκία να αποτελέσει ο Απολογισμός, εσωτερικά, ένα εργαλείο διαχείρισης της Υπεύθυνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης και εξωτερικά ένα εργαλείο διαφάνειας και λογοδοσίας. Για το λόγο αυτό εξάλλου εστιάζουμε:

- Στην παρουσίαση ποσοτικών αποτελεσμάτων, με τον αριθμό των ποσοτικών δεικτών στους οποίους κάνουμε αναφορά μέσα στον Απολογισμό, να είναι πάνω από 100.
- Στην εφαρμογή διεθνών οδηγιών Εταιρικής Υπευθυνότητας (όπως το GRI και το EFQM).
- Στην ανταπόκριση μέσα από τον Απολογισμό σε ερωτήματα που τέθηκαν από τους Κοινωνικούς μας Εταίρους, μέσα στο 2008.

Η βελτίωση της ποιότητας ζωής, τόσο σήμερα όσο και για το μέλλον, αποτελεί κινητήρια δύναμη για όλες μας τις δράσεις. Για αυτό και καταβάλλουμε σημαντικές προσπάθειες στην κατεύθυνση αυτή, ενεργώντας υπεύθυνα, στηρίζοντας τον Άνθρωπο και προστατεύοντας το **Περιβάλλον**. Η πληθώρα προγραμμάτων που αναλαμβάνουμε για την προστασία του περιβάλλοντος απαντούν στο έντονο ενδιαφέρον μας για τον τομέα αυτό. Αφετηρία των περιβαλλοντικών μας δράσεων αποτελεί η λειτουργία των Ολοκληρωμένων Κέντρων Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης σε όλη την Ελλάδα, όπου συλλέγονται πλαστικά μπουκάλια, γυάλινες φιάλες, μεταλλικά κουτιά, χάρτινες συσκευασίες, ηλεκτρικές μικροσυσκευές, κινητά τηλέφωνα και μπαταρίες.

Για πρώτη φορά από το 2006, σε όλα τα καταστήματα Carrefour και Carrefour Μαρινόπουλος, προωθούμε τις επαναχρησιμοποιούμενες τσάντες, προκειμένου να παροτρύνουμε και τους ίδιους τους πελάτες μας σε μία καλύτερη διαχείριση των υλικών. Αποτέλεσμα αυτής της πρωτοβουλίας είναι η σημαντική μείωση των πλαστικών τσαντών, η χρήση των οποίων επιβαρύνει σε μεγάλο βαθμό το περιβάλλον. Στο πλαίσιο των περιβαλλοντικών μας δράσεων λειτουργήσαμε και το πρώτο φιλικό προς το περιβάλλον κατάστημα του ομίλου μας, στο Χαλάνδρι Αττικής. Μερικά μόνο από τα χαρακτηριστικά του αφορούν σε ηλεκτρομηχανολογικές εγκαταστάσεις νέας ενεργειακής κλάσης, οικολογικά ψυκτικά ρευστά και λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας. Όλα αυτά έχουν ως απώτερο στόχο τη μείωση κατά 30% του ενεργειακού αποτυπώματος του καταστήματος για τα επόμενα τρία χρόνια.

Στον τομέα των **Προϊόντων** αξιοποιούμε την εμπειρία δεκαετιών και την τεχνογνωσία του Group Carrefour, εξασφαλίζοντας για τους πελάτες μας τα καλύτερα προϊόντα, σε ανταγωνιστικές τιμές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα και σημαντική επένδυση στον τομέα της Διατροφής αποτελούν τα περισσότερα από 3.000 προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour, που προσφέρουν ποικιλία επιλογών στους καταναλωτές, καλύπτοντας κάθε τους ανάγκη. Ταυτόχρονα, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη των φρέσκων προϊόντων, εμπλουτίζουμε τη σειρά «Ποιοτική Οδός Carrefour» με προϊόντα που προέρχονται από την ελληνική γη, σε αποκλειστική συνεργασία με περισσότερους από 200 τοπικούς παραγωγούς. Με αυτόν τον τρόπο ενισχύουμε την τοπική οικονομία, στηρίζοντας έμπρακτα τους τοπικούς παραγωγούς της ελληνικής περιφέρειας. Η υπεύθυνη δράση μας δε σταματά εδώ. Πολύ σημαντικές είναι οι προσπάθειες που καταβάλλουμε και στον τομέα της κοινωνίας με στόχο να ανακουφίσουμε συνανθρώπους μας που έχουν πραγματικά ανάγκη.

Είμαστε ιδιαίτερα περήφανοι για τα τρία Κοινωνικά Παντοπωλεία που δημιουργήσαμε σε Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη. Αυτά τα "σούπερμάρκετ της καρδιάς", όπως είναι γνωστά, προσφέρουν σε εκατοντάδες άπορες οικογένειες όλα τα είδη πρώτης ανάγκης, σε εβδομαδιαία βάση, εντελώς δωρεάν. Η ιδέα του Κοινωνικού Παντοπωλείου γεννήθηκε στη Γαλλία, το 1995 από τους ίδιους τους εργαζόμενους της Carrefour, θέτοντας τις βάσεις για τη δημιουργία μιας καλύτερης ποιότητας ζωής για όλους. Και από τότε υιοθετήθηκε από τους εργαζόμενους και άλλων χωρών, όπου δραστηριοποιείται η Carrefour, στέλνοντας ένα δυνατό μήνυμα ελπίδας στους συνανθρώπους μας που είναι οικονομικά ασθενέστεροι.



Και φυσικά, ιδιαίτερης σημασίας για εμάς είναι ο τομέας των **Εργαζομένων**, που αποτελούν το βασικότερο πυλώνα της αναπτυξιακής μας πορείας, όλα αυτά τα χρόνια. Επενδύουμε στο ανθρώπινο δυναμικό, δημιουργώντας καθημερινά νέες θέσεις εργασίας, διευρύνοντας παράλληλα τα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης των στελεχών και υπαλλήλων μας.

Ιδιαίτερα προσεκτικοί και απαιτητικοί είμαστε και με το δίκτυο των συνεργατών και προμηθευτών μας. Συνεργαζόμαστε στενά μαζί τους σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος και πραγματοποιούμε εντατικούς ελέγχους ασφαλείας σε όλη την προμηθευτική αλυσίδα, με στόχο πάντα τη διασφάλιση της ποιότητας και υγιεινής των προϊόντων που θα φθάσουν στο καλάθι των πελατών μας.

Στον εκτενή πρώτο Απολογισμό Υπεύθυνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης, που εκδίδουμε φέτος, περιλαμβάνονται αναλυτικά όλα τα πεδία δράσεων στα οποία εστιάζουμε ως Όμιλος. Έχοντας επίγνωση των συνθηκών μέσα στις οποίες δραστηριοποιούμαστε, οφείλουμε όχι μόνο να ενεργούμε υπεύθυνα, αθλή και να διαχέουμε τις υπεύθυνες πρακτικές μας τόσο στους συνεργάτες όσο και στους πελάτες μας. Είναι ευθύνη μας να δίνουμε το σωστό παράδειγμα, υπηρετώντας τις αρχές και τις αξίες που έχουν στο επίκεντρο τον άνθρωπο και το περιβάλλον. Στόχος μας είναι να παραμείνουμε πιστοί στους κανόνες της υπεύθυνης και βιώσιμης ανάπτυξης που έχουμε υιοθετήσει. Σίγουρα, θα συνεχίσουμε να ανταποκρινόμαστε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στις διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες του καταναλωτικού κοινού, αξιοποιώντας παράλληλα και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Κλείνοντας, θα ήθελα να καλέσω τα μέλη και τους συνεργάτες της μεγάλης οικογένειας του Ομίλου Carrefour Μαρινόπουλος, να συμβάλουν, ο καθένας ξεχωριστά με τις δικές του δυνάμεις, στην κοινή προσπάθεια για έναν καλύτερο κόσμο, κάθε μέρα.

Β. Στασινούλιας
Διευθύνων Σύμβουλος Carrefour Μαρινόπουλος Α.Ε.

Δ. Η Εταιρία

1. Η CARREFOUR

Εισαγωγή

Το πρώτο υπερμάρκετ της εταιρίας Promodes στην Ελλάδα λειτούργησε το 1991 στον Άλιμο με την επωνυμία Continent. Δύο χρόνια αργότερα, η εταιρία Promodes προχώρησε σε συνεργασία με την εταιρία Μαρινόπουλος, και ως εκ τούτου, τα υπερμάρκετ Continent μαζί με τα Champion Μαρινόπουλος επεκτάθηκαν με ταχείς ρυθμούς και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας.

Ο Όμιλος Carrefour Μαρινόπουλος έκανε την εμφάνισή του στην Ελλάδα το 2000, όταν η γαλλική εταιρία Carrefour, μετά την εξαγορά της Promodes, συγχωνεύτηκε με την ελληνική Μαρινόπουλος (που ήδη δραστηριοποιούνταν στην Ελλάδα από το 1962).

Σε λιγότερο από 2 χρόνια, η Carrefour Μαρινόπουλος, αποτελούσε ήδη τον πρώτο όμιλο λιανεμπορίου σε εθνικό επίπεδο, απασχολώντας πάνω από 11.000 εργαζόμενους. Σήμερα, η Carrefour έχει στο δυναμικό της 444 καταστήματα στην Ελλάδα. Η εταιρία περιλαμβάνει στα καταστήματα αυτά όχι μόνο επώνυμα προϊόντα εταιριών, αλλά έχει προχωρήσει και στην παραγωγή και προώθηση προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας «Carrefour», σε συνεργασία με επιλεγμένους προμηθευτές. Η φιλοσοφία της εταιρίας τοποθετεί στο επίκεντρό της τον καταναλωτή, διατηρώντας μια στάση ευθύνης και σεβασμού απέναντί του. Στην κατεύθυνση αυτή, η Carrefour αναλαμβάνει πληθώρα πρωτοβουλιών, οι οποίες αντανακλούν την εστίαση προς την υπεύθυνη λειτουργία και την ενσωμάτωση των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης στην καθημερινή της λειτουργία.

Ιστορική Αναδρομή

1962

Εγκαινιάζεται το πρώτο σουπερμάρκετ στην Ελλάδα από τη Μαρινόπουλος.

1991

Η Promodes ανοίγει το πρώτο υπερμάρκετ Continent στην Ελλάδα στην περιοχή του Αλίμου.

1995

Η Dia κάνει την εμφάνισή της στην Ελλάδα.

1999

Το δίκτυο των υπερμάρκετ αριθμεί 8 καταστήματα Continent. Η Carrefour έρχεται στην Ελλάδα.

2000

Αιθάζει η επωνυμία των υπερμάρκετ Continent σε Carrefour. Συγχώνευση 7 νομικών οντοτήτων για τη δημιουργία της Carrefour Μαρινόπουλος Α.Ε.

2001

Η επωνυμία των σουπερμάρκετ "Μαρινόπουλος" αιθάζει σε "Champion Μαρινόπουλος".

2002

Ένα νέο concept παρουσιάζεται: τα "5' Μαρινόπουλος" (καταστήματα γειτονιάς).

2004

Ανοίγουν 3 νέα υπερμάρκετ, 13 νέα σουπερμάρκετ, καθώς και 22 καταστήματα franchise.

2005

Η Carrefour Μαρινόπουλος ανοίγει 17 νέα σουπερμάρκετ «Champion Μαρινόπουλος» και 2 καταστήματα «5' Μαρινόπουλος».

2008

Μετονομάζονται όλα τα καταστήματα Champion Μαρινόπουλος σε Carrefour Μαρινόπουλος.



Μετοχική Σύνθεση

Η μετοχική σύνθεση της εταιρίας την 1/5/2009 ήταν:

50%

ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ
ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

50%

CARREFOUR S.A.



2. Ο όμιλος CARREFOUR

Ο Όμιλος Carrefour (Όμιλος) ιδρύθηκε πριν από 45 χρόνια και έχει καταφέρει να εξυπηρετεί πάνω από 20 εκατομμύρια πελάτες σε όλο τον κόσμο. Σήμερα, το όνομα Carrefour είναι πλέον συνώνυμο της ποιότητας και των χαμηλών τιμών, της επαγγελματικής εξυπηρέτησης, των προσφορών και των καινοτομιών. Αποτελεί την 1η εταιρία λιανεμπορίου στην Ευρώπη και την 2η στον κόσμο, με περισσότερα από 15.400 καταστήματα και πάνω από 495.000 εργαζομένους, σε 31 χώρες, καθιστώντας τον Όμιλο τον 7ο μεγαλύτερο ιδιώτη εργοδότη παγκοσμίως.

! Περισσότερες πληροφορίες στο www.carrefour.com !

3. Προϊόντα

Σήμερα, η Carrefour διαθέτει πάνω από 100.000 επώνυμα προϊόντα γενικά και πάνω από 3.000 προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας με σταθερή και ελεγχόμενη ποιότητα στα καταστήματά της, καθώς και την καλύτερη σχέση ποιότητας - τιμής. Η εταιρία διαχειρίζεται τις παρακάτω κύριες κατηγορίες προϊόντων:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ (εκτίμηση σε χρηματική αξία)	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
 Επώνυμα (Branded)	81,5%	Προϊόντα επώνυμων εταιριών που πωλούνται στα καταστήματά μας, με την επωνυμία των εταιριών αυτών.
 Φρέσκα	20,3%	Λαχανικά, κρέατα, τυριά, ψαρικά κτλ.
 Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour (Private Label)	13%	Προϊόντα που παράγονται σε συνεργασία με επιλεγμένους προμηθευτές και πωλούνται με την επωνυμία «Carrefour».
 Βιολογικά	1,4%	Βιολογικά προϊόντα (είτε φρέσκα είτε Ιδιωτικής Ετικέτας «Carrefour»).

Ειδικά τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας «Carrefour» χωρίζονται στις παρακάτω υποκατηγορίες:



Σήμερα η Carrefour Μαρινόπουλος πουλά πάνω από 3.000 προϊόντα που είναι αποκλειστικά, πρωτοποριακά, με σταθερή και ελεγχόμενη ποιότητα, καθώς και με την καλύτερη σχέση ποιότητας - τιμής. Για να ικανοποιήσουμε τις νέες καταναλωτικές συνήθειες δημιουργήσαμε τις εξής ειδικές κατηγορίες προϊόντων: Βασικά προϊόντα. - Πρωτοποριακά προϊόντα - Καλλυντικά προϊόντα - Εξειδικευμένα προϊόντα (επιλεγμένα, διαιτητικά, οικολογικά, εξωτικά, διαιτητικά, παραδοσιακά και βιολογικά).



Τα Carrefour Baby σχεδιάστηκαν σύμφωνα με τις οδηγίες επιτροπής παιδιάτρων και βοηθούν στη σωστή και ασφαλή ανάπτυξη του μωρού σας.



Τα προϊόντα της γκάμας αυτής προέρχονται από τη βιολογική γεωργία. Επιθεωρούνται και εγκρίνονται από τον οργανισμό πιστοποίησης Ecocert.



Τα προϊόντα της σειράς αυτής ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις διατροφής με μειωμένες θερμίδες διατηρώντας την ευχάριστη γεύση τους.



Η Carrefour δημιούργησε πρώτη το 1991 τη μάρκα Les Cosmétiques με προϊόντα περιποίησης και φροντίδας για το πρόσωπο και το σώμα, απευθυνόμενα στις γυναίκες. Σήμερα τα προϊόντα Les Cosmétiques εξελίχθηκαν και περιλαμβάνουν πάνω από 100 είδη: αντιηλιακά, καλλυντικά, είδη περιποίησης μαλλιών, βαφές, αφρόλουτρα κλπ. Όλα αναπτύσσονται με τις πιο σύγχρονες μεθόδους της κοσμετολογίας, είναι δερματολογικά ελεγχμένα και υφίστανται πολύ αυστηρούς ελέγχους από τις πρώτες ύλες έως τα τελικά προϊόντα.



Τα προϊόντα "Ποιοτική Οδός Carrefour" είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας ανάμεσα στον Όμιλο Carrefour Μαρινόπουλος και επιλεγμένους παραγωγούς, οι οποίοι δεσμεύονται να τηρήσουν αυστηρά και να ακολουθήσουν πιστά το "βιβλίο συγγραφής" του Ομίλου Carrefour Μαρινόπουλος. Σκοπός της συνεργασίας είναι να αναπτύξουν από κοινού και να προσφέρουν στους πελάτες προϊόντα υγιεινά, γνήσια και ασφαλή.



Από το 1982, τα είδη ένδυσης και υπόδησης της Carrefour προσφέρουν συλλογές με έμφαση στην ποιότητα. Η σειρά αυτή των ειδών περιλαμβάνει ρευσκά είδη, αξεσουάρ, βρεφικά και παιδικά ρούχα, σύγχρονες γραμμές ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων, καθώς και υποδημάτων για όλες τις ηλικίες. Η συλλογή TEX προσφέρει στους πελάτες μας είδη υψηλής ποιότητας σε ελκυστικές τιμές. Οι τεχνικές προδιαγραφές για τα είδη αυτά συμφωνούνται από σχεδιαστές και εγκρίνονται από το τμήμα Διασφάλισης Ποιότητας της Carrefour.



Επιπλέον η Carrefour εμπορεύεται πάνω από 5.000 προϊόντα στην κατηγορία των μη τροφίμων κάτω από την ομπρέλα των προϊόντων ίδιας μάρκας: Προϊόντα οικιακού εξοπλισμού, όργανα γυμναστικής, είδη ταξιδιού, σχολικά είδη, ηλεκτρικά εργαλεία, εργαλεία κήπου, είδη αυτοκινήτου κλπ. Εξωτερικά εργαστήρια πραγματοποιούν ποιοτικούς ελέγχους σε διάφορα στάδια της παραγωγής, διασφαλίζοντας έτσι ότι παράγονται σύμφωνα με τις Ευρωπαϊκές αλληλά και τις δικές μας προδιαγραφές.



4. Δίκτυο Πωλήσεων

Τα είδη καταστημάτων

Το δίκτυο της Carrefour αριθμούσε στις 31/12/2009 συνολικά 264 ιδιόκτητα καταστήματα και 180 καταστήματα δικαιόχρησης (franchise) στις παρακάτω κατηγορίες:



ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ FRANCHISE



Τα **Hypermarket Carrefour** προσφέρουν μια μεγάλη συλλογή από τρόφιμα και μη τρόφιμα, με κατά μέσο όρο 70.000 προϊόντα. Εκτείνονται σε επιφάνεια από 2.000 έως 20.000 τ.μ.

28



Τα καταστήματα **“Carrefour Μαρινόπουλος”** διαθέτουν ευρεία γκάμα επώνυμων αλλιά και ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων (διατροφής, ρουχιισμού, ηλεκτρικών συσκευών, μικροσυσκευών, εποχιακών ειδών). Εκτείνονται σε επιφάνεια από 600 έως 1.200 τ.μ.

235

23



Τα **“Carrefour Express”** είναι καταστήματα της γειτονιάς, που φέρουν όλη τη δυναμική του ομίλου, εκφράζοντας έναν νέο, μοντέρνο τρόπο αγορών.

90

66



Τα **“Smile Market”** αποτελούν σύγχρονα παντοπωλεία που λειτουργούν κατά κύριο λόγο σε μικρές επαρχιακές πόλεις και σε ημιαστικά. Εκτείνονται σε επιφάνεια από 120 έως 250 τ.μ.

91

91

Το δίκτυο δικαιόχρησης στην Ελλάδα

Το ελληνικό μοντέλο δικαιόχρησης (franchising) Carrefour ακολουθεί την επιτυχημένη αναπτυξιακή πορεία του Ομίλου, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Συγκεκριμένα, ο Όμιλος αποτελεί τον μεγαλύτερο franchisor της Ευρώπης και έναν από τους μεγαλύτερους στον κόσμο, με 4.560 καταστήματα franchise σε Γαλλία, Βέλγιο, Ιταλία, Ισπανία, Πολωνία, Βραζιλία και Ελλάδα. Η ανάπτυξη της Carrefour στον τομέα της δικαιόχρησης, ξεκίνησε στην Ελλάδα τον Ιούνιο του 2003, εγκαινιάζοντας το πρώτο κατάστημα «5' Μαρινόπουλος». Κατά τη διάρκεια της προηγούμενης χρονιάς εγκαινιάστηκαν 57 νέα καταστήματα franchise, φθάνοντας συνολικά τα 180 καθιστώντας την Carrefour έναν από τους μεγαλύτερους franchisor στην Ελλάδα.

Με έντονη διαφημιστική προβολή, δίκτυο καταστημάτων που εκτείνεται σε όλη τη χώρα, άρτια τεχνολογία, δοκιμασμένο και αποδεδειγμένο επιχειρηματικό σύστημα οργάνωσης και λειτουργίας, η επένδυση στην Carrefour μέσω της μεθόδου δικαιόχρησης (franchising), αποτελεί “όχημα” πραγματικής επιχειρηματικής ανάπτυξης.



5. Διακυβέρνηση

Διοικητικό Συμβούλιο

Η Carrefour ακολουθεί τις σχετικές πρακτικές που ακολουθεί και ο Όμιλος με βάση διεθνή πρότυπα, όσο αφορά την υπεύθυνη εσωτερική λειτουργία και τις αρχές Εταιρικής Διακυβέρνησης:

- Το Διοικητικό Συμβούλιο (Δ.Σ.) αποτελείται από εννέα μέλη, χωρίς να υπάρχει διαχωρισμός σε ανεξάρτητα / εξαρτημένα μέλη.
- Ο Πρόεδρος του Δ.Σ. διατηρεί το ρόλο που προβλέπεται από την κείμενη νομοθεσία.
- Στο Καταστατικό της εταιρίας προβλέπεται ότι απαγορεύεται στα μέλη του Δ.Σ., καθώς και στους Διευθυντές της εταιρίας να ενεργούν κατ' επάγγελμα, χωρίς άδεια της Γενικής Συνέλευσης, για δικό τους λογαριασμό ή για λογαριασμό τρίτων, πράξεις που υπάγονται σε έναν από τους σκοπούς που επιδιώκει η εταιρία, ή να μετέχουν ως ομόρρυθμοι εταίροι σε εταιρίες που επιδιώκουν τέτοιους σκοπούς.
- Η αρχική επιλογή των μελών Δ.Σ. γίνεται με βάση την επαγγελματική εμπειρία, το βιογραφικό και τις δεξιότητές τους, χωρίς να υπάρχει διακριτή αξιολόγηση σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης.
- Τα θέματα υπευθυνότητας και βιώσιμης ανάπτυξης μεταφέρονται προς το Δ.Σ. για αξιολόγηση και καθορισμό κατεύθυνσης από το Διευθύνοντα Σύμβουλο, ο οποίος είναι Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. και συγχρόνως Πρόεδρος της Επιτροπής Υπευθυνότητας και Βιώσιμης Ανάπτυξης της εταιρίας (βλέπε ενότητα I-2).
- Τα μέλη Δ.Σ. αξιολογούνται μια φορά ετησίως, κατά τη διάρκεια της Τακτικής Γενικής Συνέλευσης, από τους μετόχους της εταιρίας. Τα κριτήρια της αξιολόγησης αφορούν στην επίδοση και δραστηριότητα που επέδειξε το Δ.Σ. κατά το παρελθόν έτος, κυρίως με βάση τη Διαχειριστική Έκθεση που αυτό υποβάλλει στη Γενική Συνέλευση.
- Οι αμοιβές των διευθυντικών στελεχών και μελών της διοίκησης είναι συνδεδεμένες με τη συνολική επίδοση της εταιρίας (περιλαμβανομένων και θεμάτων υπεύθυνης λειτουργίας), χωρίς όμως, προς το παρόν, να υφίσταται διακριτή διαδικασία παρακολούθησης της επίδοσης του Δ.Σ. σε θέματα υπεύθυνης και βιώσιμης λειτουργίας.
- Ο Πρόεδρος του Δ.Σ. διατηρεί το ρόλο που προβλέπεται από την κείμενη νομοθεσία και το Καταστατικό της εταιρίας.

Μέλος Δ.Σ.	Ιδιότητα
Λεωνίδας Μαρινόπουλος	Πρόεδρος Δ.Σ.
Βασίλειος Στασινόηλις	Αντιπρόεδρος Δ.Σ. - Διευθύνων Σύμβουλος
Carrefour Nederland B.V.	Μέλος - Εκπρόσωπος ο κ. Lars Olofsson
Pawel Piotr Burzynski	Μέλος
Southmed Investments Ltd	Μέλος - Εκπρόσωπος ο κ. Christophe Martin
Carrefour SA	Μέλος - Εκπρόσωπος ο κ. Vicente Trius
Παναγιώτης Ι. Μαρινόπουλος	Μέλος
Jerome Loubere	Μέλος
Παναγιώτης Δ. Μαρινόπουλος	Μέλος

Διοίκηση

Σε Διοικητικό επίπεδο, το ανώτερο όργανο διοίκησης της εταιρίας είναι η COMEX (Comite Executive) που αποτελείται από τους επικεφαλής των παρακάτω τμημάτων:

- Γενική Διεύθυνση
- Διεύθυνση Ανάπτυξης & Δημοσίων Σχέσεων
- Διεύθυνση Υπερμάρκετ Carrefour
- Διεύθυνση Σουπερμάρκετ Carrefour Μαρινόπουλος
- Διεύθυνση Carrefour Express / Franchising
- Οικονομική Διεύθυνση / Οργάνωσης / IT
- Διεύθυνση Αγορών και Logistics
- Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού
- Διεύθυνση Marketing

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι 8 μέλη της COMEX είναι και μέλη της επιτροπής Υπεύθυνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης.

Διαχειριζόμαστε τους Κινδύνους

Η εταιρία αξιολογεί πιθανούς κινδύνους που σχετίζονται με τις δραστηριότητές της και το επιχειρηματικό περιβάλλον, με βασικότερη κατηγορία τον κίνδυνο αγοράς από επισφάλειες πελατών, λόγω της οικονομικής κρίσης.





I. ΔΙΟΙΚΟΥΜΕ συστηματικά τη Βιώσιμη και Υπεύθυνη Ανάπτυξη

1. Εισαγωγή

Στην Carrefour πιστεύουμε ότι η βιώσιμη και υπεύθυνη ανάπτυξη δεν είναι μία ξεχωριστή ενέργεια και διεργασία, αλλά πρέπει να ενσωματώνεται στις καθημερινές διοικητικές μας πρακτικές, δημιουργώντας μετρήσιμα και ποσοτικά αποτελέσματα.

Η εστίασή μας:

Συστηματική Διοίκηση

Το μέγεθός μας:

10 μέλη Επιτροπής Βιώσιμης & Υπεύθυνης Ανάπτυξης 7 τομείς δράσης

Η κύρια ευθύνη μας:

Να διαχειριζόμαστε τη Βιώσιμη & Υπεύθυνη Ανάπτυξη με τρόπο συστηματικό και εστιασμένο σε ποσοτικά αποτελέσματα.

Η ανταπόκρισή μας:

- Δημιουργούμε τις κατάλληλες Οργανωτικές Δομές
- Χειριζόμαστε τη Βιώσιμη & Υπεύθυνη Ανάπτυξη με συστηματικό τρόπο
- Εστιάζουμε σε ποσοτικά στοιχεία και αποτελέσματα
- Διεξάγουμε διάλογο με τους Κοινωνικούς μας Εταίρους (Stakeholders)
- Διεξάγουμε έρευνα για την κατανόηση προσδοκιών
- Είμαστε μέλη διεθνών και εθνικών οργανισμών

3. Ουσιαστικότητα

Χειριζόμαστε τη Βιώσιμη & Υπεύθυνη Ανάπτυξη με συστηματικό τρόπο

Η δέσμευσή μας στην αρχή της υπεύθυνης και βιώσιμης ανάπτυξης δεν είναι γενική και αφηρημένη. Αντίθετα, η εταιρία προσπαθεί να αναγνωρίσει τις κύριες περιοχές όπου πρέπει να εστιάσει. Έχοντας αναγνωρίσει επτά βασικές Ενότητες, η εταιρία προσπαθεί να λειτουργεί με υπευθυνότητα σε κάθε μία από αυτές, θέτοντας συγκεκριμένους στρατηγικούς στόχους.



● **Διοίκηση:** Στόχος μας είναι να διαχειριζόμαστε τη Βιώσιμη & Υπεύθυνη Ανάπτυξη με τρόπο συστηματικό και εστιασμένο σε ποσοτικά αποτελέσματα - στοιχεία.

● **Περιβάλλον:** Στόχος μας είναι να περιορίζουμε τις όποιες περιβαλλοντικές μας επιπτώσεις, ενσωματώνοντας τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης στη λειτουργία μας.

● **Οικονομία:** Στόχος μας είναι να συμβάλουμε στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

● **Αγορές:** Στόχος μας είναι να συνεισφέρουμε στην υπεύθυνη λειτουργία των προμηθευτών με τους οποίους συνεργαζόμαστε.

● **Προϊόντα:** Στόχος μας είναι να παρέχουμε προϊόντα που είναι ασφαλή, ποιοτικά και ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών μας, αθλητά και να επηρεάζουμε θετικά τους καταναλωτές, ως προς τις διατροφικές τους πρακτικές.

● **Εργαζόμενοι:** Στόχος μας είναι να προσφέρουμε στους εργαζομένους μας ένα εργασιακό περιβάλλον που είναι ασφαλές, δίκαιο και προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης.

● **Κοινωνία:** Στόχος μας είναι να υποστηρίξουμε την εύρυθμη λειτουργία και ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών και της χώρας γενικότερα.

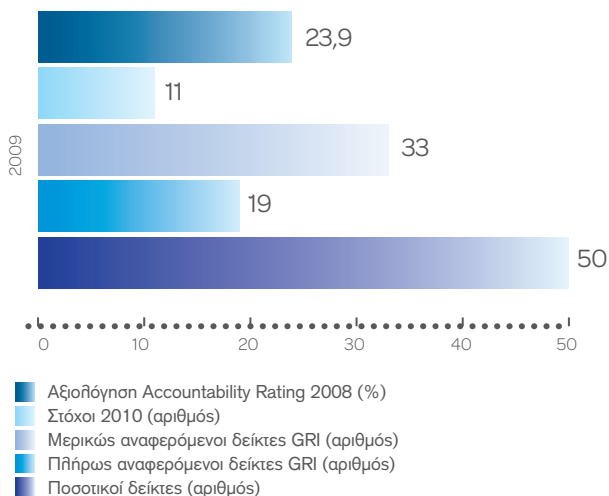
Σε κάθε μία από τις παραπάνω Ενότητες, η εταιρία αναγνωρίζει τα θέματα που σχετίζονται με την επίδραση που έχει, ή θα μπορούσε να έχει, στους Κοινωνικούς της Εταίρους, σε όλη την αλυσίδα δραστηριότητάς της. Παρακάτω φαίνονται οι κύριες Ενότητες στις οποίες εστιάζει η εταιρία (ανά τμήμα της αλυσίδας δραστηριότητάς της), με τα επιμέρους θέματα να περιγράφονται αναλυτικά σε κάθε αντίστοιχη Ενότητα του Απολογισμού αυτού.



Εστιάζουμε σε ποσοτικά στοιχεία και αποτελέσματα

Σκοπός της Carrefour είναι να περιλαμβάνει και να δημοσιοποιεί ορθότατα και περισσότερους ποσοτικούς στόχους και στοιχεία (τόσο γενικούς δείκτες, όσο και δείκτες GRI) στον Απολογισμό της. Οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της επίδοσης της εταιρίας εσωτερικά και μπορούν να χρησιμοποιηθούν και για την αξιολόγηση της επίδοσης από τους Κοινωνικούς Εταίρους. Έτσι η εταιρία κάνει αναφορά σε 96 ποσοτικούς δείκτες συνολικά και σε 52 δείκτες GRI συγκεκριμένα, ήδη στον πρώτο Απολογισμό που εκδίδει.

Ποσοτικά Στοιχεία στον Απολογισμό



Στόχοι:

Να βελτιωθούμε κατά 30% στην αξιολόγηση του Accountability Rating Greece

Να αυξήσουμε κατά 20% τον αριθμό των ποσοτικών δεικτών στους οποίους κάνουμε αναφορά στον Απολογισμό μας



4. Κοινωνικοί Εταίροι

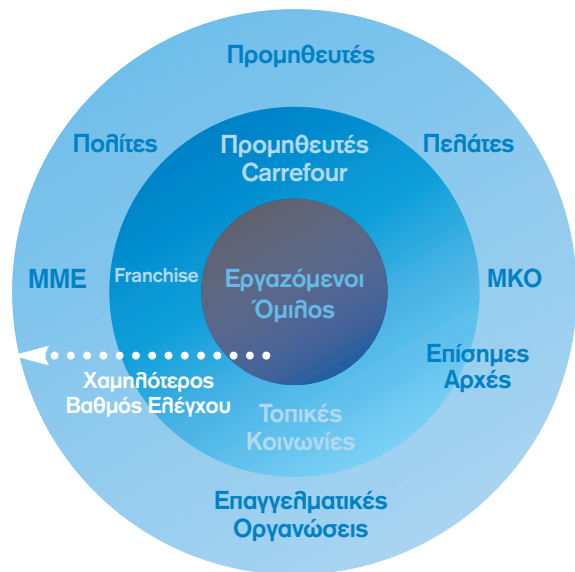
Διεξάγουμε διάλογο με τους Κοινωνικούς μας Εταίρους (Stakeholders)

Ως Κοινωνικούς Εταίρους (Stakeholders) ορίζουμε όλους όσους άμεσα ή έμμεσα συνδέονται, επηρεάζονται ή επηρεάζονται από τη δραστηριότητά μας. Ο ακόλουθος πίνακας περιλαμβάνει μία σύντομη παρουσίαση των ομάδων που θεωρούμε Κοινωνικούς Εταίρους (χωρισμένους στις κατηγορίες των Άμεσων και Έμμεσων Κοινωνικών Εταίρων) και των βασικών μεθόδων που χρησιμοποιούμε για την κατανόηση των απόψεων και αναγκών τους.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΕΤΑΙΡΟΣ	ΔΙΑΛΟΓΟΣ ΜΕΣΩ
ΑΜΕΣΟΙ	
Πελάτες	<ul style="list-style-type: none"> • Λειτουργία Τμήματος Επικοινωνίας Καταναλωτών • Έρευνες ικανοποίησης
Εργαζόμενοι	<ul style="list-style-type: none"> • Διοργάνωση εκδηλώσεων • Έκδοση εσωτερικού περιοδικού • Διαπραγματεύσεις με εκπροσώπους • Έρευνα ικανοποίησης
Franchisees	<ul style="list-style-type: none"> • Έρευνες ικανοποίησης • Λειτουργία Κέντρου Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης • Συναντήσεις
Προμηθευτές (Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour)	<ul style="list-style-type: none"> • Διεξαγωγή κοινών προγραμμάτων • Συναντήσεις
Προμηθευτές	<ul style="list-style-type: none"> • Συμμετοχή σε κλαδικές ενώσεις • Διεξαγωγή κοινών προγραμμάτων • Συναντήσεις
Τοπικές Κοινωνίες	<ul style="list-style-type: none"> • Διοργάνωση επισκέψεων
Επίσημες Αρχές	<ul style="list-style-type: none"> • Συζήτηση με εκπροσώπους των αρχών σε εθνικό και τοπικό επίπεδο • Συμμετοχή σε οργανισμούς και ενώσεις
Περιβάλλον	<ul style="list-style-type: none"> • Έρευνες • ΜΚΟ
Όμιλος	<ul style="list-style-type: none"> • Συναντήσεις ανώτερων στελεχών • Υιοθέτηση και υλοποίηση αρχών και πολιτικών • Ομάδα Βιώσιμων Ανάπτυξης
ΕΜΜΕΣΟΙ	
Πολίτες	<ul style="list-style-type: none"> • Καθημερινή επαφή
MME	<ul style="list-style-type: none"> • Συναντήσεις • Συνεντεύξεις Τύπου • Ενημερωτικά Έντυπα
Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ)	<ul style="list-style-type: none"> • Συναντήσεις

Μέσω των μεθόδων αυτών, η εταιρία προσπαθεί να επικοινωνήσει αμφίδρομα με κάθε ομάδα Κοινωνικών Εταίρων, στο βαθμό που αυτό είναι δυνατό. Ο βαθμός αυτός είναι ανάλογος με το βαθμό επίδρασης και ελέγχου που έχει η εταιρία σε κάθε Κοινωνικό Εταίρο, ενώ ανάλογη είναι και η έκταση της αναφοράς προς αυτούς, στον Απολογισμό που κρατάτε στα χέρια σας. Προφανώς η ευθύνη, η προσπάθεια και η αναφορά που κάνει η εταιρία είναι εκτενέστερη για Κοινωνικούς Εταίρους όπως π.χ. οι Εργαζόμενοι και μικρότερη για Εταίρους όπως π.χ. οι ΜΚΟ.

Αποτέλεσμα της αμφίδρομης επικοινωνίας της εταιρίας με κάθε ομάδα Κοινωνικών Εταίρων, είναι η ροή πληροφορίας προς την εταιρία και αντίστροφα. Μέσω του συνόλου των διαφορετικών καναλιών επικοινωνίας (όπως για παράδειγμα οι διαδικασίες υποβολής παραπόνων), η εταιρία γίνεται αποδέκτης των προβληματισμών των Κοινωνικών Εταίρων, καθώς και των αιτημάτων και προσδοκιών τους. Η ανταπόκριση αποτελεί κινητήριο δύναμη για συνεχή βελτίωση της λειτουργίας της εταιρίας, των προϊόντων και υπηρεσιών της, καθώς και του συνόλου των επιδράσεων που προκύπτουν από την επιχειρηματική της λειτουργία.



5. Συμμετοχές & Αναγνώριση

Είμαστε μέλη διεθνών και εθνικών οργανισμών

Ο Όμιλος Carrefour (και κατ' επέκταση η Carrefour ως εταιρία - μέλος του) από το 2001:

- Έχει ενταχθεί στο Οικουμενικό Σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών, δεσμευόμενη να ακολουθεί και να προωθεί τις δέκα αρχές του Συμφώνου στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, του περιβάλλοντος και των εργασιακών δικαιωμάτων.
- Έχει υπογράψει συμφωνία με το UNI (Union Network International), με την οποία δεσμεύεται να διασφαλίζει την εφαρμογή των αρχών της ILO (International Labor Organization), σε όλες τις χώρες όπου δραστηριοποιείται.

Επίσης αποτελεί μέλος των παρακάτω χρηματιστηριακών δεικτών:

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| • Aspi Eurozone Vigeo | France (από το 2002) |
| • DJSI Stoxx Europe Dow Jones | USA (από το 2003) |
| • DJSI World Dow Jones | USA (από το 2002) |
| • ECPI Ethical Index Euro ECP I | Italy, Luxembourg (από το 2002) |
| • ECPI Ethical Index Global ECP I | Italy, Luxembourg (από το 2002) |
| • Ethibel Excellence Europe Ethibel | Belgium (από το 2005) |
| • Ethibel Excellence Global Ethibel | Belgium (από το 2005) |
| • FTSE4 Good Europe FTSE | GB (από το 2004) |
| • FTSE4 Good Global FTSE | GB (από το 2004) |



Παράλληλα, παρόλο που για την Carrefour δεν αποτελεί αυτοσκοπό, αποτελεί, εντούτοις, ιδιαίτερη τιμή η αναγνώριση των προσπαθειών της, όπως έγινε με την ανάδειξη της εταιρίας σε «Retailer of the Year» και «Retail Store» από το περιοδικό Retail Business.





II. Στηρίζουμε την ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ της χώρας

1. Εισαγωγή

Η οικονομική μας ανάπτυξη αποτελεί, όπως για κάθε εταιρία, πρωταρχικό σκοπό και στόχο. Μέσω της ανάπτυξης αυτής, μας δίνεται παράλληλα η δυνατότητα να συνεισφέρουμε άμεσα και έμμεσα και στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας.

Η εστίασή μας:

Οικονομική Ανάπτυξη

Το μέγεθός μας:

1,93 δισ. € κύκλος εργασιών **100,6** εκατ. € πληρωμές σε φόρους **1,78** δισ. € πληρωμές προς προμηθευτές

Η κύρια ευθύνη μας:

Να συμβάλουμε στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Η ανταπόκρισή μας:

- Επιτυγχάνουμε οικονομικά αποτελέσματα
- Δημιουργούμε οικονομική αξία για τους Κοινωνικούς Εταίρους μας
- Βοηθάμε τους franchisees μας να αναπτυχθούν

2. Οικονομική Επίδοση

Επιτυγχάνουμε οικονομικά αποτελέσματα

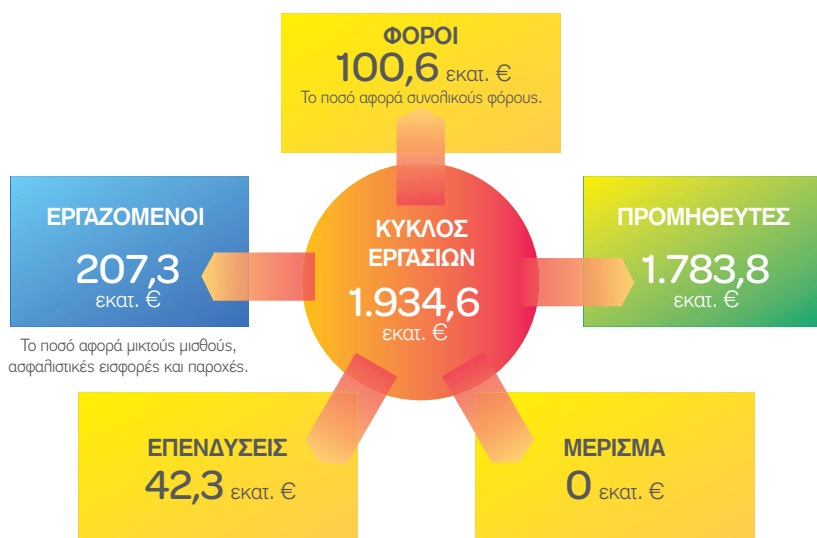
Η Carrefour αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες του ιδιωτικού τομέα στην Ελλάδα, με σχεδόν 2 δισ. € κύκλο εργασιών και πάνω από 11.000 εργαζόμενους σε όλη τη χώρα. Παρακάτω αποτυπώνονται τα κυριότερα οικονομικά αποτελέσματα της εταιρίας για τα έτη 2008 και 2009.


Οικονομικά Στοιχεία	2008	2009
Κύκλος εργασιών (χωρίς ΦΠΑ) (€)	1.994.599.708	1.934.652.270
Κέρδη προ φόρων (€)	25.162.058	6.208.918
Κέρδη μετά φόρων (€)	19.039.423	320.413
Εταιρικοί φόροι (€)	19.783.435	25.800.853
Συνολικοί φόροι (συμπεριλ. ΦΠΑ) (€)	86.230.067	100.695.433
Κόστος εργαζομένων (€)	197.963.446	207.308.761
Πληρωμές προμηθευτών (€)	1.801.620.165	1.783.880.331
Επενδύσεις (€)	52.102.750	42.379.413

3. Οικονομική Επίδραση

Δημιουργούμε οικονομική αξία για τους Κοινωνικούς μας Εταίρους

Η Carrefour, λόγω του μεγέθους της, δημιουργεί οικονομική αξία όχι μόνο για τους Μετόχους της, αλλά και για τους υπόλοιπους Κοινωνικούς της Εταίρους, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό στη δύσκολη σημερινή οικονομική συγκυρία. Ο κύκλος εργασιών της εταιρίας διασφαλίζει ότι σημαντικά ποσά επιστρέφουν πίσω στην κοινωνία, όπως στους πάνω από 2.000 προμηθευτές της (με τη μορφή αγορών), στους περισσότερους από 11.000 εργαζόμενους της (με τη μορφή μισθών, παροχών και ασφαλιστικών εισφορών) και στο κράτος (με τη μορφή φόρων), συνεισφέροντας με τον τρόπο αυτό στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, αλλά και των τοπικών αγορών στις οποίες δραστηριοποιείται η Carrefour. Έτσι, μόνο μέσα στο 2009, δόθηκαν πάνω από 200 εκατ. € στους εργαζόμενους, πάνω από 1,7 δισ. € σε προμηθευτές (κυρίως εγχώριους) και πάνω από 100 εκατ. € σε φόρους.



 Δώσαμε πάνω από 200 εκατ. € σε εργαζόμενους, πάνω από 1,7 δισ. € σε προμηθευτές και πάνω από 100 εκατ. € σε φόρους

4. Παρουσία στην Αγορά

Βοηθάμε τους franchisees μας να αναπτυχθούν

Η σημερινή δύσκολη οικονομική κατάσταση της ελληνικής αγοράς κάνει ιδιαίτερα σημαντική κάθε προσπάθεια που δημιουργεί άμεσα ή έμμεσα θέσεις εργασίας και προσφέρει τεχνογνωσία στην αγορά. Για το λόγο αυτό, είναι ιδιαίτερα σημαντικό το ότι κατά τη διάρκεια του 2009 εγκαινιάστηκαν 57 νέα καταστήματα franchise (που έφτασαν συνολικά τα 180), με αποτέλεσμα να ξεπερνούν πλέον τις 900 οι έμμεσα δημιουργημένες θέσεις εργασίας στους franchisees της Carrefour.

Παράλληλα, η Carrefour συνεισφέρει στην εμπορική επιτυχία και βιωσιμότητα των καταστημάτων franchise, μέσω πολιτικών που διασφαλίζει ότι παρέχεται:

- Υποστήριξη στο στήσιμο ενός σύγχρονου καταστήματος.
- Προτάσεις για ενδεδειγμένο εξοπλισμό για ασφαλή και αποδοτική έκθεση των προϊόντων.
- Εμπορικό πλάνο με προωθητικές ενέργειες, διαφήμιση και προσφορές.
- Παρακολούθηση της κερδοφορίας του καταστήματος και παρέμβαση για διορθωτικές κινήσεις.





III. Μειώνουμε την επίδρασή μας στο ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

1. Εισαγωγή

Οι ανθρώπινες δραστηριότητες αναπόφευκτα επηρεάζουν το κλίμα, δημιουργούν ποσότητες υγρών και στερεών αποβλήτων, καταναλώνουν ποσότητες νερού, ενώ επηρεάζουν και τη βιοποικιλότητα του πλανήτη. Στην Carrefour αναγνωρίζουμε ότι περιβαλλοντικά και οικονομικά βιώσιμη επιχείρηση μπορεί να είναι μόνο εκείνη που λαμβάνει υπόψη της τα παραπάνω θέματα. Για το λόγο αυτό υιοθετούμε μία προληπτική προσέγγιση αντιμετώπισης των περιβαλλοντικών προκλήσεων, λαμβάνοντας πρωτοβουλίες προώθησης της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας και ενισχύοντας την εφαρμογή φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών και τεχνολογιών.

Η εστίασή μας:

Μείωση Χρήσης Υλικών

Το μέγεθός μας:

319,6 χιλ. κυβικά νερό 72,2% ανακύκλωση αποβλήτων

239 G+ h ηλεκτρικής ενέργειας 186 χιλιάδες τόνους CO₂ 86,5 εκατ. πλαστικές σακούλες

Η κύρια ευθύνη μας:

Να περιορίζουμε τις όποιες περιβαλλοντικές μας επιπτώσεις, ενσωματώνοντας τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης στη λειτουργία μας.

Η ανταπόκρισή μας:

- Προστατεύουμε υπό εξαφάνιση είδη
- Χρησιμοποιούμε φιλικά προς το περιβάλλον υλικά
- Ελέγχουμε το συνολικό μας κλιματικό αποτύπωμα
- Μειώνουμε το κλιματικό αποτύπωμα (διανομή προϊόντων, χρήση ψυκτικών υγρών)
- Παρακολουθούμε την κατανάλωση ενέργειας
- Μειώνουμε τα υλικά συσκευασίας
- Χρησιμοποιούμε λιγότερες πλαστικές σακούλες
- Μειώνουμε τα απορρίμματα
- Ελέγχουμε την κατανάλωση νερού
- Μειώνουμε τους αέριους ρύπους
- Ακολουθούμε τη Νομοθεσία
- Υποστηρίζουμε ενέργειες ευαισθητοποίησης
- Βοηθάμε τους καταναλωτές να λειτουργούν πιο υπεύθυνα

2. Βιοποικιλότητα

Τα τελευταία 50 χρόνια, περίπου το 60% των οικοσυστημάτων έχουν διαταραχθεί από ανθρώπινες δραστηριότητες. Το 70% των ειδών κληρίδας σε παγκόσμια κλίμακα είναι είτε απειλούμενο είτε τελεί υπό εξαφάνιση, ενώ ο ρυθμός μείωσης της βιοποικιλότητας συνεχώς αυξάνεται. Η βιοποικιλότητα αποτελεί απαραίτητο συστατικό για την ισορροπία των οικολογικών συστημάτων, κάτι που στην Carrefour αναγνωρίζουμε, εστιάζοντας τις προσπάθειές μας προς την κατεύθυνση διατήρησής της.

Προστατεύουμε τα υπό εξαφάνιση είδη

Σε επίπεδο Ομίλου, η Carrefour έχει σταματήσει προοδευτικά την αλιείωση ψαριών που απειλούνται από εξαφάνιση, κυρίως λόγω εκτεταμένης υπεραλιείωσης (ειδικά πηληθυσμών νεαρής ηλικίας). Έτσι, μετά από σταδιακή μείωση της ποσότητας Μεσογειακού Γαλαζόπερου Τόνου που διέθετε ο Όμιλος επί σειρά ετών, αποφάσισε να σταματήσει τελείως το εμπόριό του.

Επιπλέον, φιλοδοξία του Ομίλου είναι να ενισχύσει την αλιεία σε τοπικό επίπεδο, ελπίζοντας έτσι τις εισαγωγές αλιευμάτων, πρακτική που έχει σαφώς μεγαλύτερο περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Όσον αφορά στα αλιεύματα, ο Όμιλος έχει εισάγει σειρές προϊόντων που φέρουν την πιστοποίηση Marine Stewardship Council (MSC), η οποία διασφαλίζει την υιοθέτηση προτιμητέων, φιλικότερων προς το περιβάλλον, πρακτικών αλιείας από τους πιστοποιημένους στόλους.

Χρησιμοποιούμε φιλικά προς το περιβάλλον υλικά

Ο Όμιλος, αναγνωρίζοντας τις διαστάσεις που λαμβάνει το μείζον πρόβλημα της αποψίλωσης των δασών παγκοσμίως, έχει στρέψει το ενδιαφέρον του και στη συντήρηση των φυσικών πόρων. Σε αυτή την κατεύθυνση, ξεκίνησε η συνεργασία του Ομίλου με το Forest Stewardship Council (FSC) πριν από μια δεκαετία και έκτοτε όλη η σειρά επίπλων κήπου που διατίθενται στις υπεραγορές προέρχεται από ξυλεία αναγνωρισμένη από την παγκόσμια αυτή αρχή δασικής πιστοποίησης. Το FSC είναι ένας μοναδικός στο είδος του οργανισμός, ο οποίος ιδρύθηκε το 1993 προκειμένου να ενθαρρύνει μια περιβαλλοντικά ορθολογική και συνεπώς βιώσιμη διαχείριση των δασών σε διεθνές επίπεδο. Ο εν λόγω οργανισμός ορίζει τους όρους και τις αρχές που πρέπει να τηρούνται, ώστε ένα δάσος να είναι ανανεώσιμο, με αποτέλεσμα η ύπαρξη του εμπορικού του σήματος πάνω σε προϊόντα να στοιχειοθετεί μια υπεύθυνη διαχείριση του φυσικού αυτού πόρου.

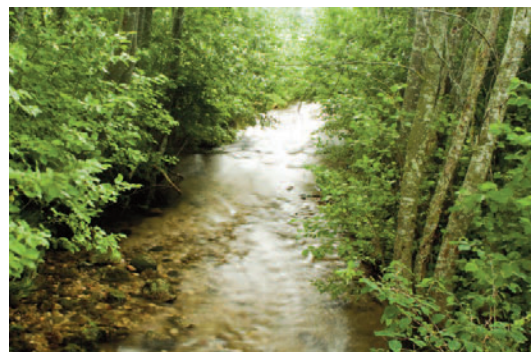
Επίσης, δείχνοντας ιδιαίτερη ευαισθησία στο ζήτημα της αειφόρου ανάπτυξης, η Carrefour σταμάτησε το 2006 την προμήθεια επίπλων κήπου από teck, λόγω της καταστροφικής υπερεκμετάλλειψης που έχει υποστεί το συγκεκριμένο είδος ξυλείας. Στη θέση του χρησιμοποιείται ξυλεία από Acacia Βιετνάμ και Μαλαισίας, καθώς και Eucalyptus Νοτίου Αφρικής, Ουρουγουάης και Βραζιλίας, δέντρα που επιτρέπουν την κατασκευή επίπλων υψηλής αισθητικής και μεγάλης ανθεκτικότητας και που δεν βρίσκονται στη λίστα IUCN.

Παράλληλα, η εταιρία αναπτύσσει προϊόντα φιλικότερα προς το περιβάλλον που φέρουν το δικό της λογότυπο και είναι πιο προσιτά σε όλους. Τέτοια προϊόντα είναι τα βιολογικά και εκείνα που φέρουν την πιστοποίηση Eco-Label (βλ. Ενότητα V-3).



Στόχος:

%α εισάγουμε τουλάχιστον
5 αλιευτικά προϊόντα MSC
στην Ελλάδα



3. Ενέργεια και Μεταφορές

Ελέγχουμε το συνολικό μας κλιματικό αποτύπωμα

Η κατανάλωση ενέργειας και οι μεταφορές εκκλύουν ποσότητες αερίων ρύπων που επιβαρύνουν την ατμόσφαιρα και ενισχύουν το φαινόμενο του θερμοκηπίου. Οι πιθανώς καταστροφικές συνέπειες της ανθρωπογενούς κλιματικής αλλαγής δεν επιτρέπουν εφησυχασμό και χρήζουν άμεσων και ουσιαστικών δράσεων για τη μείωση του ενεργειακού και κλιματικού αποτυπώματος όλων των επιχειρήσεων, από τις οποίες δεν εξαιρείται η Carrefour. Οι επιδόσεις μας αναφορικά με τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα παρουσιάζονται στα παρακάτω διαγράμματα. Το πρώτο απεικονίζει τις άμεσες και έμμεσες εκπομπές CO₂, δηλαδή τις εκπομπές λόγω της κατανάλωσης ηλεκτρισμού, αλλά και τις άμεσες εκπομπές που προκύπτουν από καύσεις υγρών και στερεών καυσίμων στα κτίριά μας. Παρατηρείται μικρή αύξηση των συνολικών εκπομπών CO₂ (κατά περίπου 1%) και των ειδικών εκπομπών (4,6%), όπως αυτές εκφράζονται σε κιλά CO₂ ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας.

Μειώσαμε τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα ανά μεταφερόμενη παλέτα κατά 1,65%

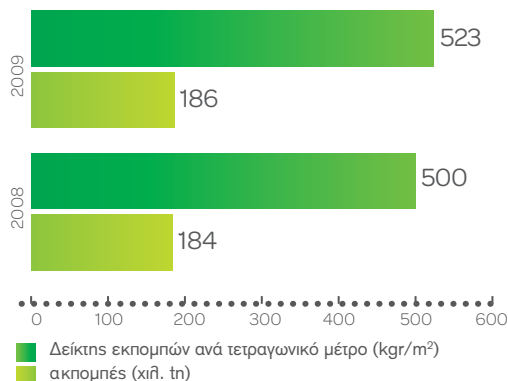
Μειώνουμε το κλιματικό αποτύπωμα από τη διανομή προϊόντων

Τα προϊόντα της εταιρίας διανέμονται, σε όλα τα σημεία πώλησης στην Ελλάδα, με τρεις τρόπους: ιδιόκτητα φορτηγά αυτοκίνητα, φορτηγά Δ.Χ. συνεργατών ιδιοχηρστών και ιδιοφορτώσεις από πελάτες. Η διακίνηση των προϊόντων για τις δύο πρώτες κατηγορίες πραγματοποιείται βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών, που περιλαμβάνουν το βέλτιστο σχεδιασμό των διαδρομών. Με βάση το δείκτη επίδοσης του Ομίλου σε θέματα μεταφορών (που αξιολογεί συγκεντρωτικά θέματα όπως ομαδοποίηση παραγγελιών, ικνηλασιμότητα, τήρηση αλυσίδας ψύξης, βέλτιστη πλήρωση φορτηγών, αποδοτικότητα δρομολογίων και διαχείριση περιβαλλοντικών επιπτώσεων), η επίδοση της εταιρίας βρίσκεται στο 16, με άριστα το 20. Οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, τόσο συνολικά, όσο και ανά μονάδα μεταφερόμενων παλετών, σημείωσε μικρή μείωση της τάξης του 0,14% και 1,65% αντίστοιχα.

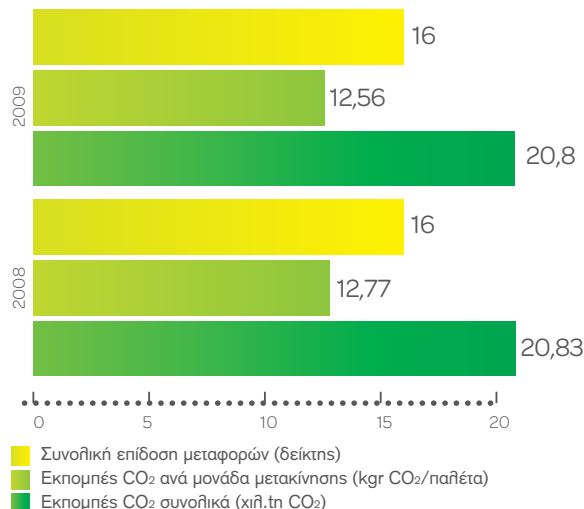
Μειώνουμε το κλιματικό αποτύπωμα από τη χρήση ψυκτικών υγρών

Η εταιρία παρακολουθεί συστηματικά την κατανάλωση των ψυκτικών υγρών που χρησιμοποιούνται για τις λειτουργικές της ανάγκες (βλέπε ενότητα III-6), καθώς και τις αντίστοιχες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, όπως αποτυπώνεται διαγραμματικά δεξιά, μεταφρασμένες σε τόνους CO₂. Τα αέρια θερμοκηπίου του Πρωτοκόλλου του Κιότο αφορούν στη συγκεκριμένη περίπτωση CO₂ και HFC (υδροφθοράνθρακες), ενώ τα αντίστοιχα αέρια εκτός Πρωτοκόλλου του Κιότο αναφέρονται σε CFC και HCFC (χλωροφθοράνθρακες, υδροχλωροφθοράνθρακες κλπ.).

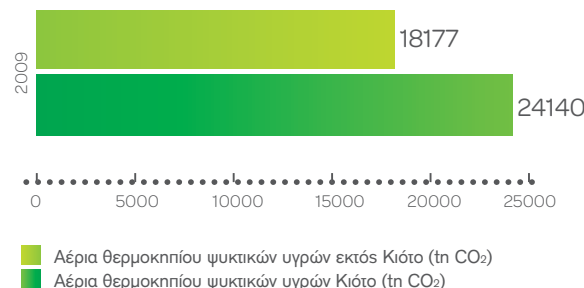
Εκπομπές CO₂ - Σύνολο



Εκπομπές CO₂ - Μεταφορές



Εκπομπές CO₂ - Ψυκτικά Υγρά



Παρακολουθούμε την κατανάλωση ενέργειας

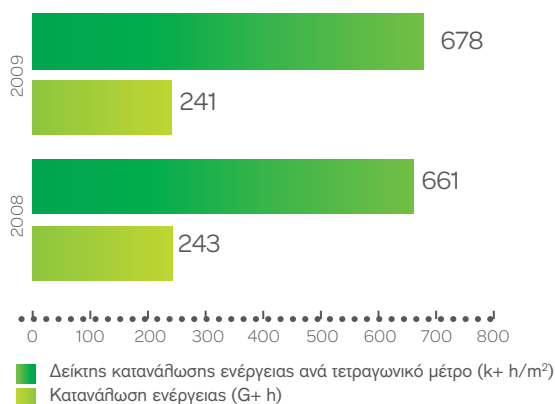
Η εταιρία παρακολουθεί συστηματικά την κατανάλωση ενέργειας από διάφορες πηγές, με στόχο να πραγματοποιεί ενέργειες που θα της επιτρέψουν να τη μειώσει. Στα πλαίσια της στρατηγικής εξοικονόμησης ηλεκτρικής ενέργειας, η εταιρία σταδιακά:

- αντικαθιστά τους λαμπτήρες παλαιού τύπου με νέους εξοικονόμησης ενέργειας τύπου T5, που είναι αποδοτικότεροι κατά περισσότερο από 60%
- αντικαθιστά τα κλιματιστικά παλαιάς τεχνολογίας με νέα, τύπου inverter
- αντικαθιστά τους ανοιχτούς καταψύκτες με νέους κλειστού τύπου, συμβάλλοντας ακόμη περισσότερο στην ενεργειακή αποδοτικότητα των βασικών λειτουργιών της εταιρίας
- χρησιμοποιεί στις κτιριακές της εγκαταστάσεις γεννήτριες υγρού καυσίμου, οι οποίες διαθέτουν αυτόνομα εγκατεστημένες δεξαμενές
- έχει εισάγει στην γκάμα των προϊόντων της ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές με ενεργειακή σήμανση A και A_μ, που χαρακτηρίζονται από σημαντικά βελτιωμένα ενεργειακά αποδοτικότητα.

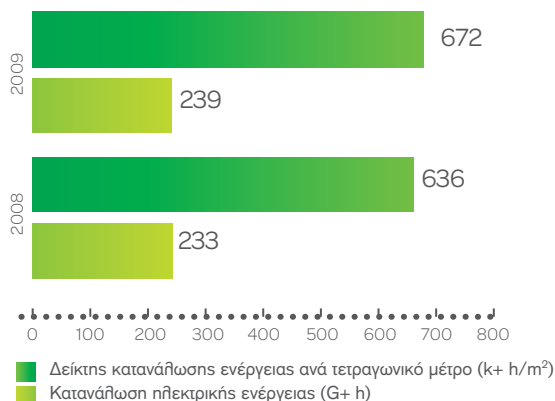
Δεξιά απεικονίζεται η συνολική κατανάλωση ενέργειας της εταιρίας. Παρατηρείται μία μικρή μείωση της τάξης του 0,8% στη συνολική κατανάλωση ενέργειας, ενώ η κατανάλωση ενέργειας ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας αυξήθηκε περίπου κατά 2,6%. Όσον αφορά συγκεκριμένα στην κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας από το δίκτυο της ΔΕΗ, παρατηρείται μία αύξηση της τάξης του 2,6% σε απόλυτα μεγέθη, καθώς επίσης και κατά 5,7% ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας.

Αυξήθηκε η κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 5,7Α

Κατανάλωση Ενέργειας - Ηλεκτρική Ενέργεια και Καύσιμα



Κατανάλωση Ενέργειας - Ηλεκτρική Ενέργεια



Στόχος:

%α μειώσουμε την κατανάλωση ενέργειας κατά 30% μέχρι το 2020, σε σχέση με τα επίπεδα του 2004



Συνεργασία με το F Ελλάς

Το 2009, η εταιρία ξεκίνησε συνεργασία με την περιβαλλοντική οργάνωση WWF Ελλάς για τη διενέργεια καταγραφής του ενεργειακού και κλιματικού αποτυπώματος τριών αντιπροσωπευτικών καταστημάτων σε Αττική, Γλυφάδα, Αμπελόκηπους και Χαλάνδρι. Βάσει των πορισμάτων των σχετικών ενεργειακών επιθεωρήσεων, θα ληφθούν μέτρα εξοικονόμησης ενέργειας και μείωσης των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, με γνώμονα τις βελτιωτικές προτάσεις της οργάνωσης, αλληλά και τους στόχους του Ομίλου. Τα μέτρα εξοικονόμησης θα εφαρμοστούν αρχικά στα συγκεκριμένα καταστήματα, με απώτερο σκοπό να διαχυθούν σε βάθος χρόνου και στο υπόλοιπο δίκτυο, εφόσον αυτό κριθεί εφικτό.

Συγκεκριμένα, για το κατάστημα Χαλανδρίου, η εταιρία δεσμεύεται και στοχεύει στη μείωση κατά 30% του ενεργειακού αποτυπώματος του καταστήματος μέσα στα επόμενα τρία χρόνια. Στο κατάστημα, το σύνολο των ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων είναι νέας ενεργειακής κλάσης, ενώ χρησιμοποιούνται μόνο οικολογικά ψυκτικά ρευστά και λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας. Στο εξωτερικό του καταστήματος τοποθετήθηκε Κέντρο Αναποδοτικής Ανακύκλωσης για χαρτί, γυαλί και αλουμίνιο, καθώς και σημείο συλλογής ηλεκτρικών συσκευών και μπαταριών προς ανακύκλωση.

Παράδειγμα

4. Κατανάλωση και Διαχείριση Υλικών

Μειώνουμε τα υλικά συσκευασίας

Τα τελευταία χρόνια, η Carrefour προσπαθεί συστηματικά να ελαττώσει το βάρος των συσκευασιών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας "Carrefour". Σε επίπεδο Ομίλου αυτό μεταφράζεται σε 13.000 τόνους μικρότερου όγκου συσκευασίας συγκεκριμένων προϊόντων. Επιπρόσθετα, διενεργήθηκε απογραφή από το Group International Purchasing Office στα προϊόντα HPC (Home and Personal Care), με σκοπό να εντοπιστούν τα περιθώρια βελτίωσης όσον αφορά στην ανάπτυξη φιλικότερων προς το περιβάλλον συσκευασιών. Ο Όμιλος διερευνά τρόπους εκμετάλλευσης ανανεώσιμων και γενικά υλικών που βρίσκονται σε αφθονία, όπως είναι το βιοπλαστικό. Πέραν αυτού, διενεργεί αναλύσεις κύκλου ζωής για να καθορίσει τις πολιτικές του, τόσο για πλαστικές σακούλες όσο και για διαφημιστικούς καταλόγους.

➤ Στόχος: Να αναλύσουμε το μέσο βάρος των συσκευασιών μας

Χρησιμοποιούμε λιγότερες πλαστικές σακούλες

Οι πλαστικές σακούλες είναι ένα σημαντικό ζήτημα διαχείρισης με σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Σε επίπεδο Ομίλου, η Carrefour αφού σταμάτησε τη δωρεάν διανομή πλαστικών σακουλιών στην Ταϊβάν, το Βέλγιο και τη Γαλλία, έκανε το ίδιο και στις αγορές της Κίνας και της Πολωνίας. Χώρες όπως η Αργεντινή, η Ισπανία, η Γαλλία αλιλά και η Ελλάδα, έχουν ευαισθητοποιηθεί από το συγκεκριμένο μέτρο και πλέον προσφέρουν εναλλακτικές λύσεις στην πλαστική σακούλα μιας χρήσης, όπως είναι η επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα. Στην Ελλάδα καταναλώνονται ετησίως περίπου 4 δισεκατομμύρια πλαστικές σακούλες οι οποίες χρειάζονται 100 με 400 χρόνια για να διασπαστούν.

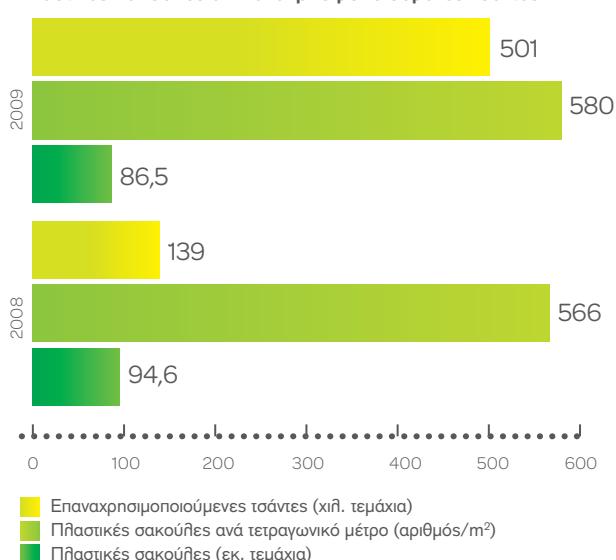
Για το λόγο αυτό, η Carrefour εισήγαγε τις επαναχρησιμοποιούμενες τσάντες ήδη από το 2006, οι οποίες έχουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- Μειώνουν τη χρήση της πλαστικής σακούλας, ελατώνοντας τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.
- Είναι ανθεκτικές, πρακτικές και εύχρηστες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η εταιρία αντικαθιστά δωρεάν τις τσάντες αυτές όταν καταστραφούν. Στο διάγραμμα που ακολουθεί, απεικονίζεται η συνολική ποσότητα πλαστικών και επαναχρησιμοποιούμενων τσαντών που διανεμήθηκαν, καθώς και η αντίστοιχη ποσότητα ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας.

Παρατηρείται μείωση της τάξης του 8,6% της συνολικής ποσότητας διανεμηθέντων πλαστικών σακουλιών, ενώ ακόμη σημαντικότερη είναι η αύξηση στις πωλήσεις των επαναχρησιμοποιούμενων τσαντών κατά το εντυπωσιακό 260%.

Πλαστικές Σακούλες & Επαναχρησιμοποιούμενες Τσάντες



✓ Αυξήσαμε κατά 260% τις πωλήσεις σε επαναχρησιμοποιούμενες τσάντες και μειώσαμε κατά 8,6% τη διάθεση σε πλαστικές σακούλες

➤ Στόχος:
%α προχωρήσουμε σε ανάληψη κύκλου ζωής για τις σακούλες που διαθέτουμε



Μειώνουμε τα απορρίμματα

Η Carrefour κατανοεί ότι οι πρώτες ύλες δεν είναι ανεξάντλητες. Υιοθετεί την αρχή «Μειώνω - Επαναχρησιμοποιώ - Ανακυκλώνω» και αποσκοπεί στην αποδοτικότερη και αποτελεσματικότερη χρήση των πεπερασμένων φυσικών πόρων, στοχεύοντας παράλληλα στη μείωση των στερεών αποβλήτων και απορριμμάτων που παράγονται από τη συνολική εμπορική της δραστηριότητα.

Τα απόβλητα και απορρίμματα που σχετίζονται με τις δραστηριότητες του κλάδου λιανεμπορίου ακολουθούν την εξής κατηγοριοποίηση:

- Συσκευασίες προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας
- Π्लाστικές σακούλες
- Χαρτί και χαρτόνι
- Ελαστικά αυτοκινήτων
- Εξοπλισμός εγκαταστάσεων (π.χ. ψυγεία)
- Λαμπτήρες
- Απόβλητα μετά την κατανάλωση (π.χ. χρησιμοποιημένες συσκευασίες)
- Υλικά γραφείου (χαρτί, μελανοδοχεία και toners, αλουμίνιο, πλαστικό κ.λπ.)
- Λιπαντικά
- Μπαταρίες

5. Νερό

Ελέγχουμε την κατανάλωση νερού

Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της διεθνούς περιβαλλοντικής οργάνωσης WWF, η χώρα μας έρχεται δεύτερη παγκοσμίως στην κατά κεφαλή κατανάλωση νερού, με μέση ετήσια κατανάλωση 2.389 κυβικών μέτρων, σχεδόν διπλάσια σε σχέση με τον παγκόσμιο μέσο όρο, ο οποίος ανέρχεται στα 1.243 κυβικά μέτρα.

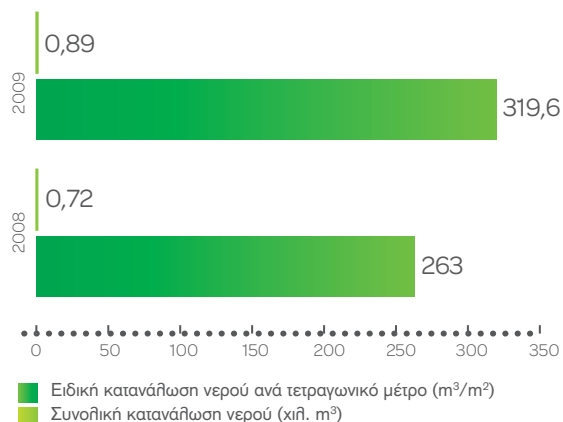
Στην Carrefour αναγνωρίζουμε το πρόβλημα αυτό και θέλουμε να συμβάλουμε μακροπρόθεσμα στην άμβλυνσή του, έχοντας επίγνωση της υπεύθυνης στάσης που πρέπει να επιδείξουμε. Οι επιδόσεις της εταιρίας μας συνοψίζονται ποσοτικά δεξιά:

Παρατηρείται αύξηση, τόσο στη συνολική κατανάλωση νερού όσο και στην ειδική κατανάλωση ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας, κατά 21,5% και 23,6%, αντίστοιχα, κάτι που η εταιρία σκοπεύει να αναλύσει και να αντιμετωπίσει μελλοντικά.

 **Αυξήθηκε η κατανάλωση νερού κατά 21,5Α**



Κατανάλωση Νερού



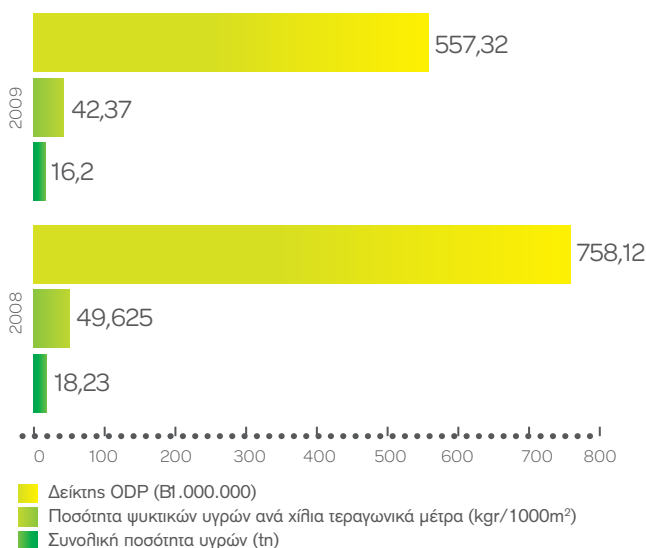
6. Αέριοι Ρύποι και Στοιβάδα Όζοντος

Μειώνουμε τους αέριους ρύπους

Η χρήση ψυκτικών υγρών μπορεί να έχει σημαντική επίδραση τόσο στο φαινόμενο του θερμοκηπίου όσο και στη στοιβάδα του όζοντος. Για το λόγο αυτό, η Carrefour καταγράφει και παρακολουθεί συστηματικά τις ποσότητες των ψυκτικών υγρών που καταναλώνονται για τις λειτουργικές ανάγκες. Βασικός άξονας της δράσης σε σχέση με τα ψυκτικά υγρά, είναι η αντικατάσταση του R22 με το φιλικότερο προς το περιβάλλον R404. Όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα αντικαθίσταται το πιο επιβλαβές R22 με το περιβαλλοντικά φιλικότερο R404, ελαττώνοντας έτσι την επίδραση της εταιρίας στη στοιβάδα του όζοντος, αλλά και την ατμόσφαιρα. Το συνολικό αποτέλεσμα τη δράσης αυτής απεικονίζεται παρακάτω.

R22	2008	2009
ΣΥΝΟΛΟ (kgr):	12.784	10.043
R404	2008	2009
ΣΥΝΟΛΟ (kgr):	5.449	6.155

Επίδραση στη Στοιβάδα Όζοντος



Μειώσαμε τη δυνητική επίδραση των ψυκτικών υλικών που χρησιμοποιούμε κατά 26,5%



Κατά το έτος 2009 μειώθηκε η συνολική ποσότητα ψυκτικών υγρών που χρησιμοποιήθηκαν κατά 11,1%, αλλά και η αντίστοιχη ειδική ποσότητα ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 14,6%. Επίσης, παρατηρείται μείωση στο δείκτη ODP (Ozone Depleting Potential) κατά περίπου 26,5%, που σημαίνει ότι η δυνητική επίδραση των ψυκτικών υγρών που χρησιμοποιεί η εταιρία ελαττώθηκε σημαντικά.

7. Συμμόρφωση

Ακολουθούμε τη Νομοθεσία

Η εταιρία παρακολουθεί την κείμενη περιβαλλοντική νομοθεσία με στόχο να ακολουθεί τις σχετικές διατάξεις. Παράδειγμα αποτελεί η κατασκευή εγκαταστάσεων βιολογικού καθαρισμού, όπου η εταιρία διενεργεί όλες τις προβλεπόμενες μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων, με σκοπό τη διασφάλιση τόσο της συμμόρφωσης με το νόμο όσο και την ελαχιστοποίηση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των συγκεκριμένων κατασκευών. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι και το 2009, η εταιρία δεν κατηγορήθηκε για παραβίαση περιβαλλοντικής νομοθεσίας, ενώ δεν της επιβλήθηκε κανενός είδους σχετικό πρόστιμο.

8. Ευαισθητοποίηση Κοινού

Υποστηρίζουμε ενέργειες ευαισθητοποίησης του κοινού



Γιορτή Ανακύκλωσης

Περισσότεροι από 4.000 πολίτες συμμετείχαν στη μεγάλη γιορτή Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης στο εμπορικό κέντρο Avenue στο Μαρούσι, που διοργανώθηκε το Σάββατο 27 Ιουνίου 2009, από το Εθνικό Σύστημα ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ. Ως Μεγάλος Χορηγός της «2ης Μεγάλης Γιορτής Ανακύκλωσης του Δήμου Αθηναίων», η Carrefour συμμετείχε εγκαθιστώντας 2 Ανταποδοτικά Κέντρα Ανακύκλωσης στο κέντρο της Πλατείας Συντάγματος.

Την Παρασκευή 6 Νοεμβρίου, πραγματοποιήθηκε η «Γιορτή της Carrefour», όπου όλοι οι παρευρισκόμενοι ενημερώθηκαν για τη διαδικασία και τα οφέλη της ανακύκλωσης στα περίπτερα της Carrefour. Οι συμμετέχοντες ανακύκλωσαν μεταλλικές, πλαστικές και γυάλινες συσκευασίες, καθώς και πλαστικές σακούλες στο Κέντρο Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης της Carrefour, έλαβαν μέρος σε ειδικά διαμορφωμένα "παιχνίδια ανακύκλωσης" και δραστηριότητες που διοργανώθηκαν αποκλειστικά για τους φίλους ανακυκλωτές, ενώ παρέλαβαν και σχετικά δώρα. Η Κυριακή 8 Νοεμβρίου ήταν αφιερωμένη αποκλειστικά στους εργαζόμενους της Carrefour. Έτσι, όλοι όσοι βρέθηκαν στην Πλατεία Συντάγματος είχαν την ευκαιρία να περάσουν το μήνυμα της ανακύκλωσης στις οικογένειες και τα παιδιά τους.

Παράδειγμα



Κατασκευή Καταστήματος

Οι κάτοικοι του Χαλανδρίου έχουν τη δυνατότητα να απολαμβάνουν το καλαίσθητο αποτέλεσμα μιας «Πράσινης Ταράτσας» 700 τμ. στο νέο κατάστημά μας του Χαλανδρίου, που αποτελεί το νέο μεγάλο κήπο στην καρδιά του Χαλανδρίου. Για τα παιδιά της γειτονιάς δημιουργείται μία ολοκαίνουρια πηλατεία με παιδική χαρά που τηρεί τις προδιαγραφές ασφαλείας της Ε.Ε. με παιχνίδια και όργανα οικολογικού χαρακτήρα. Η κατασκευή πεζόδρομου που περιβάλλεται από δέντρα, αναβαθμίζει αισθητικά την περιοχή, ενώ συμβάλλει στη μείωση των ηχητικών οχλήσεων. Στο πλαίσιο της πολιτικής αντιμετώπισης των ηχητικών οχλήσεων που προκύπτουν από τις λειτουργίες της εταιρίας, γίνεται ηχομόνωση συγκεκριμένων χώρων με σημαντικό ηχητικό αποτύπωμα (π.χ. μηχανοστάσια) και βάσει συστηματικών μετρήσεων, έχουν ορισθεί τα 40 decibel ως ανώτατο όριο ακουστικής όχλησης.

Παράλληλα, η εταιρία μεριμνά και για το υποβαθμισμένο στην Ελλάδα θέμα της φωτορρύπανσης, με αποτέλεσμα να έχει θεσπιστεί πολιτική σθησίματος φώτων σε όλα τα καταστήματα, τόσο στους εσωτερικούς όσο και στους εξωτερικούς χώρους.



Παράδειγμα

Βοηθάμε τους καταναλωτές να λειτουργούν πιο υπεύθυνα

Ανακύκλωση

Στην Carrefour πιστεύουμε ότι οι άδειες συσκευασίες δεν είναι σκουπίδια, αλλά πρώτη ύλη για νέα προϊόντα. Για το λόγο αυτό, ξεκινήσαμε το 2007, ως ιδρυτικό μέλος το Ολοκληρωμένο Σύστημα Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης, με το οποίο:

- Δημιουργήσαμε 12 νέα κέντρα ανακύκλωσης.
- Δίνουμε τη δυνατότητα στους καταναλωτές να επιστρέφουν για ανακύκλωση πλαστικά μπουκάλια, γυάλινες φιάλες, μεταλλικά κουτιά, χάρτινες συσκευασίες, ηλεκτρικές μικροσυσκευές, κινητά τηλέφωνα και μπαταρίες, οικιακές μπαταρίες, στους χώρους έξω από το κατάστημα.
- Οι καταναλωτές που ανακυκλώνουν, παραλαμβάνουν κουπόνια για έκπτωση στις αγορές τους.
- Εγκαταστήσαμε σύστημα ανακύκλωσης χαρτιού σε όλα τα καταστήματα, αποθήκες και γραφεία.

Ενδεικτικά, μόνο το 2009 ανακτήθηκαν:

112 τόνοι ΑΗΗΕ (Απόβλητα Ηλεκτρικού και Ηλεκτρονικού Εξοπλισμού), έναντι 14 τόνων το 2008, από τα οποία ανακτήθηκε προς ανακύκλωση-επαναχρησιμοποίηση το 86Α :

- 13,3 τν π्लाστικού
- 12,3 τν ηλεκτρομηχανικά μέρη
- 3,6 τν γυαλιού
- 56,3 τν σιδηρούχων (που οδηγήθηκαν σε χαλυβουργίες για παραγωγή σιδήρου)
- 5,2 τν μη σιδηρούχων μετάλλων (συμβάλλοντας στην εξοικονόμηση ενέργειας)
- 5,7 τν υλικών Ειδικής Διαχείρισης (εν δυνάμει επικίνδυνων υλικών, που διαφορετικά θα κατέληγαν σε ΧΥΤΑ)

13.833.516 συσκευασίες ή 1.135,4 τόνοι συσκευασιών, έναντι 4.959.871 συσκευασιών που ανακτήθηκαν το 2008, από τις οποίες ανακτήθηκαν:

- 178,3 τν π्लाστικού
- 67,5 τν αλουμινίου
- 252,3 τν λευκοσιδήρου
- 334,3 τν γυαλιού
- 302,8 τν χαρτιού
- 13 τόνοι οικιακές μπαταρίες, που αντιστοιχούν σε περίπου 500.000 τεμάχια, ποσότητα αυξημένη κατά 27% σε σχέση με το 2008. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ποσότητα αυτή αντιστοιχεί στο 2,1% των συνολικών οικιακών μπαταριών που συλλέχτηκαν στην Ελλάδα το 2009.

Εξοικονόμηση Ενέργειας

Η Carrefour διαθέτει πλήρη γκάμα από λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας, με τον όγκο των σχετικών πωλήσεων να σημειώνει αύξηση κατά 16,6% μέσα στο 2009, κυρίως λόγω των προωθητικών ενεργειών που πραγματοποιήθηκαν, όπως η «Εβδομάδα Ανανεώσιμης Ενέργειας». Σκοπός της «Εβδομάδας Ανανεώσιμης Ενέργειας», που οργάνωσε η Ευρωπαϊκή Ένωση από τις 9 έως τις 13 Φεβρουαρίου 2009, ήταν η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών για τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας, καθώς και για την ανάγκη στροφής προς ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

Οι πελάτες ενημερώνονταν με την ειδική σήμανση για τα προϊόντα χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας σε ηλεκτρικές συσκευές και λαμπτήρες. Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά τη διάρκεια της εβδομάδας αυτής, οι πωλήσεις σε λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας υπερδιπλασιάστηκαν. Παράλληλα, οι λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour παρουσίασαν ακόμη μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων σε όγκο κατά 125,8% και αποτελούν πλέον το 28,4% των συνολικών λαμπών εξοικονόμησης ενέργειας που πωλούνται.

Τριπλασιάσαμε την ποσότητα συσκευασιών που συλλέχτηκαν για ανακύκλωση στα καταστήματά μας, σε σχέση με το 2008

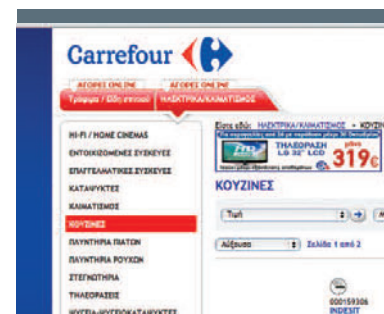
Τοποθετήσαμε κάδους ανακύκλωσης μπαταριών στο 100% των καταστημάτων μας, με αποτέλεσμα να συλλέξουμε το 2,1% των οικιακών μπαταριών που συλλέχτηκαν συνολικά στην Ελλάδα το 2009



Παράδειγμα

Ηλεκτρονικό κατάστημα

Το 2009, ήταν μία χρονιά καινοτομίας για την Carrefour. Το νέο, πρωτοποριακό ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας τέθηκε σε λειτουργία, αποτελώντας «σημείο αναφοράς» για το ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα. Οι καταναλωτές, έχουν πλέον τη δυνατότητα, να κάνουν εύκολα, ηλεκτρονικά και εξ αποστάσεως τα ψώνια τους, μέσα από μία αντιπροσωπευτική συλλογή από όλες τις κατηγορίες ειδών που χρειάζεται ένα νοικοκυριό για την καθημερινή λειτουργία του. Προφανώς τα οφέλη και για το περιβάλλον είναι σημαντικά, αφού εξαλείφονται οι επιπτώσεις αφενός από τη μετακίνηση των πελατών προς το κατάστημα και αφετέρου από τη λειτουργία των καταστημάτων.





IV. Επηρεάζουμε την αλυσίδα των ΑΓΟΡΩΝ μας

1. Εισαγωγή

Στην Carrefour έχουμε υψηλές απαιτήσεις από τους προμηθευτές μας στην Ελλάδα, αλλά και το εξωτερικό. Αξιοποιώντας το μέγεθος και την έκταση της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας, συνεργαζόμαστε με τους προμηθευτές μας για να μεταφέρουμε την αρχή της βιώσιμης και υπεύθυνης ανάπτυξης στην αλυσίδα αγορών μας.

Η εστίασή μας:

Υπεύθυνες Αγορές

Το μέγεθός μας:

2.000 προμηθευτές **91%** αγορές από Ελλάδα

Η κύρια ευθύνη μας:

Να συνεισφέρουμε στην υπεύθυνη λειτουργία των προμηθευτών με τους οποίους συνεργαζόμαστε.

Η ανταπόκρισή μας:

- Επιλέγουμε τους Προμηθευτές μας
- Δίνουμε προτεραιότητα σε Τοπικούς Προμηθευτές
- Βοηθάμε τους Προμηθευτές στην εκπλήρωση των υποχρεώσεών τους
- Αξιολογούμε την περιβαλλοντική επίδοση των Προμηθευτών μας
- Αξιολογούμε την επίδοση των Προμηθευτών μας στα ανθρώπινα δικαιώματα

2. Επιλογή

Επιλέγουμε τους Προμηθευτές μας

Οι προμηθευτές της εταιρίας διαχωρίζονται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες:

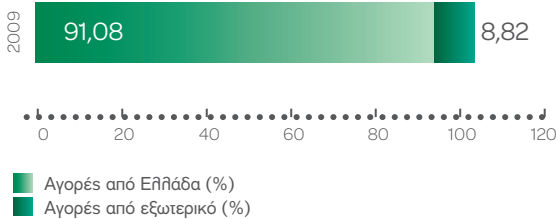
1. τους προμηθευτές προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour
2. τους προμηθευτές φρέσκων / νωπών προϊόντων (φρούτων, λαχανικών, κρεάτων, τυροκομικών, αθλητικών, προϊόντων αρτοποιαροπλαστικής)
3. τους προμηθευτές επώνυμων προϊόντων (δικής τους Μάρκας κτλ).
4. τους προμηθευτές βοηθητικών υλικών (γραφεία, αυτοκίνητα κτλ).


Η εταιρία δίνει μεγαλύτερη έμφαση στη διαδικασία επιλογής των προμηθευτών της πρώτης και της δεύτερης κατηγορίας, καθώς έχει μεγαλύτερο έλεγχο στους προμηθευτές αυτούς, και άρα, μεγαλύτερη ευθύνη απέναντι στην επίδραση που τα σχετικά προϊόντα έχουν στους Κοινωνικούς της Εταίρους (όπως οι πελάτες). Οι σχέσεις μεταξύ της εταιρίας και των προμηθευτών της βασίζονται στο σεβασμό και στην ηθική συμπεριφορά. Οι Αγοραστές της εταιρίας (οι εργαζόμενοι που ασχολούνται με τις αγορές) και στην Ελλάδα υπογράφουν Κώδικα Δεοντολογίας που διασφαλίζει ότι οι κανόνες διαφάνειας και δικαιοσύνης εφαρμόζονται αυστηρά κατά την ανάθεση των συμβάσεων. Επίσης η επιλογή προμηθευτών για προϊόντα της Ιδιωτικής Ετικέτας δεν μπορεί να γίνει, εάν δεν έχει γίνει προέγκριση από τη Διεύθυνση Ποιότητας της εταιρίας.

Δίνουμε προτεραιότητα σε Τοπικούς Προμηθευτές

Για τα προϊόντα της πρώτης και δεύτερης κατηγορίας (που αφορούν φρέσκα και Ιδιωτικής Ετικέτας), η Carrefour δίνει προτεραιότητα σε τοπικούς προμηθευτές (δηλαδή σε τοπικούς παραγωγούς στην Ελλάδα). Με τον τρόπο αυτό οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αθλή και οι μικροπαραγωγοί γίνονται τμήμα της ανάπτυξης της εταιρίας, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό στη δύσκολη σημερινή, οικονομικά, εποχή. Εκτός από την ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης, η εταιρία, παράλληλα, προστατεύει τον πληντή από εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, που αναπόφευκτα συνεπάγεται η διακίνηση προϊόντων σε μεγάλη απόσταση.

Τοπικοί Προμηθευτές



 Το ποσοστό των προμηθειών τροφίμων που έγιναν από εγχώριους προμηθευτές (συμπεριλαμβανομένων και εισαγωγών από τοπικούς προμηθευτές) ξεπέρασε το 91%

Το 2009 το ποσοστό των προμηθειών τροφίμων που έγιναν από εγχώριους προμηθευτές (συμπεριλαμβανομένων και εισαγωγών από τοπικούς προμηθευτές) ξεπέρασε το 91%, ενισχύοντας αντίστοιχα την τοπική ανάπτυξη και απασχόληση. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στην αξιοποίηση τοπικών προμηθευτών για τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας τροφίμων, όπου ενδεικτικά αναφέρεται ότι το ποσοστό αγορών από τοπικούς προμηθευτές φτάνει το 78,5%.

3. Συνεργασία

Βοηθάμε Προμηθευτές στην εκπλήρωση των υποχρεώσεών τους

Το 2007, ο κανονισμός REACH της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τις χημικές ουσίες και την ασφαλή χρήση τους, εισήγαγε νέες υποχρεώσεις. Καθώς ο κανονισμός έχει άμεση σχέση με τους λιανοπωλητές ως παραγωγούς, ο Όμιλος δημιούργησε οργανωτική δομή με διάφορα εργαλεία που επιτρέπει τον προσδιορισμό των ουσιών που περιέχονται στα προϊόντα και τη συσκευασία του. Παράλληλα, έγινε κατάρτιση του προσωπικού των Αγοραστών, δημιουργήθηκε ένα διεθνές δίκτυο με 12 συντονιστές, ενώ σχετική απαίτηση προστέθηκε ως παράρτημα στις εμπορικές συμβάσεις της εταιρίας. Το 2008 ειδικοί ελεγκτές προχώρησαν σε επιθεωρήσεις 70 επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην παρασκευή μη τροφίμων που πωλούνται από τον Όμιλο.

Ακολουθώντας την παραπάνω λογική, η Carrefour οργάνωσε και στην Ελλάδα την εκπαίδευση πάνω από 100 προμηθευτών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας «Carrefour», προκειμένου να υποστηρίχθούν και να κατανοήσουν τις σχετικές τους υποχρεώσεις. Παράλληλα:

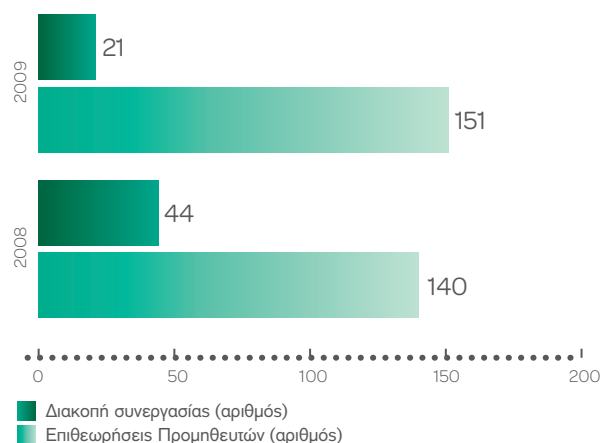
- Υπογράφηκε συμβόλαιο, με όλους τους προμηθευτές Ιδιωτικής Ετικέτας, ότι θα τηρούν τις απαιτήσεις του κανονισμού REACH.
- Προστέθηκε η απαίτηση αυτή στο ποιοτικό συμβόλαιο κάθε νέου προϊόντος.
- Ελέγχεται η σχετική τήρηση της νομοθεσίας, σε κάθε επιθεώρηση προμηθευτών.

4. Έλεγχος

Αξιολογούμε την περιβαλλοντική επίδοση των Προμηθευτών μας

Οι προμηθευτές μας ανέρχονται σε περισσότερους από 2.000 σε όλη την Ελλάδα και η Carrefour αναγνωρίζει το ρόλο που μπορεί και πρέπει να παίξει στην προώθηση των αρχών της βιώσιμης και υπεύθυνης ανάπτυξης στην αλυσίδα αγορών της.

Επιθεώρηση Προμηθειών (Φρέσκων και Ιδιωτικής Ετικέτας)



Για το λόγο αυτό, η εταιρία διεξάγει επιθεωρήσεις προμηθευτών, στις οποίες αξιολογεί θέματα όπως η ασφάλεια και η υγιεινή, η ποιότητα κτλ. Σε περίπτωση αποτελέσματος κάτω από θεσμοθετημένο ποσοτικό όριο αξιολόγησης, η εταιρία διακόπτει τη συνεργασία με τον προμηθευτή (αφού δοθεί χρονικό περιθώριο συμμόρφωσης), όπως έγινε σε 21 περιπτώσεις το 2009.

Αξιολογούμε την επίδοση των Προμηθευτών μας στα ανθρώπινα δικαιώματα

Από το 1997 ο Όμιλος έχει συνεργαστεί στενά με τη Διεθνή Ομοσπονδία Ανθρώπινων Δικαιωμάτων (FIDH), προκειμένου να ενισχυθεί ο έλεγχος στις κοινωνικές πρακτικές που εφαρμόζονται από τους προμηθευτές της. Το 2000, αυτή η συνεργασία οδήγησε στη σύνταξη μίας Κοινωνικής Χάρτας βασισμένης στις διατάξεις της Καθολικής Διακήρυξης Ανθρώπινων Δικαιωμάτων (UDHR) και αρχών του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας (ILO). Σήμερα, όλοι οι προμηθευτές Ιδιωτικής Ετικέτας υπογράφουν την Κοινωνική Χάρτα που απαιτεί από τους προμηθευτές να σεβαστούν έξι θεμελιώδεις υποχρεώσεις:

- Απαγόρευση καταναγκαστικών έργων.
- Απαγόρευση εργασίας για παιδιά κάτω των 15 ετών.
- Εγγύηση για την ελευθερία του συνδικαλιζέσθαι και το δικαίωμα στις συλλογικές διαπραγματεύσεις.
- Παροχή μισθών που επιτρέπουν στους εργαζομένους να ικανοποιήσουν τις βασικές τους ανάγκες.
- Παροχή λογικών ωρών εργασίας
- Διασφάλιση ίσων ευκαιριών.

Το 100% των προμηθευτών Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour έχουν υπογράψει ότι θα τηρούν τις απαιτήσεις του κανονισμού REACH

Διακόψαμε τη συνεργασία με 21 προμηθευτές μετά από επιθεώρησή τους για θέματα ασφάλειας τροφίμων



Στόχος:
%α προχωρήσουμε σε επιθεώρηση τουλάχιστον 2 προμηθευτών μας, με βάση την Κοινωνική Χάρτα του Ομίλου



V. Προσφέρουμε ΠΡΟΧΘΟΝΤΑ με ποιότητα και ασφάλεια

1. Εισαγωγή

Στην Carrefour πιστεύουμε ότι προσφέροντας ασφαλή, ποιοτικά και υγιεινά προϊόντα, μπορούμε να συνεισφέρουμε στη βελτίωση της ζωής των περίπου 10 εκατ. πελατών μας, ενώ παράλληλα μας δίνεται η δυνατότητα να τους επηρεάζουμε θετικά ως προς τις διατροφικές τους συνήθειες.

Η εστίασή μας:	Υγιεινή Διατροφή		
Το μέγεθός μας:	10 εκατ. Πελάτες 23 προϊόντα «Ποιοτική Οδός Carrefour»	200 τοπικοί προμηθευτές	700 βιολογικά προϊόντα
Η κύρια ευθύνη μας:	Να παρέχουμε προϊόντα που είναι ασφαλή, ποιοτικά και ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών μας, αληθιά και να επηρεάζουμε θετικά τους καταναλωτές, ως προς τις διατροφικές τους πρακτικές.		
Η ανταπόκρισή μας:	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμόζουμε την Αρχή της Πρόληψης αιλέγχουμε την καταλληλότητα προϊόντων και ιδιαίτερα τροφίμων Διαχειριζόμαστε προληπτικά αποθέματα Προσφέρουμε Βιολογικά προϊόντα Προσφέρουμε Ποιοτικά προϊόντα Προσφέρουμε προϊόντα χαμηλού κόστους Ακολουθούμε πολιτική συνέπειας στις τιμές μας Παρέχουμε πληροφορίες στους πελάτες Διαφημίζουμε τα προϊόντα μας με υπευθυνότητα Παρακολουθούμε την ικανοποίηση των Πελατών μας Δίνουμε πρόσβαση στους Πελάτες μας Συμμορφωνόμαστε με το κανονιστικό πλαίσιο 		

2. Υγεία & Ασφάλεια

Εφαρμόζουμε την Αρχή της Πρόληψης

Η πλειοψηφία των αγορών μη επωνύμων προϊόντων της Carrefour, γίνεται από προμηθευτές εγκεκριμένους από τον Όμιλο, ενώ στις περιπτώσεις μικρότερων αγορών, η εταιρία συμπεριλαμβάνει στη διαδικασία επιλογής και στα συμβόλαια σχετικές απαιτήσεις για θέματα, όπως το περιβάλλον, η υγιεινή και η ασφάλεια, εφαρμόζοντας την αρχή της πρόληψης. Παραδείγματα αποτελούν:



Απορρυπαντικά - Καθληνικά

Η αρχή της πρόληψης είναι μία από τις βασικές αρχές της πολιτικής του Ομίλου που εξασφαλίζει την ασφάλεια και την ποιότητα προϊόντων, απορρυπαντικών και καθληνικών, που διατίθενται και στην Ελλάδα. Ακόμη και πριν η συγκεκριμένη ρυθμιστική αρχή εφαρμοστεί, η πολιτική για τα συστατικά που περιέχονται στα προϊόντα της εταιρίας απαγόρευε τη χρήση ορισμένων ουσιών των οποίων η συνολική βλαπτικότητα δεν είχε επιβεβαιωθεί από την επιστημονική κοινότητα.



Παιδικά Προϊόντα

Στον τομέα της ασφάλειας των παιδιών, ο Όμιλος έχει υπερβεί τις υπάρχουσες ρυθμιστικές απαιτήσεις με την καθιέρωση αυστηρότερων προδιαγραφών ελέγχου ορισμένων χημικών ουσιών που μπορούν να είναι τοξικές, καρκινογόνες ή αλλεργιογόνες. Ακολουθείται αυστηρά η Ευρωπαϊκή νομοθεσία όσον αφορά στα μικρά μετακινούμενα τμήματα των προϊόντων, για να αποκλειστεί ο κίνδυνος κατάποσης. Επιπλέον, ανεξάρτητα εργαστήρια και οργανώσεις επιβεβαιώνουν ότι τα απαραίτητα επίπεδα ασφάλειας έχουν επιτευχθεί.



Παιδικά Παιχνίδια

Ένα αυστηρό πρόγραμμα ποιοτικού ελέγχου καθιερώθηκε για να εξασφαλίσει την ποιότητα και την ασφάλεια των παιχνιδιών για τα οποία είναι παραγωγός η Carrefour. Πιο συγκεκριμένα, εξετάστηκαν οι μηχανικοί και ηλεκτρικοί κίνδυνοι, ο κίνδυνος πυρκαγιάς, καθώς και ο χημικός κίνδυνος (βαρέα μέταλλα, φθαλικοί εστέρες κ.λπ.). Προχωρώντας ένα βήμα παραπέρα, ο Όμιλος εφάρμοσε τα πρότυπα παιχνιδιών και σε όλα γενικά τα προϊόντα που σχετίζονται με παιδιά (όπως υλικά γραφείου και παιχνιδοζωάκια).



Γενετικώς Τροποποιημένα Προϊόντα

Από το 1998 ο Όμιλος προσφέρει προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας χωρίς χρήση γενετικώς τροποποιημένων υλών. Το 2000, οι εταιρίες Carrefour σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες, μεταξύ αυτών και στην Ελλάδα, υιοθέτησαν την πολιτική αυτή για τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας "Ποιοτική Οδός". Χωρίς απαραίτητως οι πελάτες να το γνωρίζουν, τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour "Ποιοτική Οδός" είναι 100% ελεύθερα από γενετικώς τροποποιημένα υλικά ακόμα και σε επίπεδο τροφής των ζώων (π.χ. χοιρινό κρέας και σολομός).

Παράλληλα, τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour και No"(1)" δεν έχουν παραχθεί από γενετικώς τροποποιημένες ύλες, σε οποιοδήποτε στάδιο της παραγωγικής τους διαδικασίας (και άρα δεν φέρουν σήμανση ότι προέρχονται από γενετικώς τροποποιημένες ύλες). Ακολουθώντας τον κανονισμό 178/2002/CE, οι προμηθευτές μας δεσμεύονται να χρησιμοποιούν μόνο "συμβατικά" συστατικά τροφίμων (συμπεριλαμβανομένων των προσθέτων, αρωμάτων, βιταμινών και άλλων βοηθητικών μέσων), για την παραγωγή των παραπάνω συμβατικών προϊόντων. Αποτέλεσμα της χρήσης "συμβατικών" υλικών είναι ότι η πιθανή συμμετοχή γενετικώς τροποποιημένων υλικών στο προϊόν δεν υπερβαίνει το 0,9%, όπως ορίζεται από τις απαιτήσεις της σχετικής νομοθεσίας που ισχύει από το 2004 (κανονισμοί 1829/2003/CE και 1830/2003/CE).

Ελέγχουμε την καταλληλότητα των προϊόντων και ιδιαίτερα των τροφίμων

Η Carrefour, προκειμένου να διασφαλίσει ότι τα προϊόντα (και ιδιαίτερα τα τρόφιμα) που βρίσκονται στα ράφια των καταστημάτων της είναι άριστης ποιότητας, ακολουθεί συγκεκριμένες διαδικασίες σε όλα τα στάδια παραλαβής, αποθήκευσης, ελέγχου, διαχείρισης και πώλησης των προϊόντων. Σαν παράδειγμα αναφέρεται ότι:

- Σε όλα τα προϊόντα γίνεται οπτικός έλεγχος κατά την παραλαβή τους στις αποθήκες της εταιρίας. Προϊόντα ελαττωματικά δεν προωθούνται στα καταστήματα.
- Στα φρέσκα προϊόντα, αντιπροσωπευτικά δείγματα ανά προμηθευτή ελέγχονται από διαπιστευμένα εργαστήρια-εξωτερικούς συνεργάτες: τα φρούτα και λαχανικά ελέγχονται δύο φορές το χρόνο (ανά προμηθευτή) για φυτοφάρμακα, τα ψάρια μία φορά το χρόνο για διοξίνες και βαρέα μέταλλα, τα τυροκομικά-φέτες μία φορά το χρόνο για νοθεία με αγελαδινό γάλα και φυτικά λίπη. Σε περιπτώσεις επίφοβων προϊόντων η συχνότητα των ελέγχων αυξάνεται.
- Τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας (π.χ. τρόφιμα, καλλυντικά, απορρυπαντικά) ελέγχονται από διαπιστευμένα εργαστήρια το λιγότερο τρεις φορές το χρόνο, ως προς τα χημικά και τα μικροβιολογικά χαρακτηριστικά τους, ενώ γίνονται συστηματικές επιθεωρήσεις στους προμηθευτές. Παράλληλα, διασφαλίζεται η ικνηλασιμότητα των προϊόντων σχετικά με την παραλαβή των πρώτων υλών (συστατικών, πρόσθετων και βοηθητικών τεχνολογικών μέσων) και των υλικών συσκευασίας σε άμεση επαφή με το προϊόν, σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.
- Σε περίπτωση που διατυπωθεί παράπονο από καταναλωτή για κάποιο από τα προϊόντα της εταιρίας, ενεργοποιείται μηχανισμός ελέγχου της παρτίδας σε όλα τα καταστήματα. Σε περίπτωση που διαπιστωθεί ακαταλληλότητα, γίνεται άμεση αποσύρση των προϊόντων.

Μέσα στο 2009 το σύνολο των ελέγχων προϊόντων που έγιναν έφτασε τους 3.673, δηλαδή αυξήθηκαν κατά 8,5% σε σχέση με το 2008.

ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΚΑΙ ΦΡΕΣΚΩΝ ΤΟ 2009

Κατηγορία Προϊόντων	Αριθμός Ελέγχων Προϊόντων	Μη Συμμορφώσεις Προϊόντων
Ιδιωτικής Ετικέτας	2.444	1
φρέσκα	481	13
Ποιοτική Οδός Carrefour	104	0

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι έλεγχος στα επώνυμα προϊόντα δε γίνεται, καθώς με βάση τη νομοθεσία και το κανονιστικό πλαίσιο στην Ελλάδα, τη συνολική και αποκλειστική ευθύνη της ποιότητας των προϊόντων φέρει υποχρεωτικά μόνο ο παρασκευαστής.

Διαχειριζόμαστε προληπτικά αποθέματα

Η Carrefour, με βάση συγκεκριμένη διαδικασία, διασφαλίζει ότι ακατάλληλα ή πιθανόν ακατάλληλα προϊόντα δεν διοχετεύονται στην αγορά. Πιο συγκεκριμένα, διαδικαστικά ορίζεται ο τρόπος φύλαξης και διαχείρισης αποθεμάτων και οι ενέργειες που πρέπει να ακολουθηθούν για την καταστροφή τους, όπως αυτές ορίζονται από το εταιρικό και νομικό πλαίσιο λειτουργίας. Ακατάλληλα θεωρούνται εκείνα τα αποθέματα που δεν μπορούν να διατεθούν στην αγορά (έτοιμο προϊόν) ή να χρησιμοποιηθούν στην παραγωγική διαδικασία (πρώτες ύλες - υλικά συσκευασίας - ανταλλακτικά) όταν:

- Πλησιάζει η ημερομηνία λήξης της κατανάλωσής τους.
- Υπάρχει ελαττωματική συσκευασία (π.χ. διαρροές).
- Έχουν καταστραφεί κατά τη διακίνηση (φορτοεκφόρτωση, μεταφορά).
- Υπάρχει ακαταλληλότητα με βάση τον έλεγχο ποιότητας.

Έτσι, για διασφάλιση της φρεσκάδας και ποιότητας, τα προϊόντα αποσύρονται από τα σημεία πώλησης ακολουθώντας πλάνο ανά είδος και χρόνο ζωής (βλέπε ενότητα V-2). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το 2009 έγιναν συνολικά 174 προληπτικές αποσύρσεις προϊόντων από την εταιρία για λόγους ασφάλειας.

✓ Αυξήσαμε κατά 8,5% τον αριθμό ελέγχων σε προϊόντα μας, σε σχέση με το 2008



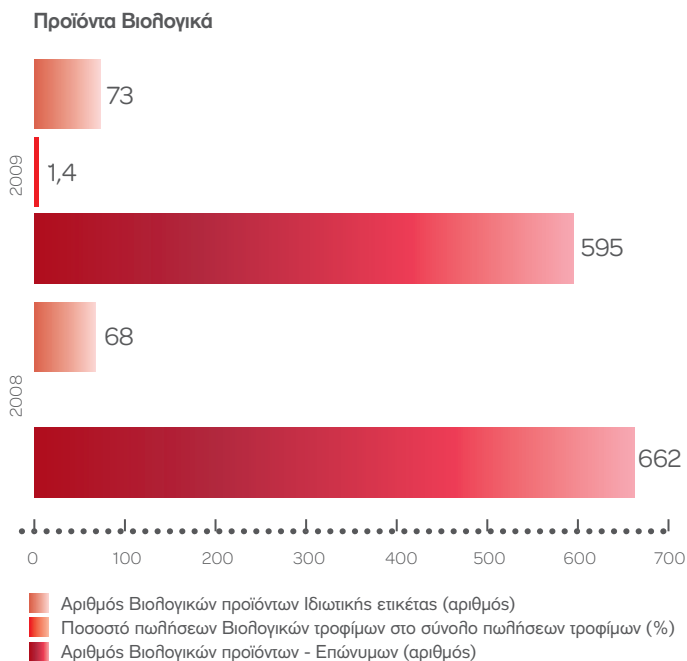

✓ Προχωρήσαμε σε 174 προληπτικές αποσύρσεις προϊόντων από τα ράφια μας για λόγους ασφάλειας

3. Υγιεινή Διατροφή

Προσφέρουμε Βιολογικά προϊόντα

Η Carrefour διαθέτει μεγάλη ποικιλία βιολογικών προϊόντων. Ο βιολογικός τρόπος παραγωγής είναι καλύτερος για το περιβάλλον, ενώ παράλληλα τα προϊόντα που παράγονται έχουν μεγαλύτερη θρεπτική αξία. Στην παραγωγή βιολογικών προϊόντων δεν έχουν χρησιμοποιηθεί φυτοφάρμακα ή χημικά λιπάσματα, επομένως η επιβάρυνση στο νερό και το έδαφος είναι μικρότερη. Επίσης, δε χρησιμοποιούνται συστατικά στα προϊόντα που είναι γενετικά τροποποιημένα ή προέρχονται από γενετικώς τροποποιημένους μικροοργανισμούς. Παράλληλα, η εταιρία χρησιμοποιεί ανεξάρτητο εξωτερικό φορέα (όπως η QWAYS) για τον έλεγχο αυτών των προϊόντων ως προς την καταλληλότητά τους να χαρακτηριστούν βιολογικά. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2009 δεν παρουσιάστηκε καμία περίπτωση στους ελέγχους όπου ο χαρακτηρισμός «βιολογικό» ήταν λανθασμένος.

Η εταιρία διαθέτει σχεδόν 700 κωδικούς βιολογικών τροφίμων στους πελάτες της, από τους οποίους οι 73 κωδικοί αφορούν προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour. Ενδεικτικό της έμφασης που προσπαθεί να δώσει η εταιρία στην κατηγορία αυτή, είναι το γεγονός ότι ο αριθμός των βιολογικών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας αυξήθηκε κατά 73,5% το 2009 (από 68 που ήταν το 2008, σε 73), κατά 66,6% σε όγκο και κατά 49,5% σε χρηματική αξία πωλήσεων. Ιδιαίτερα σημαντική ήταν η ανάπτυξη στην κατηγορία των γαλακτοκομικών, με το λανσάρισμα του γάλακτος μακράς διάρκειας Carrefour BIO (αύξηση 516% σε αξία), αλλά και των προϊόντων κατάψυξης (αύξηση 133% σε αξία). Θα πρέπει να σημειωθεί βέβαια, ότι η ανταπόκριση του κοινού, παρόλο που είναι αυξανόμενη, παραμένει μικρή, καθώς σήμερα μόλις το 1,4% των συνολικών πωλήσεων τροφίμων της εταιρίας είναι βιολογικά προϊόντα.

Αυξήθηκε η διάθεση βιολογικών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour κατά περισσότερο από 73% σε κωδικούς, 66% σε όγκο και 49% σε χρηματική αξία

Στόχος:
% λανσάρουμε τουλάχιστον 50 προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας, στην κατηγορία των βιολογικών φρέσκων προϊόντων

Προσφέρουμε Ποιοτικά προϊόντα

Περισσότεροι από 200 τοπικοί παραγωγοί από όλη την Ελλάδα συνεργάζονται με την Carrefour για την παραγωγή των προϊόντων με την επωνυμία "Ποιοτική Οδός Carrefour". Για τις συγκεκριμένες σειρές προϊόντων έχουν επιλεγεί έλληνες παραγωγοί, οι οποίοι δεσμεύονται να τηρήσουν αυστηρά και να ακολουθήσουν κατά γράμμα το "Συμβόλαιο Ποιότητας" της Carrefour. Τα προϊόντα αυτά αποκτούν το σήμα "Ποιοτική Οδός", το οποίο αποτελεί εγγύηση ποιότητας και ασφάλειας για όλα τα στάδια παραγωγής τους και μέχρι την τελική τοποθέτησή τους στα ράφια των καταστημάτων της Carrefour. Η φιλοσοφία της εταιρίας στα προϊόντα «Ποιοτική Οδός Carrefour» συνοψίζεται ως εξής:

Κοινωνικό και Οικονομικό Επίπεδο:

- x σταθερές μακροχρόνιες συνεργασίες με τον αγροτικό τομέα με στόχο τη διατήρηση της παράδοσης και της τοπικής δραστηριότητας
- x κατάλληλη τιμή για όλους, η οποία εγγυάται στους παραγωγούς δίκαιη ανταμοιβή για τη συνεισφορά τους στην ποιότητα και στους πελάτες σωστή σχέση ποιότητας /τιμής
- x προώθηση της αυθεντικότητας και αξιοποίηση της εγχώριας παραγωγικής δυναμικής.

Περιβαλλοντικό Επίπεδο:

- ✗ ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων κατά την καλλιέργεια (βέλτιστη χρήση νερού και φυτοφαρμάκων)
- ✗ σεβασμός στις συνθήκες διαβίωσης και σφαγής των ζώων
- ✗ απουσία κάθε χημικής επεξεργασίας μετά τη συγκομιδή
- ✗ απουσία γενετικά τροποποιημένων ουσιών στη διατροφή των ζώων και στις καλλιέργειες
- ✗ απαγόρευση χρήσης αυξητικών ορμονών και αντιβιοτικών, καθώς και χημικής επεξεργασίας των εδαφών.

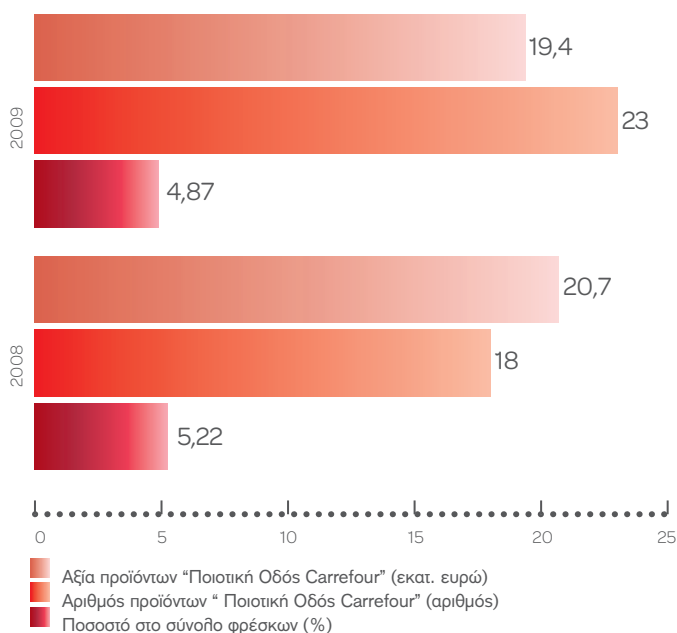
Μέχρι σήμερα έχουν πιστοποιηθεί με το σήμα **-Ποιοτική Οδός Carrefour-** τα εξής προϊόντα :

- Τσιπούρα και λαβράκι με τον Όμιλο Σελόντα.
- Κοτόπουλο, σε συνεργασία με την εταιρεία Αγγελιάκης.
- Χαλβάς με την εταιρία ΜΕ ΑΠ.
- Βιολογικό ψωμί το οποίο παράγεται από την Carrefour Μαρινόπουλος.
- Αυγά, σε συνεργασία με την εταιρία Βλαχάκης.
- Φέτα βαρέλι με τον προμηθευτή Μενεγάτο.
- Χοιρινό με την Creta Farm.
- Μήλα 4agorin με τον Αγροτικό Συνεταιρισμό αγοράς Πηλίου.
- Ροδάκινα και νεκταρίνια Βέροιας με τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Βέροιας Venus Growers.
- Ακτινίδιο με τη ΕΥΣ ΑΚΤΙΝΙΔΙΑ.
- Φέτα δοχείο με τις εταιρίες ΑΦΟΙ Ρίζου ΟΕ και Σ.Πατσίκας και ΣΙΑ ΟΕ.
- Ανθότυρο με την εταιρία Ρούσσας ΑΕ.
- Ελιές Καθαμών με τη MEDOLIO ΑΕ.
- Πέστροφα με τα ιχθυοτροφεία Χόχλης-Κορώνης.
- Πορτοκάλι και κλημεντίνες με την TEGEA FRUIT.
- Σταφύλι σουλιτανίνα με την TEGEA FRUIT.
- Γραβιέρα Νάξου με την Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου.
- Γίγαντες και φασόλια Πρεσπών με την ομάδα παραγωγών "Ποιότητα Προσπάθεια Πρεσπών".
- Πατάτες Κύπρου από τον προμηθευτή ROHA Κοκκινόχωριων Κύπρου.



Αποτέλεσμα είναι ότι η εταιρία διαθέτει πλέον 23 κωδικούς προϊόντων "Ποιοτική Οδός Carrefour", που αντιστοιχούν ήδη σχεδόν στο 5% των συνολικών πωλήσεων φρέσκων προϊόντων. Θα πρέπει να σημειωθεί επίσης ότι τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour σταδιακά προσανατολίζονται και προς τη μείωση της περιεκτικότητας σε ζάχαρη, αλάτι και trans λιπαρά οξέα.

Προϊόντα "Ποιοτική Οδός Carrefour"



✓ Αυξήσαμε τον αριθμό των διαθέσιμων προϊόντων «Ποιοτική Οδός Carrefour» σε 23 (από 18 το 2008)

▶ **Στόχος:**
%α καταγράψουμε το περιεχόμενο 5 προϊόντων σε ζάχαρη, κορεσμένα λίπη κτλ, με στόχο τη σταδιακή μείωσή τους

4. Τιμολόγηση

Προσφέρουμε προϊόντα χαμηλού κόστους

Σήμερα, η ανακατανομή του εισοδήματος των καταναλωτών στρέφει τις προτιμήσεις τους σε αγορές άμεσης προτεραιότητας. Γι' αυτό, σταδιακά, τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας κερδίζουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, αφού συνδυάζουν με επιτυχία την άριστη ποιότητα με τιμές μέχρι και 40% φθηνότερες από αυτές των επωνύμων. Στην Ελλάδα, η ιστορία των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 80, με τα προϊόντα «Πι Μι» από τα σουπερμάρκετ Μαρινόπουλος. Σήμερα, η Carrefour επενδύει σημαντικά κεφάλαια στην παραγωγή και διάθεση προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας. Αξιοποιώντας την εμπειρία δεκαετιών και την τεχνογνωσία του Ομίλου σε όλο τον κόσμο, και σε συνεργασία με ένα ευρύ δίκτυο προμηθευτών, εξασφαλίζει για τους πελάτες, το καλύτερο προϊόν στην καλύτερη τιμή.

Η διαχείριση ποιότητας των προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας συνοψίζεται σε 4 στάδια: Σχεδιάζω - Υφολογώ - Επαληθεύω - Δρω, με τον κύκλο ποιότητας της Carrefour να αποτελεί πλεονέκτημα των προϊόντων:

- 1 Σχεδιάζω** μεταφέροντας τις απαιτήσεις των πελατών στους προμηθευτές.
- 2 Υφολογώ** - παράγω το προϊόν, ελέγχοντας τις συνθήκες παραγωγής του.
- 3 Επαληθεύω** ότι το τελικό προϊόν είναι σύμφωνο με το ποιοτικό του συμβόλαιο.
- 4 Δρω** - επεμβαίνω, διορθώνοντας και βελτιώνοντας συνεχώς το προϊόν.

Οι προμηθευτές των προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour είναι εταιρίες καταξιωμένες στο χώρο τους, οι οποίες επιλέγονται με ιδιαίτερη προσοχή, γεγονός που εγγυάται την αμετάβλητη και υψηλή ποιότητα του προϊόντος. Τα αποτελέσματα των ποιοτικών ελέγχων που πραγματοποιούνται στη μονάδα παραγωγής, αλλά και των αναλύσεων τυχαίων δειγμάτων που επαναλαμβάνονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, αποδεικνύουν την αυστηρή εφαρμογή ενός υπογεγραμμένου συμβολαίου ποιότητας. Μέσα στο 2009, η εταιρία διεξήγαγε 87 σχετικές επιθεωρήσεις, σε μονάδες παραγωγής προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας.

Σήμερα, τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας που φέρουν την μάρκα "Carrefour" περιλαμβάνουν πάνω από 3.000 κωδικούς κάβας (ποτά, κρασιά και αναψυκτικά), απορρυπαντικών, χαρτικών, καλλυντικών, τυποποιημένων τροφίμων, φρέσκων τροφίμων.


Η διείσδυση των προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας στην κατηγορία του fast moving τροφίμου στην Carrefour ήταν πάνω από 18% το 2009, σημειώνοντας αύξηση κατά 7,9% σε αξία σε σχέση με το 2008, με ιδιαίτερη αύξηση κατά 19% να σημειώνεται στο τμήμα ψυγείων κατάψυξης και κατά 6,2% στα ευρείας κατανάλησης.


Ακολουθούμε πολιτική συνέπειας στις τιμές μας

Η εμπιστοσύνη των πελατών μας βασίζεται και στη συνέπεια και διαφάνεια που διακρίνει τις διαδικασίες τιμολόγησης της Carrefour. Ορισμένες πρακτικές που ακολουθεί η εταιρία προκειμένου να διασφαλίσει τα δικαιώματα των πελατών της είναι:

- Σε περίπτωση που υπάρξει διαφορά στην αναγραφόμενη από την τιμολογούμενη τιμή (διαφορά τιμής ραφίου-ταμείου), η εταιρία προσφέρει το προϊόν δωρεάν. Το 2009 παρουσιάστηκαν μόλις 90 τέτοια παράπονα και δόθηκε δωρεάν το προϊόν, όπου διαπιστώθηκε πραγματική διαφορά.
- Σε περίπτωση που η τιμή του προϊόντος είναι υψηλότερη από την αντίστοιχη τιμή σε άλλο κατάστημα, η εταιρία επιστρέφει στο διπλάσιο τη διαφορά της τιμής, ενώ διευκολύνει την επικοινωνία μέσω γραμμής άμεσης ανταπόκρισης (800 8001 1234).



 Αυξήσαμε το ποσοστό προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας Carrefour σε επίπεδο πάνω από 18% των συνολικών πωλήσεων

 Διαθέσαμε δωρεάν προϊόντα σε 90 περιπτώσεις που διαπιστώθηκε διαφορά τιμής ραφίου - ταμείου

**ΣΥΝΕΠΕΙΑ ΤΙΜΗΣ
ΡΑΦΙΟΥ=ΤΑΜΕΙΟΥ**

5. Σήμανση

Παρέχουμε πληροφορίες στους πελάτες

Η Carrefour ανταποκρίθηκε σε ερωτήματα των καταναλωτών σχετικά με τα διατροφικά στοιχεία προϊόντων και ξεκίνησε από το 2007 να αναγράφει τα διατροφικά στοιχεία των προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας σε κάθε συσκευασία. Η Ενδεικτική Ημερήσια Πρόσληψη είναι ένας οδηγός αναφορικά με την ποσότητα των θερμίδων (ενεργειακού περιεχομένου), αηλιά και των βασικών θρεπτικών συστατικών που περιέχονται ανά μερίδα ενός προϊόντος, καθώς και του ποσοστού κάλυψης των αναγκών του μέσου ενήλικα, στο πλαίσιο ενός καθημερινού ισορροπημένου διατολογίου 2.000 θερμίδων.

Πιο συγκεκριμένα, σε κάθε συσκευασία προϊόντος ιδιωτικής ετικέτας αναγράφεται:

- η ποσότητα των 8 πιο σημαντικών διατροφικών παραμέτρων (λιπαρά, κορεσμένα λιπαρά, θερμίδες, σάκχαρα, υδατάνθρακες, νάτριο/αλάτι, φυτικές ίνες, πρωτεΐνες), ανά μονάδα προϊόντος
- το ποσοστό της Ενδεικτικής Ημερήσιας Πρόσληψης (Guideline Daily Amount-GDA) την οποία καλύπτει η κατανάλωση του προϊόντος, στις παραπάνω παραμέτρους σε σχέση με τη συνιστώμενη ημερήσια κατανάλωση (για ημερήσια διατροφή 2000 θερμίδων).

Αξίζει να σημειωθεί ότι για πρώτη φορά στην Ελλάδα, η Carrefour πρόσθεσε την αναγραφή όλων των διατροφικών πληροφοριών με τη μορφή δεικτών GDA στα συσκευασμένα φρούτα και λαχανικά «Carrefour», που συγκαταλέγονται στα βασικότερα είδη διατροφής. Παράλληλα, η εταιρία καλύπτει όλες τις νομικές απαιτήσεις σήμανσης προϊόντων όπως ενδεικτικά αναφέρονται:

- Στα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας υπάρχει πλήρης κατάλογος συστατικών, αναφέρονται εάν υπάρχουν αλλεργιογόνα, γενετικώς τροποποιημένα κτλ.
- Στα ηλεκτρικά πληρούνται οι προδιαγραφές και επισημαίνονται με τη σήμανση CE.
- Στα παιχνίδια υπάρχει σήμανση ηλικίας.
- Στα καλλυντικά, επισημαίνονται αλλεργιογόνα, συντηρητικά κτλ.

✓ Η πρώτη φορά στην αγορά λιανεμπορίου της Ελλάδας αναγράφηκαν διατροφικά στοιχεία σε φρέσκα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας φρούτων και λαχανικών

▶ Στόχος:

%α λιανόαρομε τουλάχιστον 5 προϊόντα Υπεύθυνου Εμπορίου στην Ελλάδα



6. Υπεύθυνη Επικοινωνία

Διαφημίζουμε τα προϊόντα μας με υπευθυνότητα

Η Carrefour, έχοντας ως στόχο να ακολουθεί υπεύθυνα πρότυπα διαφημιστικής προβολής και ενεργειών marketing, ακολουθεί τις Αρχές Διαφήμισης του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ), βάσει του οποίου διασφαλίζεται ότι το επικοινωνιακό υλικό είναι νόμιμο, πρέπον, δίκαιο, ειλικρινές, ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, σέβεται τη διαφορετικότητα των ανθρώπων σε επίπεδο ηλικίας, γένους, φυλής, θρησκευόμενου και φυσικής ή διανοητικής ικανότητας. Για τη διασφάλιση των παραπάνω, η διεύθυνση marketing της εταιρίας πραγματοποιεί ελέγχους των διαφημιστικών μηνυμάτων πριν την επικοινωνία τους.

Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι ότι μέσα στο 2009 δεν υπήρξε καμία απόσυρση διαφήμισης (μετά την έναρξη της επικοινωνίας της) και αντίστοιχα δεν επιβλήθηκε κανένα σχετικό πρόστιμο από τις αρμόδιες αρχές.

 <p>ΔΩΡΕΑΝ ΠΑΡΑΔΟΣΗ</p> <p>Φροντίζουμε να μεταφέρουμε εντελώς δωρεάν τις συσκευασίες* αξίας 200€ και άνω σε ακτίνα 30 χιλιομέτρων.</p> <p><small>*μόνο για ηλεκτρονικά ηλεκτρονικά ετήσια επίσημα.</small></p> <p>Carrefour </p> <p>ΔΩΡΕΑΝ ΠΑΡΑΔΟΣΗ</p>	 <p>ΓΡΑΜΜΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ 801 802 5000</p> <p>Φροντίζουμε να απαντήσουμε με προθυμία, σε κάθε σας ανάγκη. Απλά καλέστε μας και θα χαρούμε να σας εξυπηρετήσουμε.</p> <p>Carrefour </p> <p>ΓΡΑΜΜΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ</p>	 <p>Φροντίζουμε να για οποιονδήποτε λόγο αλλάξετε γνώμη για τις αγορές σας, να σας επιστρέψουμε τα χρήματά σας.</p> <p><small>Αλλά επιστρέφει έως το προϊόν μόνο σε 8 ημέρες στην κατάσταση που παραγγείλατε.</small></p> <p>Carrefour </p> <p>ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΧΡΗΜΑΤΩΝ</p>	 <p>Φροντίζουμε να διορθώνουμε άμεσα την τιμή σε περίπτωση ασυνέπειας μεταξύ τιμής ραφίου-ταμείου* και επιπλέον σας χαρίζουμε το προϊόν.**</p> <p><small>*Επιπλέον σε περίπτωση που η τιμή ραφίου είναι μικρότερη από την τιμή ταμείου. **Σε περίπτωση που η τιμή ραφίου είναι μικρότερη από την τιμή ταμείου. Για τα υπόλοιπα σας ενημερώνουμε τη θύρα.</small></p> <p>Carrefour </p> <p>ΣΥΝΕΠΕΙΑ ΤΙΜΗΣ ΡΑΦΙΟΥ- ΤΑΜΕΙΟΥ</p>
--	--	--	--



100% ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ
100% ΚΕΡΔΟΣ

Carrefour 



Κερδα Mania

Επιλέξτε τα προϊόντα με ευρισκόμενες με την  και κερδίστε δωροεπιταγές.

Carrefour 



κάθε μέρα

2.000 πελάτες κερδίζουν

ΤΑ ΨΩΝΙΑ ΤΗΣ ΕΒΔΟΜΑΔΑΣ!

Carrefour 



ΝΑΙ

Στην επιστροφή **15%** σε δωροεπιταγές

Carrefour 

Κάθε μέρα, κάτι θετικό.



7. Σχέσεις Πελατών

Παρακολουθούμε την ικανοποίηση των Πελατών μας

Η εταιρία διεξάγει καταναλωτικές έρευνες για να τις καταλάβει καλύτερα και για να προσδιορίσει τις προσδοκίες των πελατών. Σημαντική έρευνα αποτελεί η έρευνα μυστικού πελάτη που γίνεται, κατά τη διάρκεια της οποίας εξετάζονται και θέματα όπως είναι:

- Η σήμανση για θέσεις parking για ΑΜΕΑ και μητέρες με παιδιά.
- Η εύκολη πρόσβαση στο κατάστημα για ΑΜΕΑ.
- Η ασφάλεια και η ποιότητα προϊόντων.
- Η ακρίβεια στις σημάσεις των προϊόντων (συμπεριλαμβανομένων τιμών).

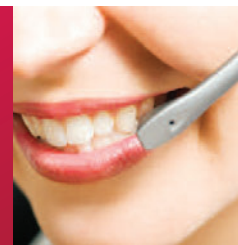
Δίνουμε πρόσβαση στους Πελάτες μας

Η εταιρία έχει δημιουργήσει μηχανισμούς επικοινωνίας, διευκόλυνσης, αλληλίας και καταγγελιών για τους πελάτες της. Για αυτό το λόγο, έχει καθιερώσει τμήματα εξυπηρέτησης πελατών και τοπικούς αριθμούς τηλεφώνου (που εμφανίζονται και σε όλες τις συσκευασίες προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας).

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΛΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

ΘΕΜΑ	2008	2009	ΔΙΑΦΟΡΑ
Συνολικές κλήσεις (αριθμός)	30.363	25.983	-14%
Πληροφορίες	23.498	19.986	-15%
Παράπονα	4.843	4.482	-7%
Κηγμένα προϊόντα	103	63	-39%
Διαφορά τιμής	168	67	-60%
Ατυχήματα σε κατάστημα	18	17	-6%
Διαφήμιση	770	898	+17%

Μειώθηκε ο αριθμός των παραπόνων πελατών κατά 7% σε σχέση με το 2008, ενώ αποτελούν μόλις το 17,2% των συνολικών κλήσεων προς το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών



Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, μόλις το 17,2% των θεμάτων που αντιμετωπίστηκαν από το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών το 2009 αφορούσε παράπονα, με το υπόλοιπο ποσοστό να αφορά πληροφορίες. Ακόμη σημαντικότερο είναι το ότι ο συνολικός αριθμός των παραπόνων μειώθηκε σε σχέση με το 2008 κατά 7%, ενώ μειώσεις παρατηρήθηκαν στον αριθμό των παραπόνων για κηγμένα προϊόντα (39%), διαφορές τιμής (60%) και ατυχήματα σε καταστήματα (6%), ενώ μόνο στο θέμα των διαφημίσεων παρατηρήθηκε αύξηση των παραπόνων κατά 17%.

8. Συμμόρφωση

Συμμορφωνόμαστε με το κανονιστικό πλαίσιο

Η εταιρία μας παρακολουθεί συστηματικά το κανονιστικό και νομικό πλαίσιο που την αφορά, με στόχο να το εφαρμόζει. Λόγω του μεγέθους της, του πλήθους των δραστηριοτήτων της και της φύσης των προϊόντων που προσφέρει, η εταιρία γίνεται αναπόφευκτα δέκτης παραπόνων και καταγγελιών. Κατά το 2009 η εταιρία δέχτηκε:

- 1 αγωγή, για αλλοιωμένο τρόφιμο, με την αγωγή να βρίσκεται σε εκκρεμότητα.
- 27 καταγγελίες στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή και το Συνήγορο του Καταναλωτή, για θέματα επικοινωνιακού υλικού προς πελάτες, χωρίς να έχουν επιβληθεί πρόστιμα.
- 58 πρόστιμα για διαφορές τιμής.
- Παράλληλα, η εταιρία κατηγορήθηκε για θέματα διαφορών τιμών και σήμανσης για πρόστιμα συνολικού ύψους 282.000 ευρώ από τη Νομαρχία και το Υπουργείο Εμπορίου, η πλειοψηφία των οποίων βρίσκεται σε εκκρεμότητα.



VI. Δημιουργούμε κατάλληλο περιβάλλον για τους ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ μας

1. Εισαγωγή

Στην Carrefour πιστεύουμε ότι είναι υποχρέωσή μας να παρέχουμε ένα εξαιρετικό εργασιακό περιβάλλον, προσφέροντας ανάπτυξη, ασφάλεια, ανταμοιβή και ισότητα στους εργαζομένους μας.

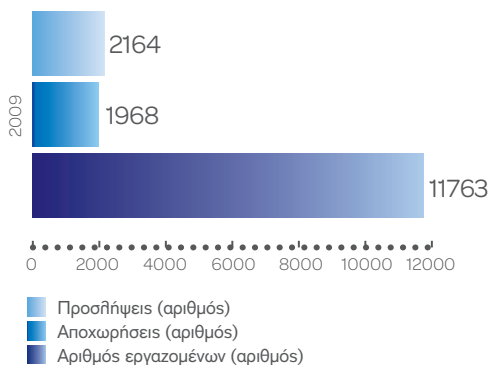
Η εστίασή μας:	Θέσεις Εργασίας
Το μέγεθός μας:	11.763 εργαζόμενοι 71% γυναίκες 42.500 ώρες εκπαίδευσης
Η κύρια ευθύνη μας:	Να προσφέρουμε ένα εργασιακό περιβάλλον που είναι ασφαλές, δίκαιο και προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης.
Η ανταπόκρισή μας:	<ul style="list-style-type: none"> Δημιουργούμε θέσεις εργασίας Διασφαλίζουμε την ασφάλεια των εργαζομένων μας Επιμορφώνουμε τους εργαζομένους μας Αξιολογούμε τους εργαζομένους μας Ενσωματώνουμε την υπευθυνότητα στον τρόπο Διοίκησής μας Ακολουθούμε τις διεθνείς συμβάσεις Ηθικής Εργασίας Δεσμευόμαστε για ισότιμη αντιμετώπιση των εργαζομένων μας Μετράμε την ικανοποίηση των εργαζομένων μας Διοργανώνουμε εκδηλώσεις για τους εργαζομένους Επιβραβεύουμε τους εργαζομένους μας Προσφέρουμε πρόσθετες Παροχές Σεβόμαστε το δικαίωμα των εργαζομένων να συνδικαλιζονται

2. Απασχόληση

Δημιουργούμε θέσεις εργασίας

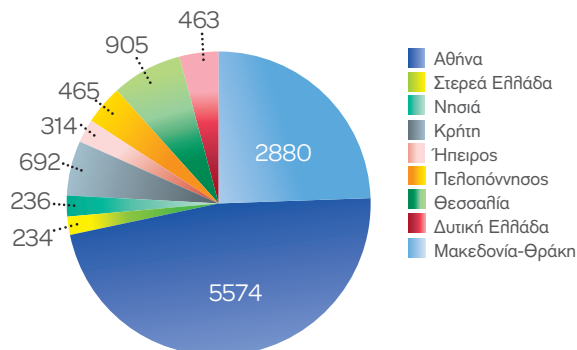
Με 11.763 εργαζόμενους στην Ελλάδα, η Carrefour είναι ένας από τους μεγαλύτερους εργοδότες του ιδιωτικού τομέα στη χώρα μας. Μέσω της συνεχούς ανάπτυξης της εταιρίας σε όλη την Ελλάδα, δημιουργούνται κατά μέσο όρο περίπου 1.000 νέες άμεσες θέσεις εργασίας ετησίως και έτσι δίνεται η ευκαιρία απασχόλησης σε διάφορα αντικείμενα και σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές όπου δραστηριοποιούμαστε. Παράλληλα, ο ρυθμός αποχωρήσεων (που συμπεριλαμβάνει οικειοθελείς αποχωρήσεις, απολύσεις και συνταξοδοτήσεις) βρίσκεται στο 11,1%. Η ανάπτυξη αυτών των 11.763 εργαζομένων φαίνεται στους παρακάτω πίνακες.

Ανθρώπινο Δυναμικό



*Τα στοιχεία αφορούν την 31/12/2009

Κατανομή Εργαζομένων ανά Περιοχή



Με 11.763 εργαζόμενους, είμαστε από τους τρεις μεγαλύτερους ιδιώτες εργοδότες στην Ελλάδα



Θέση	Διευθυντές	Προϊστάμενοι	Εργαζόμενοι	Σύνολο
Εργαζόμενοι (αριθμός)	56	1.490	10.217	11.763
Τύπος Απασχόλησης	Αορίστου	Ορισμένου	Πλήρους	Μερικής
Εργαζόμενοι (αριθμός)	10.631	1.132	6.226	5.537
Φύλο	Γυναίκες	Άντρες		
Εργαζόμενοι (αριθμός)	8.335	3.428		
Κατηγορίες	Μειονότητες	Ειδικές Ανάγκες ΑΜΕΑ		
Εργαζόμενοι (αριθμός)	384	19		
Ηλικία	<25	26-35	36-45	>45
Εργαζόμενοι (αριθμός)	1.174	4.210	4.578	1.801
Χώρος Εργασίας	Καταστήματα	Αποθήκες	Γραφεία	
Εργαζόμενοι (αριθμός)	10.597	670	496	
Μορφωτικό Επίπεδο	Δημοτικό	Γυμνάσιο-Λύκειο	Πανεπ. Εκπαίδευσης	
Εργαζόμενοι (αριθμός)	3.933	6.851	567	

*Τα στοιχεία αφορούν την 31/12/2009

3. Υγεία και Ασφάλεια

Διασφαλίζουμε την υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων μας

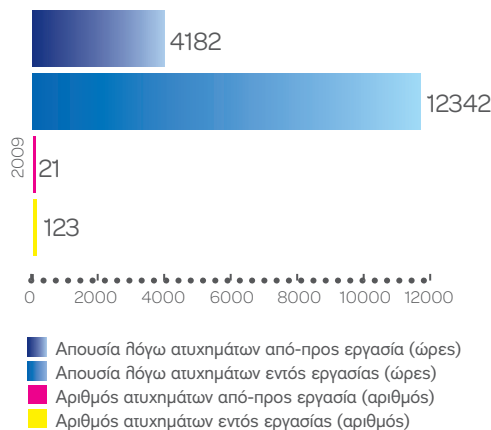
Η Carrefour, στο πλαίσιο της εναρμόνισής της με την Ελληνική Νομοθεσία και την ευαισθησία της στα θέματα υγείας και ασφάλειας, συνεργάζεται με εξειδικευμένη εταιρία για την παροχή υπηρεσιών Ιατρού Εργασίας και Τεχνικού Ασφαλείας. Στο πλαίσιο της συνεργασίας:

- Ελέγχονται περιοδικά όλες οι εγκαταστάσεις της εταιρίας από τεχνικούς ασφαλείας και γίνονται συγκεκριμένες προτάσεις για τη βελτίωση των συνθηκών υγείας και ασφάλειας.
- Παρέχονται τα απαραίτητα μέσα ατομικής προστασίας.
- Εξετάζεται το σύνολο των εργαζομένων από τους ιατρούς εργασίας.
- Εκπονούνται γραπτές εκτιμήσεις επαγγελματικού κινδύνου (ΓΕΕΚ) στο σύνολο των εγκαταστάσεων και για όλες τις δραστηριότητες που εκτελούν οι εργαζόμενοι.
- Τηρείται διαδικασία ελέγχου των μέτρων υγείας και ασφάλειας για κάθε προμηθευτή και υπεργολάβο.
- Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη συνεχή κατάρτιση και ευαισθητοποίηση των εργαζομένων, αφού πραγματοποιούνται εκπαιδευτικά σεμινάρια υγιεινής και ασφάλειας ανά εγκατάσταση, καθώς και εκπαιδεύσεις για την ασφαλή χρήση των ατομικών μέσων προστασίας.
- Εφαρμόστηκε εκπαιδευτικό πρόγραμμα “Πρώτων Βοηθειών”, στο οποίο συμμετείχαν οι ομάδες πρώτων βοηθειών όλων των εγκαταστάσεων. Σκοπός της εκπαίδευσης αυτής ήταν να κατάρτισει το προσωπικό με τις βασικές αρχές Πρώτων Βοηθειών, ώστε να μπορούν να δράσουν αναλόγως σε περίπτωση κινδύνου των εργαζομένων, αθλή και των πελατών. Μέχρι τώρα έχουν εκπαιδευτεί 189 εργαζόμενοι.

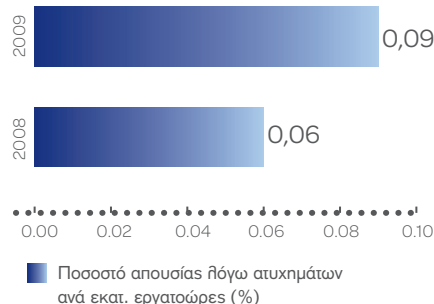
Αποτέλεσμα των παραπάνω μέτρων είναι ότι συγκεντρωτικά ο δείκτης ατυχημάτων (απουσία λόγω ατυχημάτων ανά εκατ. ώρες εργασίας) στην Carrefour βρίσκεται στο ιδιαίτερα χαμηλό ποσοστό του 0,09%. Ενδεικτικό είναι ότι ο αντίστοιχος δείκτης για τον Όμιλο βρισκόταν το 2008 στο 0,62%.

Αντίστοιχα, παρακάτω φαίνονται και οι επιδόσεις της εταιρίας στο θέμα της απουσίας εργαζομένων λόγω ασθενειών. Παρόλο που μία εταιρία δύσκολα μπορεί άμεσα να επηρεάσει τους δείκτες αυτούς, εντούτοις η Carrefour τους παρακολουθεί, καθώς αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τους εργαζόμενους.

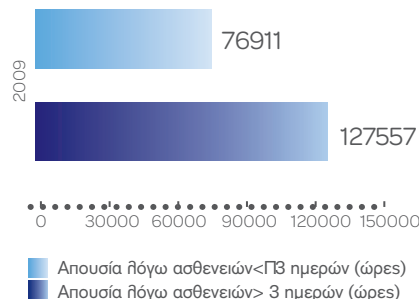
Ασφάλεια στην Εργασία



Ασφάλεια στην Εργασία



Υγεία στην Εργασία



Διατηρήσαμε έναν από τους χαμηλότερους δείκτες απουσίας λόγω ατυχημάτων ανά εκατ. εργατώρες στον Όμιλο, με μόλις 0,09%

4. Επιμόρφωση και Ανάπτυξη

Επιμορφώνουμε τους εργαζομένους μας

Στην Carrefour οι εκπαιδευτικές ανάγκες προσδιορίζονται σύμφωνα με τις τρέχουσες ή τις μελλοντικές απαιτήσεις και προδιαγραφές μιας θέσης εργασίας, το παρουσιάζόμενο επίπεδο γνώσεων και δεξιοτήτων του προσωπικού, καθώς και τους ευρύτερους σκοπούς και στόχους της εταιρίας. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα υλοποιούνται εσωτερικά, αξιοποιώντας την εταιρική τεχνογνωσία των στελεχών, ή εξωτερικά, σε συνεργασία με πανεπιστημιακά ιδρύματα, εκπαιδευτικούς οργανισμούς και φορείς.

Εισαγωγικό Πρόγραμμα

Η εκπαίδευση του κάθε εργαζομένου ξεκινά από τη στιγμή που προσλαμβάνεται στην εταιρία με το Εισαγωγικό Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα (Induction Program). Αυτό το πρόγραμμα αποτελεί τη γνωριμία του νεοπροσληθέντα με το εργασιακό περιβάλλον, όπου παρουσιάζονται μεταξύ άλλων:

- Η δομή της εταιρίας (σε διεθνές και τοπικό επίπεδο).
- Οι εταιρικές Αξίες, Πολιτικές και Διαδικασίες.
- Ο Εσωτερικός Κανονισμός Λειτουργίας.
- Ο Κώδικας Ηθικής.
- Η στρατηγική και οι δράσεις υπεύθυνης και βιώσιμης ανάπτυξης.
- Το ομαδικό πρόγραμμα υγείας.
- Τα χαρακτηριστικά της ποιοτικής εξυπηρέτησης.

Στη συνέχεια, με το Πρόγραμμα Προσανατολισμού (Orientation Program), ο εργαζόμενος έρχεται, για πρώτη φορά, σε επαφή με τους διευθυντές και τους προϊστάμενους, με σκοπό την ενημέρωση για τη λειτουργία του κάθε τμήματος και του πλαισίου συνεργασίας.

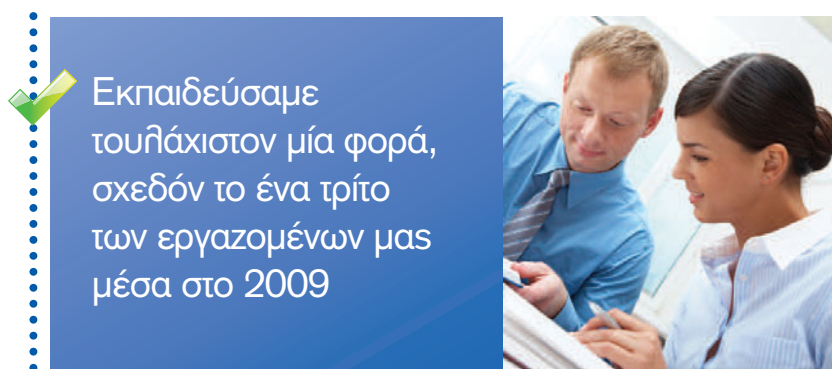
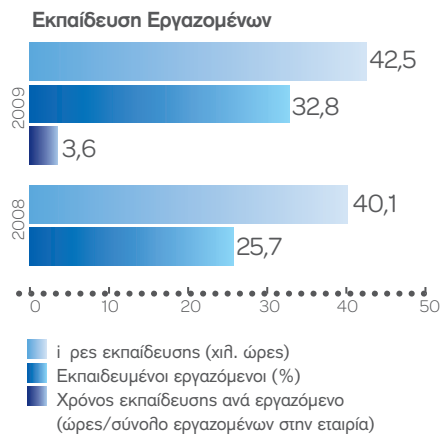
Γενική Εκπαίδευση

Η γενική εκπαίδευση στην εταιρία στηρίζεται στους παρακάτω άξονες:

- On the job training.
- Τεχνικές εκπαιδεύσεις (π.χ. σχολή κρεοπωλών, νέο εμπορικό μοντέλο προϊόντων ευρείας κατανάλωσης, φρέσκων και κατεψυγμένων).
- Εκπαιδεύσεις ανάπτυξης ικανοτήτων (π.χ. soft skills, management skills, customer service, computer skills).
- Εκπαιδεύσεις Υγιεινής & Ασφάλειας, Πρώτων Βοθηθιών και Πυρασφάλειας.

Εκπαίδευση Στελεχών

Η εταιρία, σε συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα του εσωτερικού και του εξωτερικού, επιδιώκοντας τη διαρκή κατάρτιση και τη διαβίου εκπαίδευση των στελεχών της, με στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας και της αποδοτικότητάς τους, προσφέρει κάθε χρόνο εκπαιδευτικά προγράμματα στελεχών.



Αξιολογούμε τους εργαζομένους μας

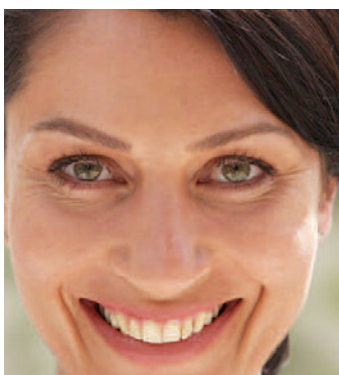
Οι στόχοι της προσωπικής ανάπτυξης και επαγγελματικής εξέλιξης επιτυγχάνονται μέσα από την εφαρμογή ενός ηλεκτρονικού συστήματος Αξιολόγησης της Απόδοσης και Διαχείρισης Καριέρας, με σκοπό τη δημιουργία πλάνων διαδοχής για τις θέσεις υψηλής ευθύνης της εταιρίας. Το 2009, το 65% των εργαζομένων ακολούθησε και ολοκλήρωσε τη διαδικασία αυτή, όπως προβλεπόταν.

Επίσης, πραγματοποιούνται εσωτερικά Κέντρα Αξιολόγησης και Ανάπτυξης, όπου οι εργαζόμενοι καλούνται να συμμετέχουν σε ένα σύνολο επιχειρηματικών ασκήσεων προσομοίωσης (τεστ προσωπικότητας, τεστ ικανοτήτων, in-trays, role-plays).

5. Ηθική και Αξιοκρατία

Ενσωματώνουμε την υπευθυνότητα στον τρόπο Διοίκησής μας

Η έννοια της υπεύθυνης λειτουργίας έχει ενσωματωθεί ως αναπόσπαστο τμήμα στον τρόπο διοίκησής μας, όπως στο Όραμα, στις Αξίες και στους Κώδικες Συμπεριφοράς μας.



Το Όραμά μας:

“Να μας αναγνωρίζουν και να μας εκτιμούν, επειδή βοηθάμε τους πελάτες και τους καταναλωτές μας, να απολαμβάνουν καλύτερη ποιότητα ζωής, κάθε μέρα”

Οι Αξίες μας:

Επίσης, οι Αξίες της εταιρίας μας, όπως έχουν επικοινωνηθεί στους εργαζομένους μας, αντικατοπτρίζουν τη δέσμευσή μας για υπεύθυνη λειτουργία.

Αφοσίωση

Είμαστε αφοσιωμένοι, κάνουμε τη δουλειά μας με πάθος, λειτουργούμε μέσα στα ηθικά εμπορικά πλαίσια, σεβόμαστε τον άνθρωπο και τις κατά τόπους κοινωνίες.

Φροντίδα

Είμαστε γεμάτοι φροντίδα και προτείνουμε λύσεις που ενθουσιάζουν τους πελάτες μας και απλοποιούν τις ζωές τους.

Θετικότητα

Σκεφτόμαστε θετικά, αισιόδοξα και κοιτάμε μακριά.

Ο Εσωτερικός Κανονισμός Λειτουργίας

Η εταιρία έχει αναπτύξει αναλυτικό Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας, ο οποίος είναι διαθέσιμος σε όλους τους εργαζόμενους, ενώ γίνεται σχετική ενημέρωση και στην Εισαγωγική Εκπαίδευση των εργαζομένων.

Μεταξύ άλλων, ο κανονισμός περιγράφει τις υποχρεώσεις των εργαζομένων όσον αφορά:

- Την απαγόρευση κοινοποίησης στοιχείων σχετικά με τους πελάτες.
- Τη συμμετοχή στις διαδικασίες ανακύκλωσης.

Ο Κώδικας Ηθικής μας

Παράλληλα, η εταιρία έχει αναπτύξει και Κώδικα Ηθικής, ο οποίος είναι επίσης διαθέσιμος σε όλους τους εργαζόμενους, με σχετική ενημέρωση στην Εισαγωγική Εκπαίδευση των εργαζομένων.

Ο Κώδικας Ηθικής, μεταξύ άλλων, περιγράφει τις υποχρεώσεις των εργαζομένων όσον αφορά:

- Την αποφυγή προσωπικού οφέλους από υπαρκτό ή μελλοντικό πελάτη, προμηθευτή ή ανταγωνιστή.
- Την απαγόρευση αποδοχής δώρων.

Ακολουθούμε τις διεθνείς συμβάσεις Ηθικής Εργασίας

Η εταιρία μας ακολουθεί στην πράξη τις διεθνώς αναγνωρισμένες αρχές ανθρωπίνων δικαιωμάτων (όπως περιλαμβάνονται στη Διεθνή Διακήρυξη για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα του ΟΗΕ και στις δέκα αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ), που ο Όμιλος έχει προσυπογράψει από το 2001. Στο πλαίσιο αυτό η εταιρία δεν απασχολεί παιδιά για εργασία κάτω του νομίμου ορίου ηλικίας, ενώ δεν εφαρμόζει πρακτικές καταναγκαστικής εργασίας.

Δεσμευόμαστε για ισότιμη αντιμετώπιση των εργαζομένων μας


Πολιτική μας είναι να μην κάνουμε διακρίσεις στο χώρο εργασίας (π.χ. λόγω φυλής, πολιτικών πεποιθήσεων, θρησκειώματος, καταγωγής, σεξουαλικού προσανατολισμού, ηλικίας, ειδικών αναγκών, φύλου), σε οποιοδήποτε εργασιακό θέμα (π.χ. προαγωγές). Εφαρμόζοντας στην πράξη την πολιτική το 2009 δεν παρουσιάστηκαν περιστατικά διάκρισης στο χώρο εργασίας της εταιρίας.

Σε πολλές περιπτώσεις, ένας εργαζόμενος σε μία θέση προϊσταμένου σε ένα κατάστημα μπορεί να αναπτυχθεί σε θέση ειδικού στις αγορές, στη διεύθυνση ανθρώπινου δυναμικού, στο μάρκετινγκ ή ακόμη και να ακολουθήσει διεθνή καριέρα σε κάποια από τις χώρες όπου δραστηριοποιείται ο Όμιλος. Παράλληλα, ενθαρρύνουμε την ανάπτυξη της καριέρας μέσα από εσωτερικές μετακινήσεις και προαγωγές σε ένα επαγγελματικό περιβάλλον προσανατολισμένο στην ικανοποίηση των πελατών. Έτσι, το 2009 από τις 108 νέες θέσεις διευθυντών (managers) οι 58 καλύφθηκαν εσωτερικά, ενώ συνολικά 156 άτομα άλλαξαν ιεραρχικό επίπεδο.


Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην ισότιμη αντιμετώπιση των γυναικών, καθώς η πλειοψηφία των εργαζομένων στην εταιρία είναι γυναίκες, κάτι που οφείλεται στη φύση της εργασίας. Αποτέλεσμα είναι ότι το ποσοστό των γυναικών σε διοικητικές θέσεις είναι 43% (ενώ ο αντίστοιχος δείκτης για τον Όμιλο βρισκόταν το 2008 στο 34%), ενώ το ποσοστό των γυναικών στο σύνολο είναι μεγαλύτερο από αυτών σε διοικητικές θέσεις, φτάνοντας το 71%.



*Τα στοιχεία αφορούν την 31/12/2009



Διατηρήσαμε το ποσοστό των γυναικών σε διοικητικές θέσεις στο 43%, εννέα μονάδες υψηλότερα από το αντίστοιχο ποσοστό του Ομίλου



6. Ικανοποίηση και Παροχές

Μετράμε την ικανοποίηση των εργαζομένων μας

Κάθε χρόνο η εταιρία πραγματοποιεί την Έρευνα Εργασιακού Κλίματος με σκοπό τη μέτρηση της αντίληψης του προσωπικού μας σχετικά με στους τομείς που επηρεάζουν την εργασιακή ικανοποίηση. Η ανωνυμία των συμμετεχόντων, η εμπιστευτικότητα και η ελεύθερη έκφραση των απόψεων είναι βασικές αρχές αυτής της διαδικασίας. Διεξάγοντας Έρευνα Ικανοποίησης Εργαζομένων αποτυπώνεται η άποψη των εργαζομένων πάνω σε θέματα επικοινωνίας, διοίκησης, συνεργασίας, εκπαίδευσης, ανάπτυξης, παροχών κλπ.

Ερωτήματα που, μεταξύ άλλων, αξιολογούνται είναι κατά πόσο:

- «Η Carrefour σέβεται την υγιεινή των τροφίμων και το περιβάλλον»
- «Η Carrefour υποστηρίζει την ποικιλομορφία των κοινωνικών ομάδων (άτομα με ειδικές ανάγκες, άτομα μεγάλης ηλικίας κτλ.)»
- «Η Carrefour προσφέρει ευκαιρίες για την επαγγελματική μου εξέλιξη»
- «Είμαι Ικανοποιημένος από την ισορροπία στην επαγγελματική και προσωπική μου ζωή»
- «Η Carrefour σέβεται τις αξίες της»

Διοργανώνουμε εκδηλώσεις για τους εργαζομένους

Η Carrefour προσπαθεί να επηρεάσει τους εργαζομένους της προς ένα υγιεινό τρόπο ζωής. Στο πλαίσιο αυτό διοργανώνει κάθε χρόνο το θεσμό «Πρωτάθλημα Carrefour», όπου σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας, οι εργαζόμενοι της Carrefour συμμετέχουν στο εσωτερικό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου, μπάσκετ και βόλβει. Η συμμετοχή των εργαζομένων, καθώς και των συγγενών και φίλων τους ήταν σημαντική και το 2009: 870 εργαζόμενοι από 130 καταστήματα της Ελλάδας και της Κύπρου, 88 ομάδες συμμετείχαν στο φετινό Πρωτάθλημα Carrefour.

Επιβραβεύουμε τους εργαζομένους μας

Μέσω του προγράμματος "Ο Αγαπητός Πελάτης" η εταιρία επιβραβεύει τους καλύτερους 20 περίπου υπαλλήλους στα Hypermarket κάθε μήνα και τους χαρίζει δωροεπιταγές.

Προσφέρουμε πρόσθετες παροχές

Εκτός των νομικά κατοχυρωμένων παροχών, η Carrefour προσφέρει στους εργαζομένους της πρόσθετες, εθελοντικές παροχές. Οι παροχές που δίνει η εταιρία πέραν της νομοθεσίας, καλύπτουν όλους τους εργαζομένους (είτε με σύμβαση ορισμένου χρόνου είτε με αορίστου χρόνου), όπως ενδεικτικά φαίνεται παρακάτω:

- Έκπτωση Club Carrefour 5% για σύνολο αγορών μέχρι 6.000 €.
- Δωροεπιταγές Πάσχα και Χριστουγέννων.
- Ιατροφαρμακευτικό πρόγραμμα ασφάλισης (για εργαζόμενους αορίστου χρόνου).
- Συνταξιοδοτικό πρόγραμμα ασφάλισης (για διευθυντές).

7. Σχέσεις και συνδικαλισμός

Σεβόμαστε το δικαίωμα των εργαζομένων να συνδικαλιζονται

Η Carrefour σέβεται το δικαίωμα που έχουν οι εργαζόμενοι να διαπραγματεύονται με τη διοίκηση της εταιρίας θέματα αμοιβαίου ενδιαφέροντος. Σε μηνιαία βάση, το Προεδρείο του Σωματείου εργαζομένων συναντάται με τον Διευθυντή Ανθρώπινου Δυναμικού και σε τριμηνιαία βάση με τον Δ/ντα Σύμβουλο, για να ανταλλάξουν απόψεις και να αναφέρουν ανάγκες σχετικά με θέματα εργασιακά και ασφάλειας. Καθώς η εταιρία πιστεύει στην πλήρη ανεξαρτησία του συνδικαλισμού, δεν υπάρχει καταγραφή του ποσοστού εργαζομένων της Carrefour που συμμετέχουν στο συνδικαλιστικό όργανο της εταιρίας.





VII. Συνεισφέρουμε στην ευημερία της ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1. Εισαγωγή

Πιστεύουμε ότι η επιχειρηματική μας ανάπτυξη πρέπει να συμβαδίζει με την κοινωνική ανάπτυξη. Για το λόγο αυτό προσπαθούμε να συνεργαζόμαστε με τις τοπικές κοινωνίες, να υποστηρίζουμε κοινωνικές δραστηριότητες και να συμβάλλουμε στην ομαλή λειτουργία της κοινωνίας.

Η εστίασή μας:

Προϊοντική Υποστήριξη

Το μέγεθός μας:

3 κοινωνικά παντοπωλεία

1,4 εκατ. € προσφορά προϊόντων

99 εθελοντές αιμοδότες

Η κύρια ευθύνη μας:

Να υποστηρίζουμε την εύρυθμη λειτουργία και ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών και της χώρας.

Η ανταπόκρισή μας:

Υποστηρίζουμε τους ασθενέστερους με προϊόντα
Αναπτύσσουμε Κοινωνικά Παντοπωλεία
Συνεισφέρουμε στην καταπολέμηση της παιδικής παχυσαρκίας
Υποστηρίζουμε κοινωνικές δραστηριότητες
Υποστηρίζουμε οικονομικά την κοινωνία
Συμβάλλουμε στην καταπολέμηση της διαφθοράς
Συμβάλλουμε στο Δημόσιο διάλογο
Ακολουθούμε τους κανόνες του ανταγωνισμού
Καθημεριάζουμε την έννοια της συνεισφοράς

2. Προϊοντική Υποστήριξη - Κοινωνικά Παντοπωλεία

Υποστηρίζουμε τους ασθενέστερους με προϊόντα - Αναπτύσσουμε Κοινωνικά Παντοπωλεία

Στην Carrefour πιστεύουμε ότι η κάθε εταιρία πρέπει να δραστηριοποιείται κοινωνικά στον τομέα λειτουργίας της. Η απλή χρηματική υποστήριξη αλλοιώνει την έννοια της κοινωνικής προσφοράς και ενδεχομένως συνεισφέρει στην ανάπτυξη φαινομένων κακοδιαχείρισης. Για το λόγο αυτό, η πολιτική της εταιρίας είναι να συνεισφέρει κοινωνικά κυρίως με τη διάθεση προϊόντων, παρά με την προσφορά χρημάτων.

Η Carrefour και το ίδρυμα του Ομίλου Carrefour, σε συνεργασία με τους Δήμους της Αθήνας, του Πειραιά και της Θεσσαλονίκης, δημιούργησε τα 3 Κοινωνικά Παντοπωλεία της Ελλάδας, σε μία συντονισμένη προσπάθεια κατά της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού. Η ιδέα του Κοινωνικού Παντοπωλείου αρχικά γεννήθηκε στη Γαλλία το 1995, με πρωτοβουλία των ιδίων των εργαζομένων του Ομίλου. Το 2000 ιδρύθηκε το Διεθνές ίδρυμα Carrefour, το οποίο χρηματοδοτεί μέρος του προγράμματος των Κοινωνικών Παντοπωλείων σε κάθε χώρα, ενώ παράλληλα συνεργάζεται με τους κατά τόπους φορείς.

Στην Ελλάδα, η Carrefour δημιούργησε το πρώτο Κοινωνικό Παντοπωλείο στην Αθήνα, το Δεκέμβριο του 2007. Η μεγάλη επιτυχία και οι αυξημένες ανάγκες άπορων οικογενειών μεγάλων Δήμων της Ελλάδας, ώθησε την εταιρία να συνεχίσει το σημαντικό αυτό έργο και σε άλλες πόλεις. Ακολούθησε ο Πειραιάς το Δεκέμβριο του 2008 και ένα χρόνο αργότερα η Θεσσαλονίκη.

- Τα Κοινωνικά Παντοπωλεία στεγάζονται σε κτίρια που παραχωρούν οι Δήμοι και λειτουργούν 2 ημέρες την εβδομάδα.
- Δικαιούχοι του προγράμματος είναι 200 οικογένειες σε κάθε Δήμο, που αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα.
- Οι δικαιούχοι, και μόνο αυτοί, μπορούν να έχουν πρόσβαση στις παροχές του Κοινωνικού Παντοπωλείου.
- Με την επίδειξη της ειδικής κάρτας, οι 200 αυτές οικογένειες σε κάθε Δήμο προμηθεύονται προϊόντα μέχρι το ανώτατο μηνιαίο όριο αγορών που έχει τεθεί.
- Οι οικογένειες επιλέγονται από τις Κοινωνικές Υπηρεσίες του εκάστοτε Δήμου κάθε έξι μήνες, βάσει συγκεκριμένων κοινωνικών κριτηρίων.

Το πρόγραμμα εστιάζει στην κάλυψη πρωτογενών αναγκών επιβίωσης ευάλωτων κοινωνικά ομάδων και άπορων οικογενειών για χρονικό διάστημα έξι μηνών, ώστε σε συνδυασμό με άλλες κοινωνικές δράσεις των Δήμων να είναι σε θέση, σταδιακά, να στηρίζονται στις δικές τους δυνάμεις.

Τα τρία Κοινωνικά Παντοπωλεία παρέχουν δωρεάν είδη παντοπωλείου, απορρυπαντικά, κατεψυγμένα προϊόντα και είδη οικιακού εξοπλισμού. Τα προϊόντα αυτά είναι άριστης ποιότητας, τηρούν όλες τις προδιαγραφές ασφαλείας και προέρχονται, κυρίως, από επιλεγμένους προμηθευτές της Carrefour, αλλά και από τα καταστήματα του δικτύου της.

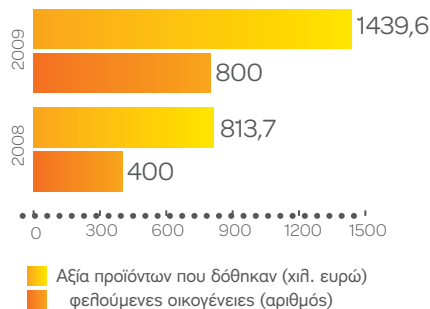
Παράλληλα, η εταιρία παρέχει τη δυνατότητα στους δικαιούχους των Κοινωνικών Παντοπωλείων να συμπληρώσουν εντός του Κοινωνικού Παντοπωλείου αίτηση εργασίας προκειμένου να ενταχθούν εργασιακά στην οικογένεια της Carrefour.

ΘΕΜΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΥ Διάθεση Προϊόντων

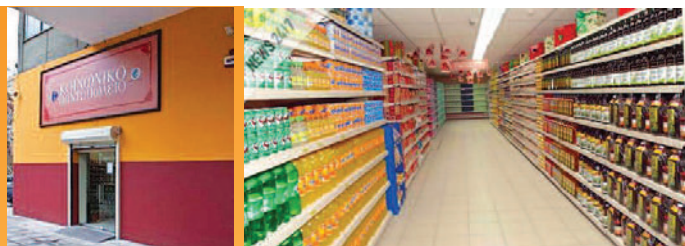
Το 2008, η Carrefour Γαλλίας συνέλεξε 15.500 τν προϊόντων κοντά στην ημερομηνία λήξης τους, προσφέροντας 31 εκατ. γεύματα στις Food Bank Federation, Restos du Coeur, τον Ερυθρό Σταυρό κτλ. Δυστυχώς, στην Ελλάδα λόγω γραφειοκρατίας μία παρόμοια πρακτική είναι ιδιαίτερα δύσκολη, με αποτέλεσμα τρόφιμα που είναι απολύτως κατάλληλα για κατανάλωση, να καταλήγουν απλά στους ΧΥΤΑ.



Προσφορά Προϊόντων Κοινωνικό Παντοπωλείο



✓ Διπλασιάσαμε μέσα στο 2009 τις οικογένειες που ανά εξάμηνο επωφελιούνται από τα Κοινωνικά Παντοπωλεία, από 200 σε 400



Στόχος:

%α υποστηρίξουμε τουλάχιστον 1.000 οικογένειες, μέσω των Κοινωνικών Παντοπωλείων



3. +ορνηκή Υποστήριξη

Συνεισφέρουμε στην καταπολέμηση της παιδικής παχυσαρκίας

Η Carrefour, ευαισθητοποιημένη στο θέμα της παιδικής παχυσαρκίας (καθώς το φαινόμενο συνδέεται στενά με σοβαρές ασθένειες), στηρίζει ως Χρυσός Χορηγός το πρόγραμμα «Παιδιατροφή by Eprode», σε συνεργασία με το «Ίδρυμα του Ομίλου Carrefour». Αξίζει να σημειωθεί ότι:

- Σύμφωνα με μελέτη του Νοσοκομείου Παιδών, η παχυσαρκία στην Ελλάδα εμφανίζεται συχνότερα σε παιδιά ηλικίας 8-12 ετών.
- Η Ελλάδα έχει το μεγαλύτερο ποσοστό παιδικής παχυσαρκίας στην Ευρώπη, αφού τα μισά παιδιά στην Ελλάδα, ηλικίας από 6 έως 11 ετών, είναι παχύσαρκα.

Στόχος του προγράμματος είναι η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση του πληθυσμού στον υγιεινό και ισορροπημένο τρόπο διατροφής και τελικά η πρόληψη της παιδικής παχυσαρκίας. Η εταιρία αποφάσισε να ενισχύσει ενεργά την πρωτοβουλία αυτή στηρίζοντας την οικογένεια και συμβάλλοντας καταλυτικά στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής της, καθώς και στη βελτίωση των διατροφικών της συνθηκών.

Το πρόγραμμα «Παιδιατροφή» απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε παιδιά και στις οικογένειές τους, ενισχύοντας τον εκπαιδευτικό ρόλο της οικογένειας σε θέματα διατροφής και φυσικής άσκησης. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα στο οποίο συμμετέχουν συνολικά περισσότερες από 167 πόλεις σε όλη την Ευρώπη, ενώ για την πιλοτική εφαρμογή του στην Ελλάδα έχουν επιλεγεί 13 Δήμοι σε όλη την Ελλάδα (π.χ. Αγίας Παρασκευής, Αιγίου, Αργυρούπολης, Περάματος, Πρέβεζας). Στο πρόγραμμα έχουν ήδη συμμετάσχει 50.000 παιδιά ηλικίας 3 έως 12 ετών, ενώ παράλληλα 600.000 δημότες έχουν συμβουλευθεί το πρόγραμμα Παιδιατροφή by Eprode.



✓ Ενημερώσαμε 600.000 πολίτες για θέματα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής





Υποστηρίζουμε κοινωνικές δραστηριότητες

Η κοινωνική δράση της εταιρίας περιλαμβάνει και δράσεις σε διάφορους άλλους τομείς:

- Προσφέρει κάθε χρόνο πλήρεις υποτροφίες σε μαθητές. Οι υπότροφοι έχουν την ευκαιρία να συνεχίσουν τις πανεπιστημιακές σπουδές τους στη σχολή IdEF στην Ελλάδα, η οποία συνεργάζεται με το πανεπιστήμιο Paris XIII, ενώ αμέσως μόλις αποκτήσουν το πτυχίο τους, τους δίνεται η δυνατότητα άμεσας επαγγελματικής αποκατάστασης.
- Έχει τοποθετήσει μηχανισμούς συλλογής χρημάτων υπέρ της μη κυβερνητικής οργάνωσης «Χαμόγελο του Παιδιού» στα υπερμάρκετ.
- Υποστηρίζει οικονομικά και προϊόντικά Δήμους και Κοινότητες σε όλη τη χώρα κατά την περίοδο των Χριστουγέννων, του Πάσχα, της Αποκριάς και στην έναρξη της Σχολικής Χρονιάς.
- 11 υπερμάρκετ Carrefour σε όλη την Ελλάδα έχουν «υιοθετήσει» από μία οικογένεια των χωριών SOS, την οποία στηρίζουν παρέχοντας τρόφιμα, παιχνίδια και σχολικά είδη, ενθαρρύνοντας μια συχνή επαφή των περίπου 100 παιδιών με εκπροσώπους της Carrefour, για την καλύτερη ενημέρωση και κάλυψη των αναγκών και των επιθυμιών τους.

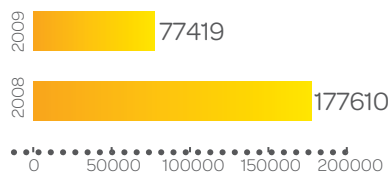
Υποστηρίζουμε την κοινωνία οικονομικά

Στο πλαίσιο των πολυπλευρων δράσεων που εφαρμόζει η εταιρία έχει εντάξει και τη συνεισφορά προς κοινωνικές ομάδες που έχουν ανάγκη στήριξης. Σημειώνεται ότι για την Carrefour οι εμπορικές χορηγίες δε θεωρούνται τμήμα υπευθυνότητας και δε συμπεριλαμβάνονται στην παρακάτω ανάλυση.

Υπολογίζεται ότι μέσα στο 2009 η εταιρία προσέφερε πάνω από 77.000 ευρώ σε διάφορες κοινωνικές ομάδες, με ενδεικτικά παραδείγματα:

- Το Φεστιβάλ Αναδάσωσης Αγίου Στεφάνου Αττικής (δωρεά 1.000 ευρώ).
- Την Ελληνική Εταιρία Νόσου Alzheimer (δωρεά 6.000 ευρώ).
- Την ενίσχυση Απόρων Οικογενειών Δήμου Χαλανδρίου (δωρεά 1.500 ευρώ).
- Τον εορτασμό της Παγκόσμιας Ημέρας Χωρίς Αυτοκίνητο του Δήμου Ηρακλείου και της Δημοτικής Επιτροπής Περιβάλλοντος (δωρεά ποδηλάτων αξίας 2.074 ευρώ).

Κοινωνική Συνεισφορά



■ Χρηματική συνεισφορά (ευρώ)

4. Διαφθορά

Συμβάλλουμε στην καταπολέμηση της διαφθοράς

Εκτός των πρακτικών που περιγράφονται στις ενότητες I,IV,VI, η εταιρία έχει λάβει μέτρα που μειώνουν την πιθανότητα εμφάνισης φαινομένων διαφθοράς και εκτός της εταιρίας, που ενδεχομένως επηρεάζουν το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Έτσι η Carrefour:

- Έχει δημιουργήσει σχετικές διαδικασίες Ανθρώπινων Πόρων για την καταπολέμηση της διαφθοράς (βλέπε ενότητα I-2).
- Έχει δημιουργήσει ομάδα Ελεγκτών που κάνουν τακτικούς και έκτακτους ελέγχους στη λειτουργία των καταστημάτων της.
- Όλοι οι Αγοραστές της εταιρίας υπογράφουν σχετικό Κώδικα Δεοντολογίας (βλέπε ενότητα IV-2).
- Όλα τα δημογραφικά στοιχεία πελατών τηρούνται από εξωτερική εξειδικευμένη εταιρία, η οποία δεσμεύεται με αυστηρό συμβόλαιο εμπιστευτικότητας απέναντι στην Carrefour. Παράλληλα, όλα τα στοιχεία που αφορούν σε αγοραστικές συνήθειες χρηστών καρτών πιστότητας Carrefour βρίσκονται στην κατοχή της Carrefour, έτσι ώστε να μην υπάρχει μια συνδυασμένη βάση δεδομένων.

5. Δημόσια Πολιτική

Συμβάλλουμε στο Δημόσιο διάλογο

Σε στενή συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο Όμιλος έχει συνεισφέρει στο να καθιερωθεί μια ευρωπαϊκή πλατφόρμα (REAP), που συγκεντρώνει τους ευρωπαϊκούς λιανοπωλητές, την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μη κυβερνητικές οργανώσεις, εκπροσώπους της βιομηχανίας και ενώσεις καταναλωτών, όπου συζητούνται σημαντικά θέματα, όπως η ενεργειακή απόδοση κτηρίων, η παροχή καταναλωτικών πληροφοριών κτλ.

ΘΕΜΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΥ

Καταγραφή ανθρακικού αποτυπώματος - μερική άποψη περιβαλλοντικής επίδρασης

Η καταγραφή του περιβαλλοντικού αποτυπώματος προϊόντων επιτρέπει στους καταναλωτές να κάνουν σαφείς επιλογές και να συγκρίνουν διαφορετικά προϊόντα. Η καταγραφή του ανθρακικού αποτυπώματος, όμως, μπορεί να οδηγήσει τους καταναλωτές στο να αγνοήσουν εξίσου σημαντικές παραμέτρους, όπως η κατανάλωση νερού, η σπατάλη πόρων, η ζημιά στη βιοποικιλότητα κτλ. Τεχνικά, αυτό ο τύπος αποτυπώματος απαιτεί μια ομοιόμορφη μεθοδολογία, συμμετοχή από οργανώσεις πιστοποίησης και συνεχείς αναπροσαρμογές στοιχείων. Εφαρμοσμένο συστηματικά σε όλα τα προϊόντα, αυτό δημιουργεί κίνδυνο για υψηλότερες δαπάνες και, κατά συνέπεια, υψηλότερες τιμές προϊόντων. Ο Όμιλος έχει εκφράσει τη δέσμευσή του για την προώθηση πρακτικών που είναι χρήσιμες για τους καταναλωτές, περιβαλλοντικά αποτελεσματικές και οικονομικά βιώσιμες, όπως οι αναλύσεις κύκλων ζωής (LCA) ορισμένων κατηγοριών προϊόντων με το μέγιστο περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Έτσι, από το 2003 έχει πραγματοποιήσει LCAs στις τσάντες, τους καταλόγους και την τριτογενή συσκευασία. Το 2008, σε συνεργασία με τους προμηθευτές του, ο Όμιλος προχώρησε σε αυτή την ανάλυση σε ορισμένα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας (π.χ. παγωμένα πράσινα φασόλια και καθαριστικά παραθύρων αυτοκινήτων) για να προσδιορίσει τους τρόπους, για να ελαττώσει την περιβαλλοντική τους επίδραση.



6. Ηθικός Ανταγωνισμός

Ακολουθούμε τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού

Ο Όμιλος συνεργάζεται με τις αρμόδιες Επιτροπές της Ε.Ε. και δεσμεύεται να συμμορφώνει τη στρατηγική τους με τις επιταγές της Επιτροπής Ανταγωνισμού της Ε.Ε. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι ότι το 2009 η Carrefour δεν κλήθηκε να παρουσιαστεί ενώπιον της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού, ενώ δεν της επιβλήθηκε κανένα αμετάκλητο πρόστιμο.

7. Εθελοντισμός

Καλλιεργούμε την έννοια της συνεισφοράς

Η εταιρία καλλιεργεί την έννοια της εθελοντικής αιμοδοσίας στους εργαζομένους της, συνεισφέροντας στην υποστήριξη της κοινωνίας στον τομέα της υγείας. Οι εργαζόμενοι προσφέρουν αίμα σε αιμοδοσίες, που διοργανώνονται 2 φορές το χρόνο, σε συνεργασία με το Σωματείο Εργαζομένων. Εναλλακτικά, μπορούν να προσφέρουν αίμα σε οποιοδήποτε νοσοκομείο, αναφέροντας ότι το αίμα αφορά στην τράπεζα αίματος της Carrefour. Η διάθεση του αίματος μπορεί να γίνει και για εργαζόμενο ή συγγενή οποιουδήποτε βαθμού, ενώ παράλληλα δίνεται και εργοδοτική άδεια, ως επιβράβευση της πράξης. Το 2009 προσέφεραν αίμα συνολικά 99 άτομα (από 66 το 2008), σημειώνοντας αύξηση κατά 50% σε σχέση με το 2008.



✓ Αυξήσαμε τη συμμετοχή των εργαζομένων σε εθελοντική αιμοδοσία κατά 50%



Ε. Σύνοψη



Περιληπτικά Στοιχεία



Ορολογία



Πίνακες GRI και GLOBAL COMPACT



1. Περιληπτικά Στοιχεία

Ενότητα	Αποτέλεσμα 2008	Αποτέλεσμα 2009	Στόχος 2010
---------	-----------------	-----------------	-------------

1. ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Στόχος μας είναι να διαχειριζόμαστε τη Βιώσιμη & Υπεύθυνη Ανάπτυξη με τρόπο συστηματικό και εστιασμένο σε ποσοτικά αποτελέσματα.

Δείκτες ποσοτικοί στον Απολογισμό (αριθμός)	MA	96	Να αυξήσουμε κατά 20% τον αριθμό των ποσοτικών δεικτών στους οποίους κάνουμε αναφορά στον Απολογισμό μας
Δείκτες GRI στον Απολογισμό (αριθμός - πλήρης/μερική αναφορά)	MA	19/33	MA
Ποσοτικοί στόχοι στον Απολογισμό (αριθμός)	MA	11	Εκπλήρωση των 11 στόχων
Αξιολόγηση στο Accountability Rating Greece (%)	23,9	MA	Να βελτιωθούμε κατά 30% στην αξιολόγηση του Accountability Rating Greece

2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Στόχος μας είναι να συμβάλουμε στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Κύκλος εργασιών (χωρίς ΦΠΑ) (€)	1.994.599.708	1.934.652.270	MA
Κόστος εργαζομένων (€)	197.963.446	207.308.761	MA
Πληρωμές προμηθευτών (€)	1.801.620.165	1.783.880.331	MA
Μεταφορά ποσών σε κοινωνικούς εταίρους (εκατ. ευρώ)	MA	2.000	MA
Επενδύσεις (€)	52.102.750	42.379.413	MA
Έμμεσες θέσεις εργασίας (αριθμός)	MA	900	MA

3. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Στόχος μας είναι να περιορίζουμε τις όποιες περιβαλλοντικές μας επιπτώσεις, ενσωματώνοντας τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης στη λειτουργία μας.

Αλιευτικά προϊόντα MSC (αριθμός)	MA	MA	Να εισάγουμε τουλάχιστον 5 αλιευτικά προϊόντα MSC
Κατανάλωση ενέργειας (ηλ.ενέργεια και καύσιμα) (GWh)	243	241	Να μειώσουμε την κατανάλωση ενέργειας κατά 30% μέχρι το 2020, σε σχέση με τα επίπεδα του 2004
Συνολικές Εκπομπές CO ₂ (tn)	184.000	186.000	MA
Εκπομπές CO ₂ (από μεταφορές) (tn)	20.830	20.800	MA
Κατανάλωση νερού (χιλ. m ³)	263	319,6	MA
Ποσότητα ψυκτικών (tn)	18,23	16,2	MA
Δείκτης OPD ψυκτικών και κατασβεστικών (x 1.000.000)	758,12	557,32	MA
Κατανάλωση σε πλαστικές σακούλες (εκατ. τεμάχια)	94,6	86,5	Να προχωρήσουμε σε ανάλυση κύκλου ζωής για τις σακούλες που διαθέτουμε
Κατανάλωση σε επαναχρησιμοποιούμενες τσάντες (χιλ τεμάχια)	139	501	MA
Περιβαλλοντικά πρόστιμα (€)	MA	0	MA
Κέντρα ανταποδοτικής ανακύκλωσης (αριθμός)	MA	12	Να αναλύσουμε το μέσο βάρος των συσκευασιών μας

4. ΑΓΟΡΕΣ

Στόχος μας είναι να συνεισφέρουμε στην υπεύθυνη λειτουργία των προμηθευτών με τους οποίους συνεργαζόμαστε.

Αγορές τροφίμων από τοπικούς προμηθευτές (%)	MA	91,08%	MA
Επιθεώρηση προμηθευτών (αριθμός)	140	151	Na προχωρήσουμε σε επιθεώρηση τουλάχιστον 2 προμηθευτών μας, με βάση την Κοινωνική Χάρτα του Ομίλου
Προμηθευτές Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour που έχουν υπογράψει τήρηση κανονισμού REACH (ποσοστό)	MA	100%	MA

5. ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στόχος μας είναι να παρέχουμε προϊόντα που είναι ασφαλή, ποιοτικά και ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών μας, αθλή και να επηρεάζουμε θετικά τους καταναλωτές, ως προς τις διατροφικές τους πρακτικές.

Σύνολο ελέγχων προϊόντων (αριθμός)	MA	3.673	Na λησάρουμε τουλάχιστον 5 προϊόντα Υπεύθυνου Εμπορίου στην Ελλάδα.
Προληπτικές αποσύρσεις (αριθμός)	MA	174	MA
Πωλήσεις προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας προς σύνολο (%)	MA	>18%	MA
Βιολογικά προϊόντα (αριθμός)	662	595	MA
Βιολογικά προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας (αριθμός)	68	73	Na λησάρουμε τουλάχιστον 50 προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας, στην κατηγορία των βιολογικών φρέσκων προϊόντων
Προϊόντα «Ποιοτική Οδός Carrefour» (αριθμός)	18	23	Na καταγράψουμε το περιεχόμενο 5 προϊόντων σε ζάχαρη, κορεσμένα λίπη κτλ., με στόχο την σταδιακή μείωσή τους
Παράπονα προς τηλεφωνικό κέντρο (αριθμός)	4.843	4.482	MA

6. ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

Στόχος μας είναι να προσφέρουμε στους εργαζομένους μας ένα εργασιακό περιβάλλον που είναι ασφαλές, δίκαιο και προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης.

Αριθμός εργαζομένων (αριθμός)	MA	11.763	MA
Δείκτης απουσίας λόγω ατυχημάτων ανά εκατ. εργατοώρες	0,06	0,09	MA
Θανατηφόρα ατυχήματα (αριθμός)	0	0	0
Γυναίκες σε διοικητικές θέσεις (%)	43	43	MA
Ώρες εκπαίδευσης (χιλ. ώρες)	40,1	42,5	MA
Συμμετοχή εργαζομένων σε εκπαίδευση (%)	25,7	32,8	MA

7. ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στόχος μας είναι να υποστηρίζουμε την εύρυθμη λειτουργία και ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών και της χώρας γενικότερα.

Κοινωνικά Παντοπωλεία (αριθμός)	2	3	Na υποστηρίξουμε τουλάχιστον 1.000 οικογένειες.
Προσφορά προϊόντων (εκατ. €)	0,81	1,44	MA
Ενημέρωση πολιτών για θέματα υγιεινής / ισορροπημένης διατροφής (αριθμός)	MA	600.000	MA
Κοινωνικές ενέργειες σε χρήματα (€)	177.610	77.419	MA
Τελεσίδικα πρόστιμα Επιτροπής Ανταγωνισμού	MA	0	MA
Συμμετοχή εργαζομένων σε αμοδοσία (αριθμός)	66	99	MA

MA = Mn αναφερόμενο στοιχείο

2. Ορολογία

Για την πληρέστερη ανάγνωση του Απολογισμού, παρακαλούμε να δώσετε έμφαση στους παρακάτω όρους που χρησιμοποιούνται πιο συχνά:

ΟΡΟΣ	ΑΝΑΦΕΡΕΤΑΙ
«εταιρία», «εμείς» και «Carrefour»	στην Carrefour Μαρινόπουλος Α.Ε. (στην οποία αναφέρεται ο Απολογισμός αυτός)
«Όμιλος»	στον Όμιλο Carrefour, μέλος του οποίου αποτελεί η Carrefour
«Απολογισμός»	στον Απολογισμό Βιώσιμης & Υπεύθυνης Ανάπτυξης 2009
«B-4, VI-2 κτλ.»	σε ενότητα του Απολογισμού (π.χ. στους πίνακες GRI). Έτσι, π.χ. ο όρος «IV-2» αναφέρεται στην ενότητα IV (Εργαζόμενοι), στο τμήμα 2 (Απασχόληση).
«Πελάτες»	στους τελικούς χρήστες-αγοραστές των προϊόντων μας
«Κατάστημα»	στα σημεία πώλησης της εταιρίας μας
«Ιδιωτική Ετικέτα»	Τα προϊόντα που πωλούνται με την επωνυμία της Carrefour.
«ΥΠΕΡ»	στα Hypermarket
«SUPER»	στα Supermarket
«PROXI»	στα “μαγαζιά της γειτονιάς”
«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ή Εταιρική Υπευθυνότητα ή Βιώσιμη Ανάπτυξη»	Η εθελοντική δέσμευση των επιχειρήσεων να συμπεριληφθούν στις εταιρικές πρακτικές τους οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια και ενέργειες, που είναι πάνω και πέρα από τις νομοθετικές απαιτήσεις και σχετίζονται με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους, δηλ. τους κοινωνικούς εταίρους. Έννοια που περιγράφει την τρέχουσα οικονομική εξέλιξη που δεν υπονομεύει τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες.

3. Πίνακες GRI και GLOBAL COMPACT

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζεται η αντιστοιχία του περιεχομένου του Απολογισμού, με τις Αρχές του Global Compact και τους Παράγοντες και Δείκτες του Global Reporting Initiative (GRI - G3).

- Οι επιπρόσθετοι δείκτες GRI (Additional Indicators) έχουν επισημανθεί με γκρι φόντο.
- Η κάλυψη χαρακτηρίζεται ως Πλήρης (Π), Μερική (Μ), Μη Αναφερόμενη (ΜΑ) ή Μη Εφαρμόσιμη (ΜΕ).

Πίνακας Global Compact

Αρχή	Ενότητα	Κάλυψη
Ανθρώπινα Δικαιώματα		
1. Υποστήριξη και σεβασμός της προστασίας διεθνώς αποδεκτών ανθρωπίνων δικαιωμάτων	VI-4, IV-2	Π
2. Εξασφάλιση μη εμπορικών επιχειρήσεων σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων	VI-4, IV-2	Π
Εργασιακά Πρότυπα		
3. Ελευθερία του συνδικαλιζέσθαι και αναγνώριση δικαιώματος συλλογικών διαπραγματεύσεων	VI-7	Π
4. Περιορισμός κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας	VI-2, IV-4	Π
5. Απαγόρευση της παιδικής εργασίας	VI-2, IV-4	Π
6. Περιορισμός κάθε διάκρισης στην εργασία και στην απασχόληση	VI-2, IV-4	Π
Περιβάλλον		
7. Υποστήριξη προληπτικής προσέγγισης στις περιβαλλοντικές προκλήσεις	III-2-7	Π
8. Ανάληψη πρωτοβουλιών προώθησης μεγαλύτερης περιβαλλοντικής υπευθυνότητας	III-2-7	Π
9. Ενίσχυση της ανάπτυξης και διάδοσης φιλικών για το περιβάλλον τεχνολογιών	III-2-7	Π
Διαφθορά		
10. Καταπολέμηση της διαφθοράς σε όλες τις μορφές της	VII-4	Π

Πίνακας Αρχών GRI

Παρ/φος GRI Περίληψη Πτυχής

Ενότητα

Όραμα, Στρατηγική και Ανάλυση

1.1	Δήλωση από το ανώτερο στέλεχος του οργανισμού	Γ
1.2	Περιγραφή κύριας επίδρασης, ρίσκων και ευκαιριών	Γ, I-3

Οργανωτικό Προφίλ

2.1	Όνομα οργανισμού	B
2.2	Κύρια προϊόντα και υπηρεσίες	Δ-3
2.3	Οργανωτική δομή (θυγατρικές, διευθύνσεις, μονάδες κτλ)	Δ-5
2.4	Τοποθεσία κεντρικών γραφείων	A
2.5	Χώρες δραστηριότητας (και ιδιαίτερα σημαντικές για θέματα αειφορίας)	Δ-1
2.6	Μέτοχοι - Νομική μορφή	Δ-1
2.7	Αγορές (γεωγραφικά, αντικειμένου, κατηγορίες πελατών)	Δ-1
2.8	Μέγεθος οργανισμού	Δ-1
2.9	Σημαντικές πρόσφατες αλλαγές (μέγεθος, δομή, ιδιοκτησία)	ME
2.10	Βραβεία	I-5

Παράμετροι Απολογισμού

3.1	Περίοδος Απολογισμού	A
3.2	Ημερομηνία προγενέστερου Απολογισμού	ME
3.3	Κύκλος Απολογισμού	B
3.4	Σημείο Επαφής	A
3.5	Διαδικασία καθορισμού περιεχομένου	I-3
3.6	Πεδίο Απολογισμού (χώρες, διευθύνσεις, θυγατρικές, προμηθευτές κτλ).	A
3.7	Περιορισμοί στο Πεδίο Απολογισμού	A
3.8	Αρχές αναφοράς σε παράγοντες που επηρεάζουν συγκρισιμότητα (θυγατρικές, συνεργάτες, outsourcing κτλ.)	A
3.9	Τεχνικές μέτρησης και υπολογισμών (υποθέσεις, εκτιμήσεις, μη χρήση GRI)	A
3.10	Αποτέλεσμα αναθεώρησης αποτελεσμάτων παλαιότερων Απολογισμών (π.χ. συγχωνεύσεις, περίοδος)	A
3.11	Σημαντικές διαφοροποιήσεις (πεδίο, όρια, μεθοδολογίες μέτρησης)	A
3.12	Πίνακας αναφοράς Standard Disclosures στον Απολογισμό	E-3
3.13	Πολιτικές και πρακτικές για Διασφάλιση	A

Διακυβέρνηση, Δεσμεύσεις και Συμμετοχή

4.1	Οργανωτική Δομή (επιτροπές ΔΣ, καθορισμός στρατηγικής)	Δ-5, I-2
4.2	Εκτελεστικός ρόλος Προέδρου ΔΣ	Δ-5
4.3	Ανεξάρτητα μη εκτελεστικά μέλη ΔΣ	Δ-5
4.4	Μηχανισμός επικοινωνίας μετόχων και εργαζομένων με ΔΣ	Δ-5
4.5	Σύνδεση αμοιβής ΔΣ, Διευθυντών κτλ. (και αποχώρησης) με επίδοση οργανισμού (συμπερ. TBL)	Δ-5, I-2
4.6	Διαδικασίες ΔΣ αποφυγής αντικρουόμενων συμφερόντων	Δ-5
4.7	Διαδικασία καθορισμού ΔΣ κατεύθυνσης σε θέματα TBL	Δ-5, I-2
4.8	Αποστολή, Κώδικες, Αρχές κτλ. συνδεδεμένα με TBL	VI-4
4.9	Διαδικασία ΔΣ παρακολούθησης θεμάτων TBL	Δ-5, I-2
4.10	Διαδικασία παρακολούθησης επίδοσης ΔΣ σε θέματα TBL	Δ-5
4.11	Δέσμευση και τρόπος εφαρμογής Αρχής της Πρόληψης	V-2,3
4.12	Συμμετοχή σε εξωτερικές αρχές, πρωτοβουλίες κτλ. που ασπάζεται ο οργανισμός	Δ-5
4.13	Συμμετοχή (διεθνής και τοπική) σε ενώσεις (έργα, διοικητικά κτλ)	Δ-5
4.14	Κατηγορίες Ενδιαφερομένων Μερών	I-4
4.15	Τρόπος αναγνώρισης Ενδιαφερομένων Μερών	I-4
4.16	Μέθοδοι διαλόγου (συχνότητα ανά κατηγορία και τρόπο)	I-4
4.17	Κύρια θέματα που τέθηκαν και τρόποι αντίδρασης οργανισμού	I-4

Πίνακας Δεικτών GRI

Δείκτης GRI	Ενότητα	Κάλυψη	Δείκτης GRI	Ενότητα	Κάλυψη
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ			EN20	III-6	M
Στόχοι και Επίδοση	II-1	Π	EN21		
Πολιτικές (δέσμευση)	II-1	Π	EN22	III-4	M
Επιπλέον Πληροφορίες (επιτυχίες, ελλείψεις, ρίσκα, ευκαιρίες)	II-1	Π	EN23		
Οικονομική επίδοση			EN24		
EC1	II-2	Π	EN25		
EC2	Γ, III-3	M	Προϊόντα & υπηρεσίες		
EC3			EN26	III-8	Π
EC4			EN27		
Παρουσία στην αγορά			Συμμόρφωση		
EC5			EN28	III-7	Π
EC6	IV-2	M	Μεταφορές		
EC7	VI-2	Π	EN29	III-3	M
Έμμεσες οικονομικές επιδράσεις			Γενικά		
EC8			EN30		
EC9			ΕΡΓΑΣΙΑ		
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			Στόχοι και Επίδοση		
Στόχοι και Επίδοση	III-1,8	Π	(σύνδεση με οικουμενικά σύμφωνα)	VI-1	Π
Πολιτικές (δέσμευση)	III-1	Π	Πολιτικές (δέσμευση, σύνδεση με οικουμενικά σύμφωνα)	VI-1	Π
Οργανωτική Ευθύνη (οργανωτική δομή)	II-1A	Π	Οργανωτική Ευθύνη (υψηλότερη ιεραρχικά θέση)	VI-1, I-2	Π
Εκπαίδευση και Ενημέρωση	III-8, VI-5	Π	Εκπαίδευση και Ενημέρωση	VI-6	Π
Παρακολούθηση και Ανασκόπηση (εφοδιαστική αλυσίδα, πιστοποιήσεις, επιθεωρήσεις)	III-7, IV-4	Π	Παρακολούθηση και Ανασκόπηση (εφοδιαστική αλυσίδα, πιστοποιήσεις, επιθεωρήσεις)	IV-2,4	Π
Επιπλέον Πληροφορίες (επιτυχίες, ελλείψεις, ρίσκα, ευκαιρίες)	III-1-8	Π	Επιπλέον Πληροφορίες (επιτυχίες, ελλείψεις, ρίσκα, ευκαιρίες)	VI-1	Π
Υλικά			Απασχόληση		
EN1			LA1	VI-2	Π
EN2			LA2	VI-2	Π
Ενέργεια			LA3	VI-6	Π
EN3	III-3	Π	Σχέσεις εργαζομένων & διαχείρισης		
EN4	III-3	M	LA4		
EN5			LA5		
EN6			Υγιεινή και Ασφάλεια		
EN7	III-8	M	LA6	VI-3	M
Νερό			LA7	VI-3	Π
EN8	III-5	M	LA8	VI-3	M
EN9			LA9	VI-7,3	M
EN10			Εκπαίδευση και επιμόρφωση		
Βιοποικιλότητα			LA10	VI-5	Π
EN11	III-2	M	LA11		
EN12	III-2	M	LA12	VI-5	M
EN13			LA13	VI-2	Π
EN14			LA14	VI-4	M
EN15			ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ		
Καυσαέρια, ρευστά απόβλητα, απόβλητα			Στόχοι και Επίδοση (σύνδεση με οικουμενικά σύμφωνα)	VI-1, IV-1	Π
EN16	III-3	Π			
EN17	III-3	M			
EN18					
EN19	III-6	M			

Δείκτης GRI	Ενότητα	Κάλυψη	Δείκτης GRI	Ενότητα	Κάλυψη
Πολιτικές (δέσμευση, σύνδεση με οικουμενικά σύμφωνα)	VI-2, VI-2,4	Π	ΠΡΟΪΟΝΤΑ		
Οργανωτική Ευθύνη			Στόχοι και Επίδοση	V-1	Π
(υψηλότερη ιεραρχικά θέση)	I-2	Π	Πολιτικές (δέσμευση)	V-1	Π
Εκπαίδευση και Ενημέρωση	IV-6	Π	Οργανωτική Ευθύνη		
Παρακολούθηση και Ανασκόπηση			(υψηλότερη ιεραρχικά θέση)	I-2	Π
(εφοδιαστική αλυσίδα, πιστοποιήσεις, επιθεωρήσεις)	VI-2, VI-2,4	Π	Εκπαίδευση και Ενημέρωση	VI-6	Π
Επιπλέον Πληροφορίες			Παρακολούθηση και Ανασκόπηση		
(επιτυχίες, ελλείψεις, ρίσκα, ευκαιρίες)	VI-2, VI-2,4	Π	(εφοδιαστική αλυσίδα, πιστοποιήσεις, επιθεωρήσεις)	V-1, IV-4	Π
Πρακτικές επενδύσεων & προμηθειών			Επιπλέον Πληροφορίες		
HR1	IV-2,4	M	(επιτυχίες, ελλείψεις, ρίσκα, ευκαιρίες)	V-1-7	Π
HR2	IV-2,4	M	Υγιεινή και Ασφάλεια πελατών		
HR3			PR1	V-2	M
Έλλειψη διακρίσεων			PR2	V-5,8	Π
HR4	VI-4	Π	Σήμανση		
Ελευθερία συνδικαλισμού & διαπραγματεύσεων			PR3	V-5	M
HR5	VI-7	M	PR4	V-8	M
Παιδική εργασία			PR5	V-7	Π
HR6	VI-7, IV-4	M	Επικοινωνία Marketing		
Εξαναγκασμένη και υποχρεωτική εργασία			PR6	V-6	M
HR7	VI-7, IV-4	M	PR7	V-8	M
Πρακτικές ασφάλειας			Απόρρητο πελατών		
HR8			PR8	VII-6	M
Αυτόχθονες			Συμμόρφωση		
HR9	VI-4	M	PR9	V-8	M
ΚΟΙΝΩΝΙΑ					
Στόχοι και Επίδοση	VII-1	Π			
Πολιτικές (δέσμευση)	VII-1	Π			
Οργανωτική Ευθύνη					
(υψηλότερη ιεραρχικά θέση)	I-2	Π			
Εκπαίδευση και Ενημέρωση	VI-5	Π			
Παρακολούθηση και Ανασκόπηση					
(εφοδιαστική αλυσίδα, πιστοποιήσεις, επιθεωρήσεις)	VII-2, VI-4	Π			
Επιπλέον Πληροφορίες					
(επιτυχίες, ελλείψεις, ρίσκα, ευκαιρίες)	VII-1-5	Π			
Κοινότητα					
SO1	VII-2-7	Π			
Διαφθορά					
SO2	VII-5,6	Π			
SO3	VII-5,6	M			
SO4	VII-5,6	Π			
Δημόσια πολιτική					
SO5	VII-5	Π			
SO6					
Αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά					
SO7	V-8, VII-6	M			
Συμμόρφωση					
SO8	V-8, VII-6	M			



A series of 18 horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for handwritten input.





Επιμέλεια κειμένων και στοιχείων: STREAM Management /www.stream-eu.com

