



Κάθε μέρα, υπεύθυνα





Περιεχόμενα

A. Ο ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	4	III. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	26	VI. ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	54
B. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	5	1. Εισαγωγή	26	1. Εισαγωγή	54
Γ. ΜΗΝΥΜΑ ΤΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΟΝΤΟΣ	6	2. Βιοποικιλότητα	28	2. Απασχόληση	56
ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ		3. Ενέργεια και Μεταφορές	29	3. Υγεία και Ασφάλεια	57
Δ. Η ΕΤΑΙΡΙΑ	8	4. Κατανάλωση και Διαχείριση Υλικών	33	5. Επιμόρφωση και Ανάπτυξη	58
1. Η Carrefour	8	5. Νερό	35	4. Ηθική και Αξιοκρατία	59
2. Ο Όμιλος Carrefour	9	6. Αέριοι Ρύποι και Στοιβάδα Όζοντος	35	6. Ικανοποίηση και Παροχές	61
3. Προϊόντα	10	7. Συμμόρφωση	36	7. Σχέσεις και Συνδικαλισμός	63
4. Δίκτυο	11	8. Ευαισθητοποίηση Κοινού	36		
5. Διακυβέρνηση	12			VII. ΚΟΙΝΩΝΙΑ	64
		IV. ΑΓΟΡΕΣ	38	1. Εισαγωγή	64
I. ΔΙΟΙΚΗΣΗ	14	1. Εισαγωγή	38	2. Προϊοντική Υποστήριξη	
1. Εισαγωγή	14	2. Επιλογή	40	Κοινωνικά Παντοπωλεία	66
2. Οργάνωση	16	3. Συνεργασία	40	3. Χορηγική Υποστήριξη	67
3. Ουσιαστικότητα	17	4. Έλεγχος	41	4. Καταπολέμηση Διαφθοράς	68
4. Κοινωνικοί Εταίροι	19			5. Δημόσια Πολιτική	69
5. Συμμετοχές και Αναγνώριση	21	V. ΠΡΟΪΟΝΤΑ	42	6. Ηθικός Ανταγωνισμός	69
		1. Εισαγωγή	42	7. Εθελοντισμός	69
II. ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	22	2. Υγεία και Ασφάλεια	44		
1. Εισαγωγή	22	3. Υγιεινή Διατροφή	46	E. ΣΥΝΟΨΗ	70
2. Οικονομική Επίδοση	24	4. Τιμολόγηση	49	1. Περιληπτικά Στοιχεία,	
3. Οικονομική Επίδραση	24	5. Σήμανση	50	Επίδοση και Στόχοι	70
4. Παρουσία στην Αγορά	25	6. Υπεύθυνη Επικοινωνία	51	2. Ορολογία	78
		7. Σχέσεις Πελατών	52	3. Πίνακες GRI και Global Compact	79
		8. Συμμόρφωση	53		

ΣΥΜΒΟΛΑ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ



Επισημαίνονται
Στόχοι για το 2011



Επισημαίνονται
Επιτεύγματα
για το 2011



Επισημαίνονται
Παραδείγματα
Καλών Πρακτικών



Επισημαίνονται Συγκρίσεις
στην επίδοση της
Carrefour σε σχέση με
τον Όμιλο για το 2010



Επισημαίνονται Θέματα
Προβληματισμού και Διαλόγου.



Α. Ο Απολογισμός

Καλώς ήρθατε στον 2ο ετήσιο Απολογισμό Βιώσιμης & Υπεύθυνης Ανάπτυξης που εκδίδει η Carrefour Μαρινόπουλος. 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 G3.1, 2011) του Global Reporting Initiative (GRI).
- Για τις αρχές, το Global Compact των Ηνωμένων Εθνών.
- Για την παρουσίαση ποσοτικών στοιχείων του Απολογισμού, το RADAR Card του EFQM

Πεδίο Απολογισμού

Ο Απολογισμός 2010 της Carrefour Μαρινόπουλος αναφέρεται στην περίοδο 1/1/2010-31/12/2010 (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 διανομής (franchise).

Στοιχεία Απολογισμού

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

- Περιέχει, κατά κανόνα, ποσοτικά στοιχεία για την τριετία 2008-2010.
- Περιέχει στοιχεία από άμεση μέτρηση, ενώ όπου γίνεται εκτίμηση, αυτό αναφέρεται ρητά.
- Τα στοιχεία που παρουσιάζονται έχουν συλλεχθεί εσωτερικά, είτε με σκοπό τη δημοσίευση σε αυτό τον Απολογισμό, είτε για δημοσίευση στον Απολογισμό του Ομίλου.

Τα στοιχεία συλλέγονται κυρίως μέσω του ηλεκτρονικού συστήματος ENABLON του Ομίλου, ελέγχονται από τους υπεύθυνους των στοιχείων, ενώ, στη συνέχεια, έλεγχος γίνεται και από το Τμήμα Εταιρικής Υπευθυνότητας.

Αξιολόγηση Απολογισμού

Σε σχέση με τις κατευθυντήριες οδηγίες «Sustainability Reporting Guidelines» (έκδοση G3.1, 2011) του Global Reporting Initiative (GRI) ο Απολογισμός βρίσκεται σε συμφωνία κατά επίπεδο «B».

GRI Report Application Level		C	C+	B	B+	A	A+
STANDARD DISCLOSURES	G3 Profile Disclosures OUTPUT	Report on 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8,3.10-3.12 4.1-4.4,4.14-4.15	Report Externally Assured	✓	Report Externally Assured	Same as requirement for level B	Report Externally Assured
	G3 Managements Approach Disclosures OUTPUT	Not Required		✓		Management Approach Disclosures for each Indicator Category	
	G3 Performance Indicators & Sector Supplement Performance Indicators OUTPUT	Report on minimum of 10 Performance indicators, including at least one from each of: Economic, Social and Environmental		✓		Report on each core G3 and Sector Supplement* Indicator with due regard to the Materiality Principle by either: a) reporting on the Indicator or b) explaining the reason for this omission	

Β. Επικοινωνία

Εάν έχετε σκέψεις, σχόλια ή προτάσεις παρακαλούμε επικοινωνήστε με την: κα **Αγγελική Μοσάκου**, Διευθύντρια Επικοινωνίας Carrefour Μαρινόπουλος Α.Ε. Αγ. Δημητρίου 63, Άλιμος 17 456 E-mail: susdevgreece@carrefour.com





Γ. Μήνυμα του Διευθύνοντος Συμβούλου

Αγαπητοί Φίλοι,

Ο Όμιλος Carrefour Μαρινόπουλος, με ηγετική παρουσία τα τελευταία 20 χρόνια στην Ελλάδα, έχει καταφέρει να δημιουργήσει το πιο ισχυρό εμπορικό δίκτυο, με 550 καταστήματα και ταυτόχρονα μία σημαντική ανθρώπινη δύναμη με 11.500 εργαζομένους σε όλη τη χώρα.

Για εμάς, στον Όμιλο Carrefour Μαρινόπουλος, η επιχειρηματική μας φιλοσοφία γίνεται συνώνυμο της συνειδητής μας συνεισφοράς σε μια Υπεύθυνη και Βιώσιμη κοινωνία. Εξάλλου, η διαχρονική μας πορεία, φανερώνει τον υπεύθυνο ρόλο που διατηρούμε απέναντι στο περιβάλλον που μας φιλοξενεί, την κοινωνία που μας έχει ανάγκη, τους εργαζομένους που απασχολούμε, τους προμηθευτές και κοινωνικούς εταίρους με τους οποίους συνεργαζόμαστε. Όλα αυτά τα χρόνια, επιλέγουμε συνειδητά να αφήνουμε το δικό μας ξεχωριστό κοινωνικό αποτύπωμα, βελτιώνοντας ακόμη περισσότερο τη θέση που μας αναλογεί στο υγιές «επιχειρείν».

Είναι ο δεύτερος χρόνος, που η προσπάθεια όλων μας για Αειφόρο Ανάπτυξη και Εταιρική Υπευθυνότητα καταγράφεται στον Κοινωνικό Απολογισμό του 2010, σε πλήρη συνάρτηση με τα όσα προβλέπει το διεθνές πρότυπο GRI.

Το 2010, ήταν μια σημαντική χρονιά για την Carrefour Μαρινόπουλος, καθώς παρά την κορύφωση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και τις δυσοίωνες συνθήκες στην εγχώρια αγορά, συνεχίσαμε συστηματικά την υλοποίηση του στρατηγικού μας πλάνου, επενδύοντας στο αναπτυξιακό μας όραμα. Στον Απολογισμό που εκδίδουμε για δεύτερη χρονιά παρουσιάζουμε όλα τα πεδία δράσεων στα οποία εστιάζουμε ως Όμιλος. Έχοντας επίγνωση των συνθηκών μέσα στις οποίες δραστηριοποιούμαστε, οφείλουμε όχι μόνο να ενεργούμε υπεύθυνα, αλλά και να διαχέουμε τις υπεύθυνες πρακτικές μας τόσο στους συνεργάτες, όσο και στους πελάτες μας.

Αδιαπραγμάτευτος στόχος μας παραμένει η υπεύθυνη λειτουργία που υιοθετούμε διαχρονικά και ο σταθερός προσανατολισμός στις αξίες και τις προτεραιότητες του Ομίλου. Θα συνεχίσουμε να ανταποκρινόμαστε με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο στην κάλυψη των διαρκώς αυξανόμενων καταναλωτικών αναγκών, αξιοποιώντας τις νέες ευκαιρίες που δημιουργούνται στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Στο πλαίσιο της κοινής μας δέσμευσής για έναν καλύτερο τρόπο ζωής, κάθε μέρα, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα μέλη και τους συνεργάτες της μεγάλης οικογένειας του Ομίλου Carrefour Μαρινόπουλος, που για ακόμη μια χρονιά, ο καθένας ξεχωριστά με τις δικές του δυνάμεις, συνέβαλλε αποφασιστικά στη διαφύλαξη της σταθερής μας ανάπτυξης.

Jerome Loubere

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.

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. Η εταιρία περιλαμβάνει στα καταστήματα 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 επίκεντρο 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 Αθήνου.
- 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.
- 2009**
Έκδοση του πρώτου Απολογισμού Βιώσιμης & Υπεύθυνης Ανάπτυξης.
- 2010**
Έναρξη απορρόφησης του δικτύου καταστημάτων της DIA Ελλάς.



Μετοχική Σύθεση

Η μετοχική σύθεση της εταιρίας την 31/12/2010 ήταν:

50% ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ
ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

50% CARREFOUR S.A.



Σημαντικές Αλλαγές

Η εταιρία, σε συνέχεια της σχετικής έγκρισης από την αρμόδια Επιτροπή Ανταγωνισμού, ανακοίνωσε τον Ιούλιο ότι προχωρά στην απορρόφηση της εταιρίας DIA Ελλάς και στην ενσωμάτωση του δικτύου καταστημάτων της στο ήδη υπάρχον δίκτυο καταστημάτων της.





2. Όμιλος CARREFOUR

Ο Όμιλος Carrefour (Όμιλος) ιδρύθηκε πριν από 46 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 15.000 καταστήματα σε 34 χώρες και πάνω από 475.000 εργαζόμενους, καθιστώντας τον Όμιλο έναν από τους 10 μεγαλύτερους ιδιώτες εργοδότες παγκοσμίως.

» Περισσότερες πληροφορίες στο www.carrefour.com

3. ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σήμερα, η Carrefour Μαρινόπουλος διαθέτει πάνω από 100.000 επώνυμα προϊόντα 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
	2009	2010	
 Επώνυμα (Branded)	81,5%	79,4%	Προϊόντα επώνυμων εταιριών που πωλούνται στα καταστήματά μας, με την επωνυμία των εταιριών αυτών.
 Φρέσκα	20,3%	20,3%	Λαχανικά, κρέατα, τυριά, ψαρικά κτλ.
 Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour (Private Label)	19%	20,7%	Προϊόντα που παράγονται σε συνεργασία με επιλεγμένους προμηθευτές και πωλούνται με την επωνυμία «Carrefour».
 Βιολογικά	1,4%	0,66%	Βιολογικά προϊόντα (είτε φρέσκα, είτε Ιδιωτικής Ετικέτας «Carrefour»).

Ειδικά τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας «Carrefour» χωρίζονται στις παρακάτω υπο - κατηγορίες:



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, παραδοσιακά και βιολογικά).



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



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



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: αντιλιακά, καλλυντικά, είδη περιποίησης μαλλιών, βαφές, αφρόλουτρα κλπ. Όλα αναπτύσσονται με τις πιο σύγχρονες μεθόδους της κοσμετολογίας, είναι δερματολογικά ελεγμένα και υφίστανται σε πολύ αυστηρούς ελέγχους από τις πρώτες ύλες έως τα τελικά προϊόντα.



Τα προϊόντα "Ποιοτική Οδός" 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.



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 αλλά και τις δικές μας προδιαγραφές.

4. ΔΙΚΤΥΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Τα είδη καταστημάτων

Το δίκτυο της Carrefour Μαρινόπουλος αριθμούσε στις 31/12/2010 συνολικά 272 ιδιόκτητα καταστήματα και 188 καταστήματα δικαιόχρησης (franchise) στις παρακάτω κατηγορίες:



Τα υπερμάρκετ «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.



Τα καταστήματα «Carrefour Μαρινόπουλος» διαθέτουν ευρεία γκάμα επώνυμων αλλά και ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων (διατροφής, ρουχισμού, ηλεκτρικών συσκευών, μικρο-συσκευών, εποχιακών ειδών). Εκτείνονται σε επιφάνεια από 600 έως 1.200 τ.μ.



Τα «Carrefour Express» είναι καταστήματα της γειτονιάς, που φέρουν όλη τη δυναμική του ομίλου, εκφράζοντας ένα νέο, μοντέρνο τρόπο αγορών.



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

Το δίκτυο δικαιόχρησης στην Ελλάδα

Το ελληνικό μοντέλο δικαιόχρησης (franchising) Carrefour Μαρινόπουλος 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 πάνω από 4.500 καταστήματα franchise σε Γαλλία, Βέλγιο, Ιταλία, Ισπανία, Πολωνία, Βραζιλία και Ελλάδα.

Η ανάπτυξη της εταιρίας στον τομέα της δικαιόχρησης, ξεκίνησε στην Ελλάδα τον Ιούνιο του 2003, εγκαινιάζοντας το πρώτο κατάστημα «5' Μαρινόπουλος». Κατά τη διάρκεια του 2010 εγκαινιάστηκαν 8 νέα καταστήματα franchise, καθιστώντας την Carrefour Μαρινόπουλος έναν από τους μεγαλύτερους franchisor στην Ελλάδα.

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

5. ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

Διοικητικό Συμβούλιο

Η Carrefour Μαρινόπουλος ακολουθεί τις σχετικές πρακτικές που ακολουθεί και ο Όμιλος με βάση διεθνή πρότυπα, όσον αφορά στην 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 και το Καταστατικό της εταιρίας.
- 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.

Μέλος Δ.Σ.

Ιδιότητα

Λεωνίδα Μαρινόπουλος	Πρόεδρος Δ.Σ.
Jerome Loubere	Αντιπρόεδρος Δ.Σ./Διευθύνων Σύμβουλος
Carrefour Nederland B.V	Μέλος - Εκπρόσωπος ο κ. Lars Olofsson
Julian M. Saez Martinez	Μέλος
Southmed Investments Ltd	Μέλος - Εκπρόσωπος ο κ. Patrick Armand
Carrefour S.A.	Μέλος - Εκπρόσωπος ο κ. Thomas Hübner
Παναγιώτης Ι. Μαρινόπουλος	Μέλος
Patrice Lespagnol	Μέλος
Παναγιώτης Δ. Μαρινόπουλος	Μέλος

*Στοιχεία Σεπτεμβρίου 2011



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 Δικτύου, Δημοσίων Σχέσεων & Franchise
- Οικονομική Διεύθυνση
- Διεύθυνση Αγορών
- Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι 4 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.

Κίνδυνοι και Ευκαιρίες Βιώσιμης Ανάπτυξης

Θέματα	Κίνδυνοι	Ευκαιρίες
Κανονιστικά	Πιθανές νέες απαιτήσεις για συσκευασίες	Το μέγεθός μας δημιουργεί οικονομίες κλίμακας
Περιβαλλοντικά	Μείωση κατανάλωσης προϊόντων Διαθεσιμότητα πρώτων υλών	Λανσάρισμα νέων προϊόντων φιλικότερων στο περιβάλλον
Οικονομικά	Επισφάλειες λόγω οικονομικής κρίσης	Περιορισμός στη χρήση πόρων δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα



Ι. ΔΙΟΙΚΟΥΜΕ συστηματικά τη Βιώσιμη & Υπεύθυνη Ανάπτυξη

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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

107B
Το μέγεθός μας
μέλη Επιτροπής
Βιώσιμης & Υπεύθυνης
Ανάπτυξης
τομείς δράσης
επίπεδο συμφωνίας
με τις οδηγίες GRI

Η κύρια ευθύνη μας

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



Η ανταπόκρισή μας

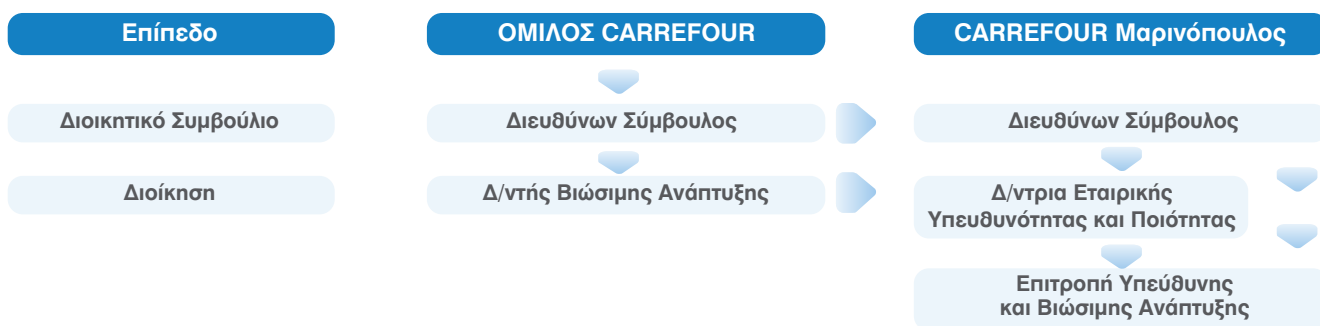
- Δημιουργούμε τις κατάλληλες Οργανωτικές Δομές
- Χειριζόμαστε τη Βιώσιμη & Υπεύθυνη Ανάπτυξη με συστηματικό τρόπο
- Εστιάζουμε σε ποσοτικά στοιχεία και αποτελέσματα
- Διεξάγουμε διάλογο με τους Κοινωνικούς μας Εταίρους (Stakeholders)
- Διεξάγουμε έρευνα για την κατανόηση προσδοκιών
- Είμαστε μέλη διεθνών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

2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ

Δημιουργούμε τις κατάλληλες Οργανωτικές Δομές

Σε επίπεδο Ομίλου, η Διεύθυνση Βιώσιμης Ανάπτυξης του Ομίλου συνεργάζεται σε όλες τις χώρες με τους συντονιστές Βιώσιμης Ανάπτυξης, για να προωθηθούν σχετικές πολιτικές και προγράμματα. Σε συνεργασία με τα λειτουργικά τμήματα της εταιρίας (π.χ. τεχνικές υπηρεσίες, ποιότητα, ανθρώπινο δυναμικό), επιφορτίζονται με την ανάπτυξη της πολιτικής βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία προσαρμόζεται στο τοπικό πλαίσιο. Η Διεύθυνση Βιώσιμης Ανάπτυξης του Ομίλου συντονίζει αυτό το δίκτυο με την οργάνωση τακτικών συνεδριάσεων και τηλεδιασκέψεων των αντιπροσώπων με τους συντονιστές σε όλες τις χώρες.

Παράλληλα, τοπικά στην Ελλάδα, η Carrefour Μαρινόπουλος έχει δημιουργήσει οργανωτικές δομές για τη διαχείριση της Βιώσιμης & Υπεύθυνης Ανάπτυξης, όπως περιγράφεται στο παρακάτω σχήμα. Η οργανωτική αυτή δομή χρησιμοποιείται και για τη συγκέντρωση στοιχείων για την αναφορά της επίδοσης της εταιρίας προς τον Όμιλο και τους μετόχους, που γίνεται με μη-ανοιχόμενο σύστημα κάθε τρεις μήνες.



Από το τέλος του 2010 δημιουργήθηκε Τμήμα Εταιρικής Υπευθυνότητας, ο Διευθυντής του οποίου αναφέρεται απευθείας στον Διευθύνοντα Σύμβουλο. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η Επιτροπή Βιώσιμης και Υπεύθυνης Ανάπτυξης, που έχει τη συνολική ευθύνη για την επίδοση της εταιρίας στον τομέα, με τα Μέλη της να έχουν αναλάβει συγκεκριμένες υπευθυνότητες ανά τομέα δράσης, όπως περιγράφονται στις αντίστοιχες Ενότητες του Απολογισμού αυτού.

Τίτλος	Κύρια υπευθυνότητα (εστίαση σε ενότητα του απολογισμού)
Διευθύνων Σύμβουλος, Πρόεδρος Επιτροπής	(Όλοι οι τομείς / Οικονομία)
Δ/ντρια Εταιρικής Υπευθυνότητας & Ποιότητας	Μέλος (Συνολικός Συντονισμός / Περιβάλλον / Διοίκηση)
Δ/ντής Ανάπτυξης Δικτύου & Δημοσίων Σχέσεων & Franchise	Μέλος (Κοινωνία)
Δ/ντρια Επικοινωνίας	Μέλος (Κοινωνία)
Δ/ντής Υπερμάρκετ Carrefour	Μέλος
Δ/ντής Σουπερμάρκετ Carrefour Μαρινόπουλος	Μέλος
Δ/ντής Αγορών	Μέλος (Αγορές / Προϊόντα)
Δ/ντής Ανθρώπινου Δυναμικού	Μέλος (Εργαζόμενοι)
Δ/ντρια Marketing	Μέλος



3. ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Εντάσσουμε τη Βιώσιμη & Υπεύθυνη Ανάπτυξη στην εταιρική Στρατηγική

Προκειμένου να ενσωματωθεί η Βιώσιμη και Υπεύθυνη Ανάπτυξη στη λειτουργία της εταιρίας, ήδη έχει δρομολογηθεί η ένταξη σχετικής ενότητας στην Επιχειρηματική Στρατηγική 2012-2014, τόσο του Ομίλου, όσο και της Carrefour Μαρινόπουλος στην Ελλάδα. Η Στρατηγική αυτή συμπεριλαμβάνει μακροπρόθεσμους (με ορίζοντα μέχρι το 2020) και βραχυπρόθεσμους (με ορίζοντα μέχρι το 2012) ποσοτικούς στόχους, για τις ενότητες Περιβάλλον, Προμηθευτές, Προϊόντα, Κοινωνία κτλ., οι οποίοι και παρουσιάζονται στις σχετικές ενότητες του Απολογισμού αυτού.

Θέτουμε στόχους Βιώσιμης & Υπεύθυνης Ανάπτυξης με συστηματικό τρόπο

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



● ΔΙΟΙΚΗΣΗ

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

● ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

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

● ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Στόχος μας είναι να συμβάλουμε στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

● ΑΓΟΡΕΣ

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

● ΠΡΟΪΟΝΤΑ

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

● ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

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

● ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στόχος μας είναι να υποστηρίζουμε 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.

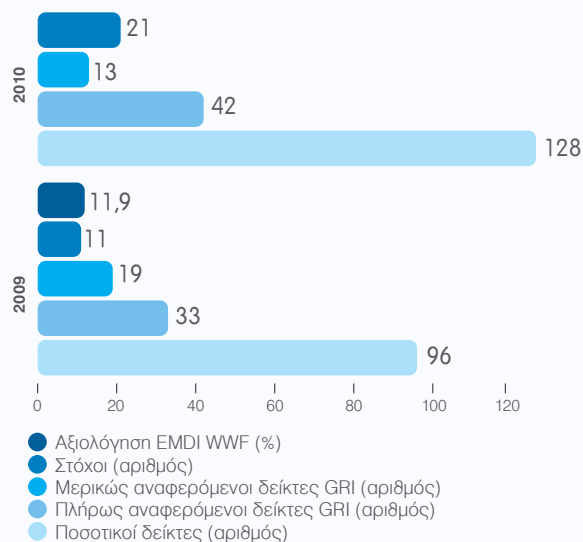


Εστιάζουμε σε ποσοτικά στοιχεία και αποτελέσματα

Σκοπός της εταιρίας είναι να περιλαμβάνει και να δημοσιοποιεί ολοένα 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 128 ποσοτικούς δείκτες συνολικά και σε 55 δείκτες GRI συγκεκριμένα, ήδη στο δεύτερο Απολογισμό που εκδίδει.



Ποσοτικά στοιχεία στον Απολογισμό



ΣΤΟΧΟΣ

Να αυξήσουμε κατά 10% τον αριθμό των ποσοτικών δεικτών στους οποίους κάνουμε αναφορά στον Απολογισμό μας.

4. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΕΤΑΙΡΟΙ

Διεξάγουμε διάλογο με τους Κοινωνικούς μας Εταίρους (Stakeholders)

Ως Κοινωνικούς Εταίρους (Stakeholders) ορίζουμε όλους όσους άμεσα ή έμμεσα συνδέονται, επηρεάζουν 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
Προμηθευτές (Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour)	<ul style="list-style-type: none"> • Συναντήσεις • Διεξαγωγή κοινών προγραμμάτων
Προμηθευτές	<ul style="list-style-type: none"> • Συναντήσεις • Συμμετοχή σε κλαδικές ενώσεις • Διεξαγωγή κοινών προγραμμάτων
Τοπικές Κοινωνίες Επίσημες Αρχές	<ul style="list-style-type: none"> • Συναντήσεις • Διοργάνωση επισκέψεων • Συζήτηση με εκπροσώπους των αρχών σε εθνικό και τοπικό επίπεδο
Περιβάλλον	<ul style="list-style-type: none"> • Συμμετοχή σε οργανισμούς και ενώσεις • Έρευνες
Όμιλος	<ul style="list-style-type: none"> • ΜΚΟ • Συναντήσεις ανώτερων στελεχών • Υιοθέτηση και υλοποίηση αρχών και πολιτικών • Ομάδα Βιώσιμης Ανάπτυξης
ΕΜΜΕΣΟΙ	
Συλλογικά Όργανα Πολίτες ΜΜΕ	<ul style="list-style-type: none"> • Συμμετοχή • Καθημερινή επαφή • 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 βαθμό 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.



5. ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

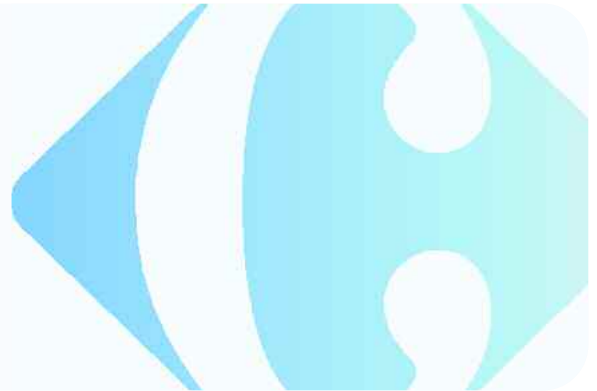
Είμαστε μέλη διεθνών και εθνικών οργανισμών

Ο Όμιλος Carrefour (και κατ' επέκταση η Carrefour Μαρινόπουλος 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 το οποίο δεσμεύεται να διασφαλίζει την εφαρμογή των αρχών της ILO (International Labor Organization), σε όλες τις χώρες που δραστηριοποιείται.

Επίσης αποτελεί μέλος των παρακάτω εννέα χρηματιστηριακών δεικτών SRI:

- 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 Μαρινόπουλος δεν είναι αυτοσκοπός, 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. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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.





Το μέγεθός μας

1,87 δισ.€ κύκλος εργασιών

102 εκατ. € πληρωμές σε φόρους

211 εκατ. € πληρωμές για εργαζόμενους

53 εκατ. € επενδύσεις

Η εστίασή μας
Οικονομική
Ανάπτυξη

Η κύρια ευθύνη μας

Να συμβάλουμε στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας

Η ανταπόκρισή μας

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



2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΔΟΣΗ

Επιτυγχάνουμε οικονομικά αποτελέσματα

Η Carrefour Μαρινόπουλος αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες του ιδιωτικού τομέα στην Ελλάδα, με σχεδόν €1,9 δισεκ. κύκλο εργασιών και πάνω από 11.000 εργαζόμενους σε όλη τη χώρα. Παρακάτω αποτυπώνονται τα κυριότερα οικονομικά αποτελέσματα της εταιρίας για τα έτη 2008, 2009 και 2010.

Οικονομικά στοιχεία	2008	2009	2010
Κύκλος εργασιών (χωρίς ΦΠΑ) (€)	1.994.599.708	1.934.652.270	1.875.672.328
Κέρδη προ φόρων (€)	25.162.058	6.208.918	(84.848.330)
Κέρδη μετά από φόρους (€)	19.039.423	320.413	(73.477.707)
Εταιρικοί φόροι (€)	19.783.435	25.800.853	25.489.192
Συνολικοί φόροι (συμπεριλ. ΦΠΑ) (€)	86.230.067	100.695.433	102.133.519,32
Πληρωμές προμηθευτών (€)	1.801.620.165	1.783.880.331	1.946.816.000
Κόστος εργαζομένων (€)	197.963.446	207.308.761	211.087.511
Επενδύσεις (€)	52.102.750	42.379.413	53.707.334

3. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ

Δημιουργούμε οικονομική αξία για τους Κοινωνικούς μας Εταίρους

Η Carrefour Μαρινόπουλος, 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 περισσότερους από 2.000 προμηθευτές της (με τη μορφή αγορών), στους πάνω από 11.000 εργαζομένους της (με την μορφή μισθών, παροχών και ασφαλιστικών εισφορών) και στο κράτος (με την μορφή φόρων), συνεισφέροντας με τον τρόπο αυτό στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, αλλά και των τοπικών αγορών στις οποίες δραστηριοποιείται η Carrefour Μαρινόπουλος. Έτσι, μόνο μέσα στο 2010 δόθηκαν πάνω από € 211 εκατ. στους εργαζόμενους, πάνω από € 1.946 εκατ. σε προμηθευτές (κυρίως εγχώριους), πάνω από € 102 εκατ. σε φόρους και έγιναν επενδύσεις πάνω από € 53 εκατ.



✓ Δώσαμε πάνω από 200 εκατ. € σε εργαζόμενους, πάνω από 1,9 δισ. € σε προμηθευτές και πάνω από 100 εκατ. € σε φόρους.

4. ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

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 τον λόγο αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό ότι κατά τη διάρκεια του 2010 εγκαινιάστηκαν 8 νέα καταστήματα franchise (συνολικά 188), με αποτέλεσμα να ξεπερνούν πλέον τις 900 οι έμμεσα δημιουργημένες θέσεις εργασίας στους franchisees της Carrefour Μαρινόπουλος.

Παράλληλα, η εταιρία συνεισφέρει στην εμπορική επιτυχία και βιωσιμότητα των καταστημάτων franchise, μέσω πολιτικής 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.



● Μείωση χρήσης υλικών

III. Μειώνουμε την επίδρασή μας στο ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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 δέματα.

Για το λόγο αυτό, υιοθετούμε μία προληπτική προσέγγιση αντιμετώπισης των περιβαλλοντικών προκλήσεων, παίρνοντας 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

301,2 χιλ. κυβικά νερό

230,9 GWh ηλεκτρικής
ενέργειας

250,1 χιλιάδες τόνους CO₂

315,1 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 τα είδη υπό εξαφάνιση
- Χρησιμοποιούμε φιλικά προς το περιβάλλον υλικά
- Ελέγχουμε το συνολικό κλιματικό μας αποτύπωμα
- Μειώνουμε το κλιματικό αποτύπωμα από τη διανομή προϊόντων
- Μειώνουμε το κλιματικό αποτύπωμα από τη 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



Να βελτιωθούμε κατά 10% στην αξιολόγηση Environmental Management & Disclosure Index του WWF

2. ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ

Τα τελευταία 50 χρόνια, περίπου το 60% των οικοσυστημάτων έχουν διαταραχθεί από ανθρώπινες δραστηριότητες. Σε παγκόσμια κλίμακα, το 70% των ειδών κλωρίδας είναι, είτε απειλούμενο, είτε τελεί υπό εξαφάνιση, ενώ, ο ρυθμός μείωσης της βιοποικιλότητας αυξάνεται συνεχώς. 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 είδη υπό εξαφάνιση

Σε επίπεδο Ομίλου, η Carrefour έχει σταματήσει προοδευτικά την αλίευση ψαριών που απειλούνται από εξαφάνιση, κυρίως, λόγω εκτεταμένης υπεραλίευσης (ειδικά πληθυσμών νεαρής ηλικίας). Έτσι, μετά από σταδιακή μείωση της ποσότητας Μεσογειακού Γαλαζόπτερου 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, ελαττώνοντας 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.

Για το λόγο αυτό, η Carrefour Μαρινόπουλος προχώρησε και στην Ελλάδα στην εισαγωγή 3 αλιευτικών προϊόντων σε κατεψυγμένα ψάρια, πιστοποιημένων από τον Ανεξάρτητο Συμβούλιο Προστασίας και Διαχείρισης Αλιείας (Marine Stewardship Council).

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 συγκεκριμένος οργανισμός, ορίζει τους όρους και τις αρχές που πρέπει να τηρούνται, ώστε ένα δάσος να είναι αναnevώσιμο, με αποτέλεσμα η ύπαρξη του εμπορικού του σήματος πάνω σε προϊόντα να στοιχειοθετεί μια υπεύθυνη διαχείριση του φυσικού αυτού πόρου.

Επίσης, η Carrefour σταμάτησε το 2006 την προμήθεια επίπλων κήπου από teck, λόγω της καταστροφικής υπερεκμετάλλευσης 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 στην λίστα IUCN.



Να μην προωθούμε είδη αλιείας σε κίνδυνο, μέχρι το 2015.

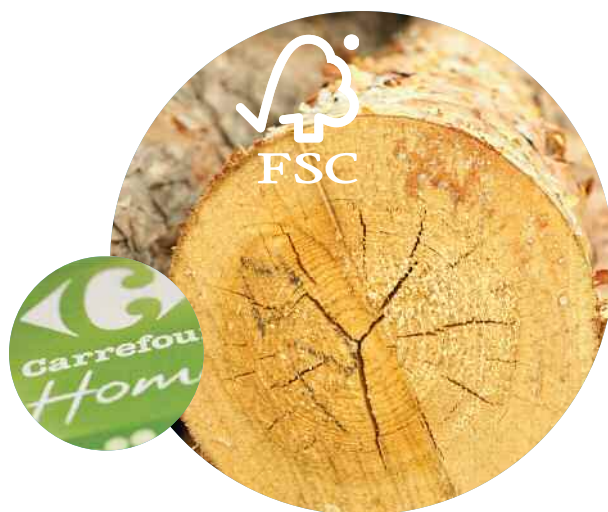
(Στόχος Ομίλου)

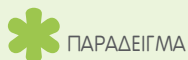
Να προέρχεται το 100% της ξυλείας για έπιπλα κήπου από ξυλεία πιστοποιημένη κατά FSC.

(Στόχος Ομίλου)

Να περιέχουν τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour μόνο πιστοποιημένο για βιωσιμότητα φοινικέλαιο, μέχρι το 2015.

(Στόχος Ομίλου)





ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα «ECOPLANET»

Καθαριστικά-Χαρτιά

Η εταιρία αναγνωρίζοντας την τάση για χρήση πιο φιλικών στο περιβάλλον προϊόντων, αλλά σκοπεύοντας και στην ευαισθητοποίηση των καταναλωτών, έχει εισάγει σειρά 15 προϊόντων καθαριστικών και χαρτιού Ιδιωτικής Ετικέτας με το όνομα ECOPLANET Carrefour στα καταστήματά της, τα οποία είναι φιλικότερα προς το περιβάλλον από ότι τα κοινά καθαριστικά και χαρτιά.

Όλα τα προϊόντα φέρουν την πιστοποίηση της Ε.Ε. Ecolabel, ενώ οι πρώτες ύλες φέρουν επίσης πιστοποιητικά από ανεξάρτητους φορείς πιστοποίησης (FSC, κλπ), με αποτέλεσμα όλα τα προϊόντα ECOPLANET να:

- Ικανοποιούν αυστηρά όρια στη χρήση επικίνδυνων ουσιών.
- Έχουν μικρότερη επίπτωση στο υδρόβιο περιβάλλον.
- Διαθέτουν υψηλά επίπεδα βιοαποικοδόμησης.
- Έχουν περιορισμένα απόβλητα συσκευασίας.



Παιχνίδια

Η σειρά παιχνιδιών ECOPLANET αποτελείται από πρώτες ύλες ξύλο και μπαμπού. Το ξύλο είναι πιστοποιημένο με FSC και το μπαμπού είναι φυτό το οποίο αναπτύσσεται ταχύτατα, γεγονός που επιτρέπει τη μικρότερη εξάντληση φυσικών πόρων. Η συσκευασία της σειράς αξιοποιεί ανακυκλώσιμα υλικά όπως PET και χαρτόνι. Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται έχουν ως βάση το νερό, συμβάλλοντας στην καλύτερη ποιότητα του ατμοσφαιρικού αέρα, αφού περιορίζουν την εκπομπή πτητικών οργανικών ενώσεων.

Προϊόντα βαμβακιού

Η Carrefour Μαρινόπουλος το 2010 ανέπτυξε σειρά 19 προϊόντων λευκών ειδών, όπου το συμβατικό βαμβάκι αντικαταστάθηκε από οργανικό βαμβάκι, περιορίζοντας τη χρήση φυτοφαρμάκων και χημικών ουσιών, ενώ για τη συσκευασία των προϊόντων αυτών χρησιμοποιείται ανακυκλωμένο και FSC χαρτί. Τα προϊόντα είναι πιστοποιημένα από την OEKO TEX.



3. ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Ελέγχουμε το συνολικό μας κλιματικό αποτύπωμα

Η κατανάλωση ενέργειας και οι μεταφορές εκλύουν 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. Σε αυτό απεικονίζονται τόσο οι άμεσες εκπομπές CO₂ (εκπομπές που προκύπτουν από καύσεις υγρών και στερεών καυσίμων στα κτήρια και οχήματά μας), όσο και οι έμμεσες εκπομπές (λόγω κατανάλωσης ηλεκτρισμού). Η συνολική επιβάρυνση από τις εκπομπές CO₂ λόγω όλων των πηγών ενέργειας φτάνει τους 250.069,4 τόνους.



Να μειώσουμε τις εκπομπές CO₂ κατά 40%, μέχρι το 2020 σε σχέση με τα επίπεδα του 2009.

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

(Στόχος Ομίλου)

Μειώνουμε το κλιματικό αποτύπωμα από την κατανάλωση ενέργειας

Καθώς το 2009 είχε σημειωθεί αύξηση των εκπομπών CO₂, η εταιρία προσπάθησε και πέτυχε το 2010 να μειώσει τις συνολικές εκπομπές CO₂ κατά 4,8% και τις ειδικές εκπομπές κατά 9,6%, όπως αυτές εκφράζονται σε κιλά CO₂ ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας.

✓ **Μειώσαμε τις συνολικές εκπομπές CO₂ από ηλεκτρισμό και καύσιμα κατά 4,8% και ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 9,6%.**

Μειώνουμε το κλιματικό αποτύπωμα από τη διανομή προϊόντων

Τα προϊόντα της εταιρίας διανέμονται, σε όλα τα σημεία πώλησης στην Ελλάδα, με τρεις τρόπους: ιδιότητα φορτηγά αυτοκίνητα, φορτηγά Δ.Χ. συνεργατών ιδιοχρηστών και ιδιοφορτώσεις από πελάτες. Η διακίνηση των προϊόντων για τις δύο πρώτες κατηγορίες πραγματοποιείται βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών, που περιλαμβάνουν το βέλτιστο σχεδιασμό των διαδρομών.

✓ **Πετύχαμε την 1η επίδοση από 18 θυγατρικές Carrefour στον κόσμο, στον δείκτη μεταφορών.**

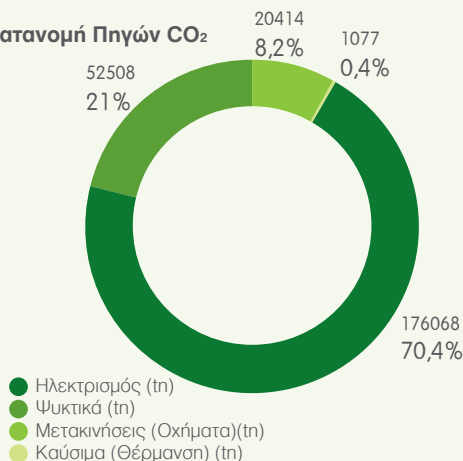
Έχουμε την χειρότερη επίδοση από 18 θυγατρικές Carrefour στον κόσμο, στις εκπομπές CO₂ ανά παλέτα.

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 το 2009.

Οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, τόσο συνολικά, όσο και ανά μονάδα μεταφερόμενων παλετών, σημείωσε μείωση της τάξης του 1,8% και 0,6% αντίστοιχα.

✓ **Μειώσαμε τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από μεταφορές κατά 1,8% και ανά μεταφερόμενη παλέτα κατά 0,6%.**

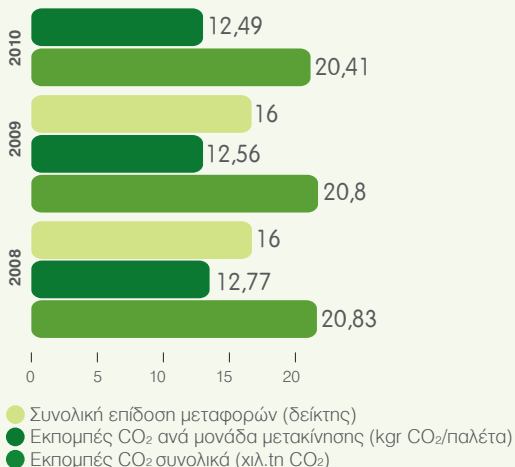
Κατανομή Πηγών CO₂



Εκπομπές CO₂ - Ηλεκτρική ενέργεια και Καύσιμα

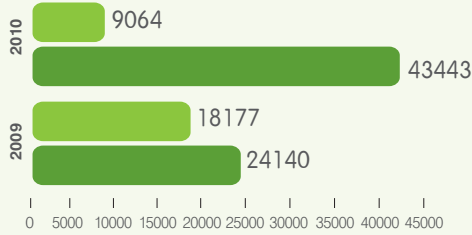


Εκπομπές CO₂ - Μεταφορές





Εκπομπές CO₂ - Ψυκτικά Υγρά



- Αέρια θερμοκηπίου ψυκτικών υγρών εκτός Κιότο (tn CO₂)
- Αέρια θερμοκηπίου ψυκτικών υγρών Κιότο (tn CO₂)



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 παρακάτω, 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.).

Μειώνουμε 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 60% αποδοτικότεροι,
- 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, στη γκάμα των προϊόντων της, ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές με ενεργειακή σήμανση A και A+, που χαρακτηρίζονται από σημαντικά βελτιωμένη ενεργειακή αποδοτικότητα.



✓ Μειώσαμε την κατανάλωση ενέργειας κατά 4,2% και ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 6,6%.

○ Να μειώσουμε την κατανάλωση ενέργειας ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 30%, μέχρι το 2020, σε σχέση με το 2004. (Στόχος Ομίλου)

Παρακάτω, απεικονίζεται η συνολική κατανάλωση ενέργειας της εταιρίας. Παρατηρείται μία μείωση της τάξεως του 4,2% στη συνολική κατανάλωση ενέργειας και καυσίμων, ενώ, η κατανάλωση ενέργειας ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας μειώθηκε περίπου κατά 6,6%.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά στην κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας από το ηλεκτρικό δίκτυο, παρατηρείται μία μείωση της τάξης του 5% σε απόλυτα μεγέθη, καθώς επίσης και κατά 7,3% ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας.

✓ Μειώσαμε την κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας κατά 5% και ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 7,3%.



ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Συνεργασία με τη WWF Ελλάς

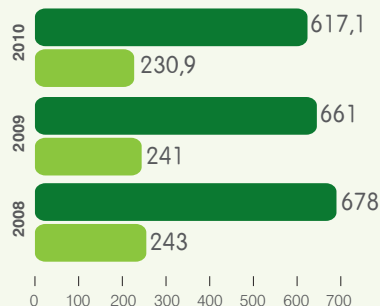


Το 2009, η εταιρία ξεκίνησε συνεργασία με την περιβαλλοντική οργάνωση WWF Ελλάς για τη διενέργεια καταγραφής του ενεργειακού και κλιματικού αποτυπώματος τριών αντιπροσωπευτικών καταστημάτων σε Αττική, Γλυφάδα, Αμπελόκηπους και Χαλάνδρι. Βάσει των πορισμάτων των σχετικών ενεργειακών επιθεωρήσεων, θα ληφθούν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

Συγκεκριμένα, για το κατάστημα του Χαλανδρίου, η εταιρία δεσμεύεται και στοχεύει σε 30% μείωση 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. Στον εξωτερικό χώρο του καταστήματος, τοποθετήθηκε Κέντρο Αναποδοτικής Ανακύκλωσης για χαρτί, γυαλί και αλουμίνιο, καθώς και σημείο συλλογής ηλεκτρικών συσκευών και μπαταριών προς ανακύκλωση.

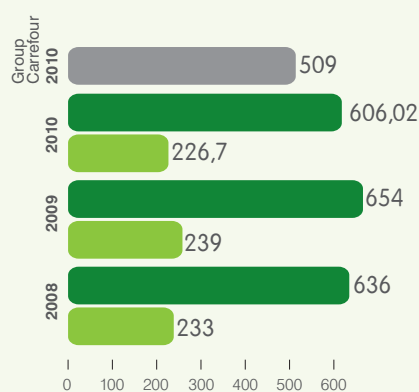


Κατανάλωση Ενέργειας - Ηλεκτρική Ενέργεια και Καύσιμα



- Δείκτης κατανάλωσης ενέργειας ανά τετραγωνικό μέτρο (KWh/m²)
- Κατανάλωση ενέργειας (GWh)

Κατανάλωση Ενέργειας - Ηλεκτρική Ενέργεια

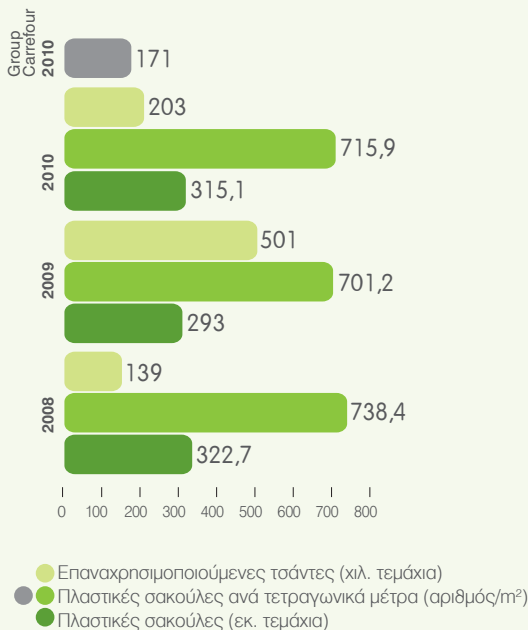


- Δείκτης κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας ανά τετραγωνικό μέτρο KWh/m²
- Κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας (GWh)

Σημείωση: Λόγω επανακαθορισμού του χρονικού σημείου υπολογισμού της επιφάνειας από τον Όμιλο, η κατανάλωση ανά τετραγωνικό μέτρο άλλαξε αναδρομικά για το 2009.



Πλαστικές Σακούλες



Σημείωση: Οι πλαστικές σακούλες για το 2010 αφορούν σε όλα τα καταστήματα, ενώ έχει γίνει αναδρομικά αλλαγή στα σχετικά στοιχεία του 2008 και 2009.



Είχαμε τέσσερις φορές μεγαλύτερη κατανάλωση σε σακούλες, από τον μέσο όρο του Ομίλου, που ήταν 171 σακούλες ανά m².

4. ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΥΛΙΚΩΝ

Μειώνουμε τα υλικά συσκευασίας

Τα τελευταία χρόνια, η Carrefour προσπαθεί συστηματικά να ελαττώσει το βάρος των συσκευασιών των προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας "Carrefour". Σε επίπεδο Ομίλου, αυτό μεταφράζεται σε περισσότερους από 13.000 τόνους μικρότερου όγκου συσκευασίας των 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.

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 σακουλών 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 αλλά και η Ελλάδα, έχουν ευαισθητοποιηθεί από το συγκεκριμένο μέτρο και προσφέρουν πλέον 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 τον λόγο αυτό, η Carrefour Μαρινόπουλος έχει εισάγει από το 2006 τις επαναχρησιμοποιούμενες τσάντες, οι οποίες έχουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- Μειώνουν τη χρήση της πλαστικής σακούλας, ελαττώνοντας 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 σημαντικότερη αύξηση της τάξης του 7,5% της συνολικής ποσότητας διανεμηθέντων πλαστικών σακουλών.

✓ **Αυξήθηκε κατά 7,5% η διάθεση σε πλαστικές σακούλες.**

○ **Να μην διανέμουμε πλαστικές σακούλες μιας χρήσης, μέχρι το 2012.** (Στόχος Ομίλου)

Να προχωρήσουμε το 2011 σε ανάλυση του κύκλου ζωής των σακουλών που διαθέτουμε.



Μειώνουμε και ανακυκλώνουμε 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 τα απορρίμματα που σχετίζονται με τις δραστηριότητες του κλάδου λιανεμπορίου ακολουθούν την παρακάτω κατηγοριοποίηση:

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

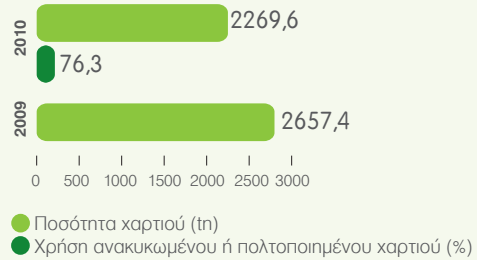
Μέσα στο 2010, η εταιρία κατάφερε να μειώσει κατά 14,5% τη χρήση χαρτιού για εμπορικούς σκοπούς (διαφημιστικά φυλλάδια, προωθητικό υλικό κτλ.), το οποίο και αποτελεί το σημαντικότερο, σχεδόν αποκλειστικό, λόγο κατανάλωσης χαρτιού. Παράλληλα, σημαντικό είναι ότι το 76,3% του χαρτιού αυτού προέρχεται, είτε από ανακυκλωμένο χαρτί, είτε από ξυλεία πιστοποιημένη κατά FSC.

✓ Μειώσαμε τη χρήση χαρτιού για εμπορικούς σκοπούς κατά 14,5%, ενώ, το 76,3% προέρχεται από ανακυκλωμένο χαρτί ή/και από ξυλεία FSC.

○ Να προέρχεται το 100% του χαρτιού που χρησιμοποιείται για εμπορικούς σκοπούς, από ανακυκλωμένες ή πιστοποιημένες πηγές, μέχρι το 2012.
(Στόχος Ομίλου)

Με την εγκατάσταση press containers η εταιρία μπόρεσε να υπερδιπλασιάσει την ποσότητα χαρτιού και χαρτονιών που αποστέλλονται για ανακύκλωση, υλικά που αποτελούν και το σημαντικότερο παραπροϊόν της δραστηριότητάς μας.

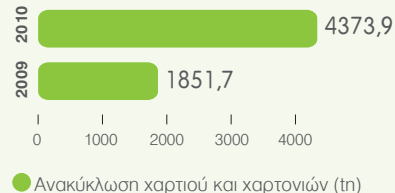
Χρήση Χαρτιού



✓ Υπερδιπλασιάσαμε την ποσότητα χαρτιού και χαρτονιών που ανακυκλώσαμε.



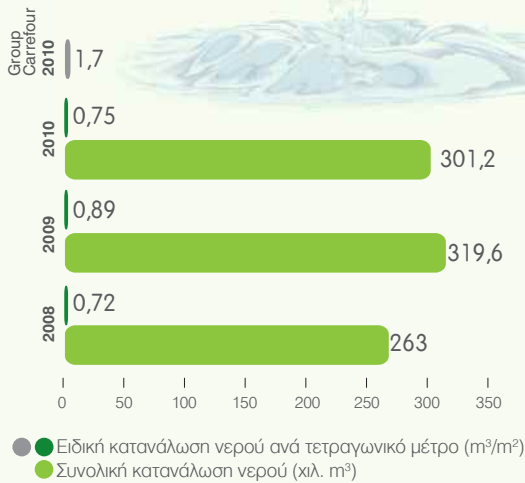
Ανακύκλωση Χαρτιού και Χαρτονιών



○ Να ανακυκλώνουμε το 70% των απορριμμάτων, μέχρι το 2020.
(Στόχος Ομίλου)



Κατανάλωση Νερού



5. ΝΕΡΟ

Ελέγχουμε την κατανάλωση νερού

Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της διεθνούς περιβαλλοντικής οργάνωσης WWF, η χώρας μας έρχεται δεύτερη παγκοσμίως στην κατά κεφαλή κατανάλωση νερού, με την μέση ετήσια κατανάλωση να είναι 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 παρακάτω. Παρατηρείται μείωση, τόσο στη συνολική κατανάλωση νερού, όσο και στην ειδική κατανάλωση ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας, κατά 5,8% και 15,7%, αντίστοιχα.



Μειώσαμε τη χρήση νερού κατά 5,8% και ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 15,7%.



Πετύχαμε κατανάλωση κατά 56% καλύτερη από τον μέσο όρο του Ομίλου, που είναι 1,7 m³/m².

6. ΑΕΡΙΟΙ ΡΥΠΟΙ & ΣΤΟΙΒΑΔΑ ΟΖΟΝΤΟΣ

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 των καταστημάτων της. 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 της δράσης αυτής απεικονίζεται στον πίνακα αριστερά. Κατά το έτος 2010, μειώθηκε η συνολική ποσότητα ψυκτικών υγρών που χρησιμοποιήθηκαν κατά 0,74%, αλλά και η αντίστοιχη ειδική ποσότητα ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 5,2%. Επίσης, παρατηρείται μείωση στο συνολικό ODP (Ozone Depleting Potential) κατά 50,1%, που σημαίνει ότι η δυνητική επίδραση των ψυκτικών υγρών που χρησιμοποιεί η εταιρία ελαττώθηκε σημαντικά.



Μειώσαμε τη δυνητική επίδραση των ψυκτικών υλικών που χρησιμοποιούμε κατά 50,1%.

	2008	2009	2010
R22 (HCFC) (kgr):	12.784	10.043	5.008
R404 (HFC) (kgr):	5.449	6.155	11.077

Επίδραση στη Στοιβάδα Όζοντος



7. ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ

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 2010 η εταιρία δεν κατηγορήθηκε για παραβίαση περιβαλλοντικής νομοθεσίας, ενώ, δεν της επιβλήθηκε κανενός είδους σχετικό πρόστιμο.

8. ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ

Ανακύκλωση

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

- 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 σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους έξω από τα καταστήματα.
- Οι καταναλωτές που ανακυκλώνουν, παραλαμβάνουν εκπαιδευτικά κουπόνια που μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν στις αγορές τους.
- Εγκαταστήσαμε σύστημα ανακύκλωσης χαρτιού σε όλα τα καταστήματα, τις αποθήκες και τα γραφεία.

Ενδεικτικά, μόνο το 2010 ανακτήθηκαν:

- 119 τόνοι ΑΗΗΕ (Απόβλητα Ηλεκτρικού και Ηλεκτρονικού Εξοπλισμού), έναντι 112 τόνων το 2009.
- 1.780 κιλά λαμπτήρες.
- 13 τόνοι οικιακές μπαταρίες, που αντιστοιχούν σε περίπου 500.000 τεμάχια, ποσότητα αυξημένη κατά 27% σε σχέση με το 2009. Αξίζει να σημειωθεί ότι, η ποσότητα αυτή αντιστοιχεί στο 2,1% των συνολικών οικιακών μπαταριών που συλλέχτηκαν στην Ελλάδα το 2010.
- 12.162.507 συσκευασίες ή 6.491,8 τόνοι από τις οποίες ανακτήθηκαν:
 - > 2.805.989 πλαστικές συσκευασίες ή 140,3 tn πλαστικού. Έτσι, δεν θα εκλυθούν στην ατμόσφαιρα 102.699 κιλά αερίων που δημιουργούνται με την παραγωγή του πλαστικού και συμβάλλουν στο φαινόμενο του θερμοκηπίου.
 - > 4.336.926 αλουμινένιες συσκευασίες ή 65 tn αλουμινίου. Έτσι, δεν θα γίνει εξόρυξη 297.296 κιλών βωξίτη, ενώ, εξοικονομήθηκαν 45.537 κιλά πετρελαίου, που θα χρησιμοποιούνταν για την παραγωγή της ενέργειας που απαιτείται για τη δημιουργία του αλουμινίου.
 - > 4.095.244 λευκοσιδηρές συσκευασίες ή 225,2 tn λευκοσιδήρου.



Υποστηρίζουμε
ενέργειες
ευαισθητοποίησης
του κοινού

✿ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

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 τον νέο μεγάλο κήπο στην καρδιά του Χαλανδρίου. Για τα παιδιά της γειτονιάς δημιουργείται μία ολοκαίνουρια πλατεία 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, τα 40 decibel έχουν οριστεί ως ανώτατο όριο ακουστικής όχλησης.

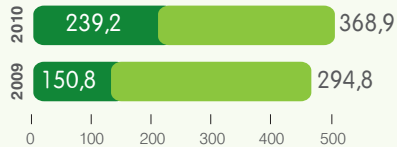
Παράλληλα, η εταιρία μεριμνά και για το υποβαθμισμένο, στην Ελλάδα, θέμα της φωτορρύπανσης με αποτέλεσμα να έχει θεσπιστεί πολιτική «σβησίματος φώτων» σε όλα τα καταστήματα, τόσο στους εσωτερικούς όσο και στους εξωτερικούς χώρους.



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 2010.



Πωλήσεις Λαμπτήρων Εξοικονόμησης



- Ιδιωτικές ετικέτας (χιλ. τεμάρια)
- Επώνυμα (χιλ. τεμάρια)

> 924.348 γυάλινες συσκευασίες ή 263,4 τn γυαλιού. Έτσι, δεν θα καταναλωθεί η άμμος των υδροβιοτόπων, από την οποία παράγεται το γυαλί, ενώ, εξοικονομήθηκαν 3.161 κιλά πετρέλαιο, που θα χρησιμοποιούνταν για την παραγωγή ενέργειας με σκοπό τη δημιουργία του γυαλιού.

> 5.797,7 τn χαρτιού. Έτσι, δεν θα κοπούν περισσότερα από 98.561 δέντρα, ενώ, εξοικονομήθηκαν 753.704 κιλά πετρελαίου, που θα χρησιμοποιούνταν για την παραγωγή της ενέργειας που απαιτείται για τη δημιουργία του χαρτιού.

Βοηθάμε τους καταναλωτές να λειτουργούν πιο υπεύθυνα



ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ηλεκτρονικό κατάστημα

Το πρωτοποριακό ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας τέθηκε σε λειτουργία το 2009, 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 που περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες ειδών που χρειάζεται ένα νοικοκυριό για την καθημερινή λειτουργία του (προϊόντα παντοπωλείου, φρέσκα, κατεψυγμένα, ηλεκτρονικές και ηλεκτρικές συσκευές, κλπ). Προφανώς τα οφέλη και για το περιβάλλον είναι σημαντικά, αφού εξαλείφονται οι επιπτώσεις που επιφέρει η μετακίνηση των πελατών προς το κατάστημα, αλλά και η λειτουργία των καταστημάτων.

Η προτίμηση των καταναλωτών είναι εμφανής, δεδομένου ότι ο αριθμός των επισκεπτών της ιστοσελίδας, μέσα στους δώδεκα τελευταίους μήνες υπερδιπλασιάστηκε, ενώ ο αριθμός των παραγγελιών σημείωσε αύξηση της τάξης του 50%.



Εξοικονόμηση Ενέργειας

Η Carrefour Μαρινόπουλος διαθέτει πλήρη γκάμα από λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας, με τον όγκο των σχετικών πωλήσεων να σημειώνει αύξηση κατά περισσότερο από 40% μέσα στο 2010, κυρίως, λόγω των προωθητικών ενεργειών που πραγματοποιήθηκαν, όπως η «Εβδομάδα Ανανεώσιμης Ενέργειας».

Σκοπός της «Εβδομάδας Ανανεώσιμης Ενέργειας», που διοργάνωσε η Ευρωπαϊκή Ένωση από 22 έως 26 Μαρτίου 2010, 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, ενώ έγιναν αποδέκτες προσφορών:

- Προσέφερε όλους τους λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας με έκπτωση 20%.
- Πρότεινε 65 προϊόντα χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης (ηλεκτρικές συσκευές και απορρυπαντικά).
- Παρείχε απλές και χρήσιμες συμβουλές για ενεργειακή εξοικονόμηση.

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 κατά 58% και αποτελούν πλέον το 39,3% των συνολικών λαμπών εξοικονόμησης ενέργειας που πωλούνται, από 28,4% το 2009.

IV. Επηρεάζουμε την αλυσίδα ΑΓΟΡΩΝ μας

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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

Η κύρια ευθύνη μας
Να συνεισφέρουμε
στην υπεύθυνη λειτουργία
των προμηθευτών με τους
οποίους συνεργαζόμαστε

Το μέγεθός μας

2.000 προμηθευτές
90,8% αγορές
από Ελλάδα

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. ΕΠΙΛΟΓΗ

Επιλέγουμε τους Προμηθευτές μας

Οι προμηθευτές της εταιρίας διαχωρίζονται σε 4 μεγάλες κατηγορίες:

- τους προμηθευτές προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour,
- τους προμηθευτές φρέσκων / νωπών προϊόντων (λαχανικών, κρεάτων, τυροκομικών, αλλαντικών, φρούτων, προϊόντων αρτοποιίας),
- τους προμηθευτές επώνυμων προϊόντων (δικής τους Μάρκας),
- 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 Ιδιωτικής Ετικέτας δεν μπορεί να γίνει εάν δεν έχει γίνει προέγκριση από τη Διεύθυνση Ποιότητας της εταιρίας.

Δίνουμε προτεραιότητα σε Τοπικούς Προμηθευτές

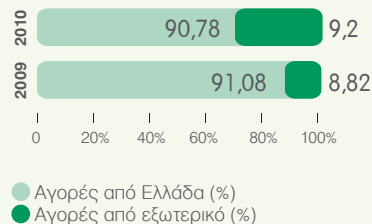
Για τα προϊόντα της πρώτης και δεύτερης κατηγορίας (που αφορούν φρέσκα και Ιδιωτικής Ετικέτας) η Carrefour Μαρινόπουλος δίνει προτεραιότητα σε τοπικούς προμηθευτές (δηλαδή σε τοπικούς παραγωγούς στην Ελλάδα). Με τον τρόπο αυτό οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αλλά και μικρο-παραγωγοί γίνονται τμήμα της ανάπτυξης της εταιρίας, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό στη δύσκολη σημερινή οικονομική εποχή. Εκτός από την ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης, η εταιρία, παράλληλα, προστατεύει τον πλανήτη από εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, που αναπόφευκτα συνεπάγεται η διακίνηση προϊόντων σε μεγάλη απόσταση. Το 2010 το ποσοστό των προμηθειών τροφίμων που έγιναν από εγχώριους προμηθευτές (συμπεριλαμβανομένων και εισαγωγών από τοπικούς προμηθευτές) διατηρήθηκε πάνω από τα δύο τρίτα των συνολικών αγορών, 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 81,2%.

3. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

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 τους. Παράλληλα, έγινε

Τοπικοί Προμηθευτές



Το ποσοστό των προμηθειών τροφίμων που έγιναν από εγχώριους προμηθευτές (συμπεριλαμβανομένων και εισαγωγών από τοπικούς προμηθευτές) διατηρήθηκε πάνω από τα 90% των συνολικών αγορών.



Να προτιμάμε τοπικούς προμηθευτές για προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour. (Στόχος Ομίλου)



Επιθεώρηση Προμηθευτών (Φρέσκων και Ιδιωτικής Ετικέτας)



κατάρτιση του προσωπικού των Αγοραστών, δημιουργήθηκε ένα διεθνές δίκτυο με 12 συντονιστές, ενώ σχετική απαίτηση προστέθηκε ως παράρτημα στις εμπορικές συμβάσεις της εταιρίας. Το 2010 ειδικοί ελεγκτές προχώρησαν σε επιθεωρήσεις 20 επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην παρασκευή μη τροφίμων που πωλούνται από τον Όμιλο. Ακολουθώντας την παραπάνω λογική, η Carrefour Μαρινόπουλος και στην Ελλάδα οργάνωσε εκπαίδευση πάνω από 100 προμηθευτών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας «Carrefour», προκειμένου να υποστηρίχουν 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.

Ενδεικτικό της δέσμευσης της εταιρίας είναι ότι σε συνάντηση με τους 300 μεγαλύτερους προμηθευτές μας με τίτλο «Πάμε Μπροστά», ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας έκανε ειδική αναφορά στη στρατηγική της Carrefour στα θέματα Βιώσιμης και Υπεύθυνης Ανάπτυξης, με στόχο τη διάχυση της έννοιας, αλλά και τον επηρεασμό της αλυσίδας αγορών.



✓ Διακόψαμε τη συνεργασία με 27 προμηθευτές μετά από επιθεώρησή τους για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Na διαθέσουμε στους προμηθευτές Ιδιωτικής Ετικέτας εργαλείο αυτοαξιολόγησης σε θέματα Βιώσιμης Ανάπτυξης.

Na χρησιμοποιεί το 100% των προμηθευτών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour εργαλείο αυτοαξιολόγησης, μέχρι το 2012.
(Στόχος Ομίλου)

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

4. ΕΛΕΓΧΟΣ

Αξιολογούμε την περιβαλλοντική επίδοση των Προμηθευτών μας

Οι προμηθευτές μας ανέρχονται σε περισσότερους από 2.000 σε όλη την Ελλάδα και η Carrefour Μαρινόπουλος αναγνωρίζει το ρόλο που μπορεί και πρέπει να παίξει στην προώθηση των αρχών της βιώσιμης και υπεύθυνης ανάπτυξης στην αλυσίδα αγορών της. Για το λόγο αυτό, η εταιρία διεξάγει επιθεωρήσεις προμηθευτών, στις οποίες αξιολογεί θέματα όπως η ασφάλεια και υγιεινή, η ποιότητα κτλ. Σε περίπτωση αποτελέσματος κάτω από δεσμοδετημένο ποσοτικό όριο αξιολόγησης, η εταιρία διακόπτει τη συνεργασία με τον προμηθευτή (αφού δοθεί χρονικό περιθώριο συμμόρφωσης), όπως έγινε σε 27 περιπτώσεις το 2010 και 21 περιπτώσεις το 2009.

Αξιολογούμε την επίδοση των Προμηθευτών μας στα ανθρωπίνια δικαιώματα

Από το 1997 ο Όμιλος έχει συνεργαστεί στενά με τη Διεθνή Ομοσπονδία Ανθρώπινων Δικαιωμάτων (FIDH) προκειμένου να ενισχυθεί ο έλεγχός 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 και όρων απασχόλησης.
- Διασφάλιση ίσων ευκαιριών.

Ν. Προσφέρουμε ΠΡΟΪΟΝΤΑ με ποιότητα και ασφάλεια

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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

Η κύρια ευθύνη μας

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

Το μέγεθός μας

10 εκατ. Πελάτες
200 τοπικοί προμηθευτές
668 βιολογικά προϊόντα
23 προϊόντα «Ποιοτική Οδός»

Η ανταπόκρισή μας

- Εφαρμόζουμε την Αρχή της Πρόληψης
- Ελέγχουμε την καταλληλότητα των προϊόντων και ιδιαίτερα των τροφίμων
- Διαχειριζόμαστε προληπτικά αποθέματα
- Προσφέρουμε Βιολογικά προϊόντα
- Προσφέρουμε Ποιοτικά προϊόντα
- Προσφέρουμε προϊόντα χωρίς γλουτένη
- Προσφέρουμε ειδικά προϊόντα
- Προσφέρουμε προϊόντα χαμηλού κόστους
- Ακολουθούμε πολιτική συνέπειας στις τιμές μας
- Παρέχουμε πληροφορίες στους πελάτες
- Διαφημίζουμε τα προϊόντα μας με υπευθυνότητα
- Προσφέρουμε προϊόντα Υπεύθυνου Εμπορίου
- Παρακολουθούμε την ικανοποίηση των Πελατών μας
- Δίνουμε πρόσβαση στους Πελάτες μας
- Συμμορφωνόμαστε με το κανονιστικό πλαίσιο

2. ΥΓΕΙΑ & ΑΣΦΑΛΕΙΑ

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 - Καλλυντικά> Η αρχή της πρόληψης είναι μια από τις βασικές αρχές της πολιτικής του Ομίλου που εξασφαλίζει την ασφάλεια και την ποιότητα προϊόντων απορρυπαντικών και καλλυντικών 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, βλέπε Ενότητα III-2).

Γενετικής Τροποποιημένα Προϊόντα> Από το 1998 η ο Όμιλος προσφέρει προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας χωρίς χρήση γενετικής τροποποιημένων υλικών. 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 απαραίτητα οι πελάτες να το γνωρίζουν, τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour «Ποιοτική Οδός» είναι 100% ελεύθερα από γενετικής 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 γενετικής τροποποιημένες ύλες, σε οποιοδήποτε στάδιο της παραγωγικής τους διαδικασίας (και άρα δεν φέρουν σήμανση ότι προέρχονται από γενετικής 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 γενετικής 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).



Na μν έχουν τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour γενετικής τροποποιημένα συστατικά. (Στόχος Ομίλου)





Αυξήσαμε κατά 25% τον αριθμό των ελέγχων σε προϊόντα μας, σε σχέση με το 2009.

Έλεγχος Προϊόντων κατηγορίας Ιδιωτικής Ετικέτας και φρέσκων το 2010

Κατηγορίες προϊόντων	Αριθμός ελέγχων προϊόντων	Μη συμμορφώσεις
Ιδιωτικής Ετικέτας	3.710	17
Φρέσκα	782	8
Ποιοτική Οδός	94	0

Ελέγχουμε την καταλληλότητα των προϊόντων και ιδιαίτερα των τροφίμων

Η Carrefour Μαρινόπουλος 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 τα 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 απόσυρση των προϊόντων.
- Διενεργούμε επιθεωρήσεις στα καταστήματα μας, κατά τη διάρκεια των οποίων ελέγχουμε μεταξύ άλλων και θέματα υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων, όπως ικνηλασιμότητα, ανάλυση κινδύνων κτλ.

Μέσα στο 2010 το σύνολο των ελέγχων προϊόντων που έγιναν έφτασε τους 4.586, αυξημένοι κατά 25% σε σχέση με τους 3.673 ελέγχους το 2009.

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 Μαρινόπουλος, 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 κατανάλωσης τους.
- Υπάρχει ελαττωματική συσκευασία (π.χ. διαρροές).
- Έχουν καταστραφεί κατά τη διακίνηση (φορτοεκφόρτωση, μεταφορά).
- Υπάρχει ακαταλληλότητα με βάση τον έλεγχο ποιότητας.

Έτσι, για τη 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 2010 έγιναν συνολικά 197 προληπτικές αποσύρσεις προϊόντων από την εταιρία για λόγους ασφαλείας.

3. ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

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 γενετικώς 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 2010 δεν παρουσιάστηκε καμία περίπτωση στους ελέγχους, όπου ο χαρακτηρισμός «βιολογικό» ήταν λανθασμένος.

Η εταιρία διαθέτει σχεδόν 600 κωδικούς βιολογικών τροφίμων στους πελάτες της, από τους οποίους σχεδόν οι 100 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 34% (από 73 που ήταν το 2009, σε 98 το 2010) και κατά 72% σε χρηματική αξία. Ιδιαίτερα σημαντικό ήταν:

- Το λανσάρισμα 11 νέων κωδικών στη σειρά φρέσκων βιολογικών προϊόντων Ιδιωτικής ετικέτας (με πωλήσεις 140.000 τεμάχια).
- Το λανσάρισμα 19 κωδικών λευκών ειδών, με οργανικό βιολογικό βαμβάκι (με πωλήσεις € 200.000).



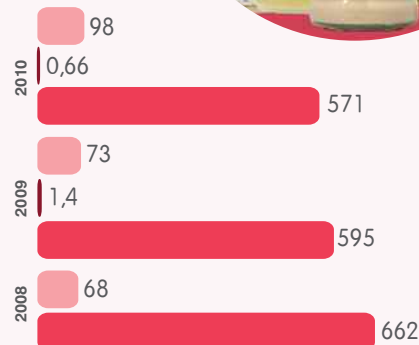
Προχωρήσαμε σε 197 προληπτικές αποσύρσεις προϊόντων από τα ράφια μας για λόγους ασφαλείας.



Να ενεργοποιήσουμε το σύστημα CARREFOUR ALERT NET στην Ελλάδα.



Βιολογικά Προϊόντα



- Αριθμός Βιολογικών προϊόντων - Ιδιωτικής Ετικέτας (αριθμός)
- Ποσοστό πωλήσεων Βιολογικών τροφίμων στο σύνολο πωλήσεων τροφίμων (%)
- Αριθμός Βιολογικών προϊόντων - Επώνυμων (αριθμός)



Η Carrefour Μαρινόπουλος στην Ελλάδα έχει την 8η θέση σε αριθμό Βιολογικών Προϊόντων Ιδιωτικής ετικέτας από όλες τις θυγατρικές της Carrefour στον κόσμο.

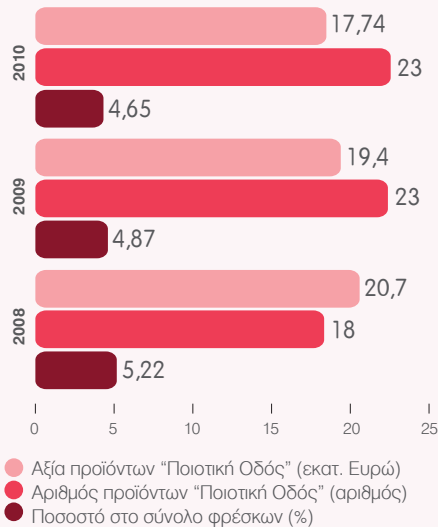


Αυξήθηκε η διάθεση βιολογικών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour κατά περισσότερο από 34% σε κωδικούς και 72,4% σε χρηματική αξία.

Σε κάθε χίλια τρόφιμα που πωλούνται στα καταστήματά μας, τα 6 είναι βιολογικά και τα μισά από αυτά είναι Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour.



Προϊόντα "Ποιοτική Οδός"



- Το λανσάρισμα του γάλακτος υψηλής παστερίωσης Carrefour BIO (με αύξηση πωλήσεων 231% σε σχέση με το 2009).

Το λανσάρισμα της φέτας Carrefour BIO και 2 βιολογικών κρασιών Carrefour.

Θα πρέπει να σημειωθεί βέβαια, ότι η ανταπόκριση του κοινού, παρόλο που είναι αυξανόμενη, παραμένει μικρή, καθώς σήμερα μόλις το 0,66% των συνολικών πωλήσεων τροφίμων της εταιρίας είναι βιολογικά προϊόντα.

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:

- σταθερές μακροχρόνιες συνεργασίες με τον αγροτικό τομέα, με στόχο τη διατήρηση της παράδοσης και της τοπικής δραστηριότητας,
- κατάλληλη τιμή για όλους, η οποία εγγυάται στους παραγωγούς δίκαιη ανταμοιβή για τη συνεισφορά τους στην ποιότητα και στους πελάτες σωστή σχέση ποιότητας / τιμής,
- 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 εταιρία Αγγελάκης.
- Χαλβάς με την εταιρία ΜΕΖΑΠ.
- 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 Zagorin με τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Ζαγοράς Πηλίου.

- Ροδάκινα και νεκταρίνια Βέροιας με τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Βέροιας Venus Growers.
- Ακτινίδιο με την εταιρία ZEYS AKTINIDIA.
- Φέτα δοχείο με τις εταιρίες Αφοι Ρίζου ΟΕ και Σ.Πατσίκας και ΣΙΑ ΟΕ.
- Ανθότυρο με την εταιρία Ρούσσας ΑΕ.
- Ελιές Καλαμών με τη MEDOLIO ΑΕ.
- Πέστροφα με τα ιχθυοτροφεία Χόχλας-Κορώνης.
- Πορτοκάλι και κλημεντίνες με την TEGEA FRUIT.
- Σταφύλι σουλτανίνα με την TEGEA FRUIT.
- Γραβιέρα Νάξου με την Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου.
- Γίγαντες και φασόλια Πρεσπών με την ομάδα παραγωγών "Πιλοτική Προσπάθεια Πρεσπών".
- Πατάτες Κύπρου από τον προμηθευτή ROHA Κοκκινόχωριών Κύπρου.

Αποτέλεσμα είναι ότι η εταιρία διαθέτει 23 κωδικούς προϊόντων «Ποιοτική Οδός Carrefour», που αντιστοιχούν στο 4,65% 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.

Προσφέρουμε προϊόντα χωρίς γλουτένη

Η Carrefour πρωτοπόρησε λανσάροντας σειρά 16 προϊόντων χωρίς γλουτένη, που έχουν σχεδιαστεί ειδικά για άτομα που πάσχουν από κοιλιοκάκη, δηλαδή δυσανεξία στη συγκεκριμένη πρωτεΐνη που περιέχεται στα δημητριακά (σιτάρι, κριθάρι, σίκαλη και βρώμη).

Είναι η πρώτη φορά που μια αλυσίδα σούπερ μάρκετ διαθέτει στο καταναλωτικό κοινό προϊόντα χωρίς γλουτένη, τα οποία, μέχρι τώρα, μπορούσε κανείς να προμηθευτεί μόνο από εξειδικευμένα καταστήματα διατροφής ή το διαδίκτυο.

Η σειρά διατίθεται στα καταστήματα Carrefour Μαρινόπουλος σε όλη την Ελλάδα καλύπτοντας έτσι τις διατροφικές απαιτήσεις και ανάγκες όλων των καταναλωτών στη χώρα. Τα προϊόντα συνοδεύονται από την πιστοποίηση FACE του Πανευρωπαϊκού Συλλόγου Ατόμων Πασχόντων από Κοιλιοκάκη (Association of European Coeliac Societies) και την εγγραφή της Γαλλικής Οργάνωσης για Δυσανεκτικούς στη γλουτένη.

Η νέα σειρά προϊόντων Carrefour χωρίς γλουτένη περιλαμβάνει τα ακόλουθα 16 είδη από καλαμπόκι και ρύζι:

- Προψημένες μπαγκέτες (2 τμχ.).
- Προψημένη βάση πίτσας (250 γραμ.).
- Ψωμί του τοστ φυσική γεύση (310 γραμ.).
- Ψωμί του τοστ με ριζάλευρο ολικής αλέσεως (480 γραμ.).
- Ψωμί του τοστ με ριζάλευρο (480 γραμ.).
- Ψωμί του τοστ βιενέζικό (330 γραμ.).
- Μαγκνταλένες (88 γραμ.).
- Μαγκνταλένες με κομμάτια σοκολάτας (88 γραμ.).



Διατηρήσαμε τον αριθμό των διαθέσιμων προϊόντων «Ποιοτική Οδός» σε 23 (από 18 το 2008).



Πετύχαμε σταθεροποίηση στον αριθμό των διαθέσιμων προϊόντων «Ποιοτική Οδός», σε σχέση με μείωση 1% του Ομίλου συνολικά.





- Προψημένα κρουασάν (300 γραμ.).
- Προψημένα κρουασάν σοκολάτας (170 γραμ.).
- Κέικ με σοκολάτα (225 γραμ.).
- Ζυμαρικά σπαγγέτι (500 γραμ.).
- Ζυμαρικά βίδες (500 γραμ.).
- Ζυμαρικά πένες (500 γραμ.).
- Μπισκότα με επικάλυψη σοκολάτας γάλακτος (125 γραμ.).
- Μπισκότα σαμπλέ με βατόμουρο (125 γραμ.).

Συνολικά το έτος 2010 πουλήθηκαν 28.773 τεμάχια προϊόντων χωρίς γλουτένη.

Προσφέρουμε προϊόντα για ειδικές διατροφικές ανάγκες

Αναποκρινόμενη στις ανάγκες της εποχής και σε όσους θέλουν να ακολουθήσουν διατροφή χαμηλότερης θερμιδικής αξίας, η εταιρία διαθέτει προϊόντα Ιδιωτικής ετικέτας στις κατηγορίες:

- Carrefour light: Στην κατηγορία αυτή συγκαταλέγονται 10 νέα προϊόντα (μαρμελάδες, δημητριακά και τυρί) με σύνολο πωλήσεων 630.551 τεμαχίων.
- Carrefour kids: Αναπτύχθηκε σειρά 49 κωδικών σε διάφορες γκάμες προϊόντων (είδη διατροφής, περιποίησης), τα οποία περιέχουν 43% λιγότερη ζάχαρη, καθώς και χαμηλότερη ποσότητα σε αλάτι και ακόρεστα λιπαρά οξέα.



4. ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Προσφέρουμε προϊόντα χαμηλού κόστους

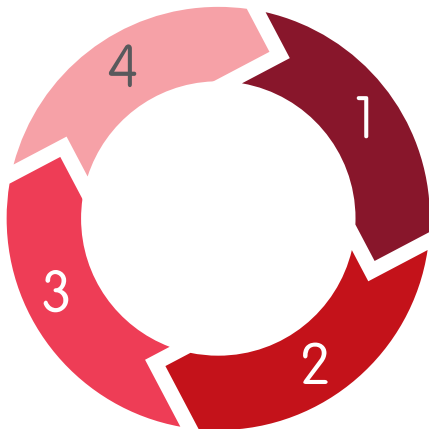
Σήμερα, η ανακατανομή του εισοδήματος των καταναλωτών στρέφει τις προτιμήσεις τους σε αγορές άμεσης προτεραιότητας. Γι' αυτό, σταδιακά, τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας κερδίζουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, αφού συνδυάζουν με επιτυχία την άριστη ποιότητα με τιμές μέχρι και 40% φθηνότερες, από αυτές των επωνύμων.

Στην Ελλάδα, η ιστορία των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του '80, με τα προϊόντα «Πι Μι» από τα σουπερ-μάρκετ Μαρινόπουλος. Σήμερα, η Carrefour επενδύει σημαντικά κεφάλαια στην παραγωγή και στη διάθεση προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας. Αξιοποιώντας την εμπειρία δεκαετιών και την τεχνογνωσία του Ομίλου σε όλον τον κόσμο, και σε συνεργασία με ένα ευρύ δίκτυο προμηθευτών, εξασφαλίζει για τους πελάτες της, το καλύτερο προϊόν στην καλύτερη τιμή.

Η διαχείριση ποιότητας των προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour συνοψίζεται σε 4 στάδια:

Σχεδιάζω - Υλοποιώ - Επαληθεύω - Δρω, με τον κύκλο ποιότητας της Carrefour να αποτελεί πλεονέκτημα των προϊόντων:

- 1 Σχεδιάζω**, μεταφέροντας τις απαιτήσεις των πελατών στους προμηθευτές.
- 2 Υλοποιώ** - 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 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 2010 η εταιρία διεξήγαγε 95 σχετικές επιθεωρήσεις, σε μονάδες παραγωγής προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας, σε σχέση με 87 το 2009, και 111 επιθεωρήσεις σε προμηθευτές φρέσκων προϊόντων.

Σήμερα, τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας που φέρουν τη 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 έφτασε το 16,6% το 2010.

Ακολουθούμε πολιτική συνέπειας

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 ραφιού - ταμείου), η εταιρία προσφέρει το προϊόν δωρεάν. Το 2010 παρουσιάστηκαν μόλις 48 τέτοια παράπονα και δόθηκε δωρεάν το προϊόν, όπου διαπιστώθηκε πραγματική διαφορά, έναντι 90 το 2009.
- 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).

5. ΣΗΜΑΝΣΗ

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) αλλά 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 διαιτολογίου 2.000 θερμίδων.



Διατηρήσαμε το ποσοστό προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας Carrefour σε επίπεδο πάνω από 16% των συνολικών πωλήσεων.



Διαθέσαμε δωρεάν προϊόντα σε 48 περιπτώσεις που διαπιστώθηκε διαφορά τιμής ραφιού - ταμείου.



ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ακολουθούμε πολιτική σταθερότητας στις τιμές μας

Η Carrefour λαμβάνει υπόψη της τις δύσκολες οικονομικές συγκυρίες των πολιτών και για το λόγο αυτό φροντίζει να απορροφά οικονομικούς κραδασμούς στα προϊόντα της. Ενδεικτικά:

- Δώρισε στους καταναλωτές όλο το ΦΠΑ σε περισσότερα από 500 επώνυμα προϊόντα βασικής ανάγκης, μεταξύ 7 Απριλίου και 2 Μαΐου 2010, ενώ μείωσε τις τιμές τους ακόμα περισσότερο, με κέρδος για τον καταναλωτή έως 20%.
- Απορρόφησε την αύξηση του ΦΠΑ σε περισσότερα από 2.000 προϊόντα Carrefour.
- Επέστρεψε το 15% της αξίας σε 10.000 προϊόντα και μοίρασε 40.000 επιταγές των 50 ευρώ.

ΕΙΔΟΣ	Ενέργεια (Kcal)/100g	Πρωτεΐνες (g)/100g	Λίπη (g)/100g	Κορεσμένα Λίπη (g)/100g
ΜΠΡΙΖΟΛΑ ΧΟΙΡΙΝΗ *	68	21,28	6,58	2,85
ΣΠΑΛΑ ΧΟΙΡΙΝΗ*	95	17,62	12,2	4,32
ΚΑΡΟΦΕΒΗ*	78	20,62	3,53	1,82
ΓΑΛΙΝΑ ΧΟΙΡΙΝΗ *	96	18,5	13,5	5,8
ΜΙΝΟΥΤΙ ΧΟΙΡΙΝΟ*	22	22,2	2,5	1,5
ΕΛΙΑ ΜΟΣΧΑΡΕΙΑ	64,3	20,6	9	3,8
ΜΟΣΧΑΡΕΙΑ ΜΠΡΙΖΟΛΑ	217,2	20,3	15,2	6,4
ΣΠΑΛΑ ΜΟΣΧΑΡΕΙΑ	31,8	19,9	11,4	4,8
ΕΛΑΙΟ ΜΟΣΧΑΡΣΙΟ	23,2	21,8	3,9	1,6
ΣΤΗΘΟΣ ΜΟΣΧΑΡΣΙΟ	2,7	19	19	7
ΚΟΤΣΙΝΙΩ	64,4	24	7,2	0,285
ΓΑΛΙΝΟΥΣΙΑ	04	21,9	2,1	
ΚΟΥΝΕΛΙ	16	20	6	
ΚΑΤΣΙ	09	20,6	2,3	
ΑΡΝΙ	21	18,6	1,6	

*Στα προϊόντα ταμπλαριστά στο κομμάτι κρέας έχει αφαιρεθεί το λίπος.
 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ: www.usda.com / GENESIS R&D SQL (Professional Nutritional Analysis Software and Database) / DANMARKS TERNISKE VCSER International Food Nutrition Physical Activity and the Prevention of Disease's Global Perspective - Online.
 Οι τιμές στον πίνακα μπορεί να διαφέρουν λόγω αλλαγών με την πρόοδο της ηλικίας και τη φύση του στήθους.

✓ Για πρώτη φορά στην αγορά λιανεμπορίου της Ελλάδας αναγράφηκαν το 2009 διατροφικά στοιχεία σε φρέσκα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας φρούτων και λαχανικών.

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.

6. ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

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, θρησκευματος 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 2010 δεν υπήρξε καμία απόσυρση διαφήμισης (μετά την έναρξη της επικοινωνίας της) και αντίστοιχα δεν επιβλήθηκε κανένα σχετικό πρόστιμο από τις αρμόδιες αρχές.



7. ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Παρακολουθούμε την ικανοποίηση των Πελατών μας

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

- Η σήμανση για θέσεις parking για ΑΜΕΑ και μπτέρες με παιδιά.
- Η εύκολη πρόσβαση στο κατάστημα για ΑΜΕΑ.
- Η ασφάλεια και η ποιότητα προϊόντων.
- Η ακρίβεια στις σημάνσεις των προϊόντων (συμπεριλαμβάνοντας τις τιμές).

Δίνουμε πρόσβαση στους Πελάτες μας

Η εταιρία έχει δημιουργήσει μηχανισμούς επικοινωνίας, διευκόλυνσης, αλλά 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 των προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας).



Ανάλυση κλήσεων στο Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών

ΘΕΜΑ	2008	2009	2010	ΔΙΑΦΟΡΑ 2009-2010
Συνολικές κλήσεις (αριθμός)	30.363	25.983	28.629	10,2%
Πληροφορίες	23.498	19.986	23.996	20,1%
Παράπονα	4.843	4.482	4.633*	3,4%
Ληγμένα προϊόντα	103	63	34	-46,0%
Διαφορά τιμής	168	67	48	-28,4%
Ατυχήματα σε κατάστημα	18	17	14	-17,6%
Διαφήμιση	770	898	420	-53,2%

Σημείωση: Τα 589 παράπονα έγιναν γραπτώς μέσω email.

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, μόλις το 15,5% των θεμάτων που αντιμετωπίστηκαν από το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών το 2010 αφορούσε παράπονα, με το υπόλοιπο ποσοστό να αφορά πληροφορίες. Παρόλο που ο συνολικός αριθμός των παραπόνων αυξήθηκε σε σχέση με το 2009 κατά 3,4%, μειώσεις παρατηρήθηκαν στις σημαντικότερες κατηγορίες των ληγμένων προϊόντων (46%), της διαφοράς τιμής (28%), των διαφημίσεων (53%) και των ατυχημάτων σε καταστήματα (17%).



Ο αριθμός των παραπόνων των πελατών αποτελεί μόλις το 15,5% των συνολικών κλήσεων προς το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών.



Να λανσάρουμε τουλάχιστον 10 προϊόντα Υπεύθυνου Εμπορίου στην Ελλάδα το 2010.



* ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Προσφέρουμε προϊόντα Υπεύθυνου Εμπορίου

Η εταιρία μας αναγνωρίζει την παγκόσμια τάση για πιο υπεύθυνο εμπόριο και για το λόγο αυτό προχώρησε στη διάθεση 4 προϊόντων πιστοποιημένου Υπεύθυνου Εμπορίου (Max Havelaar) στην Ελλάδα (ζάχαρη, κακάο, ρύζι). Παρόλο που οι πωλήσεις των συγκεκριμένων κωδικών είναι της τάξης των 7.300 τεμαχίων, εντούτοις συνεισφέρει σημαντικά στη σταδιακή ευαισθητοποίηση των καταναλωτών στην Ελλάδα.



Τα προϊόντα Υπεύθυνου Εμπορίου έχουν παραχθεί ή κατασκευαστεί από καλλιεργητές και εργάτες των αναπτυσσόμενων χωρών και πιστοποιούνται από οργανισμούς, υπεύθυνους για τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας των εργαζομένων και την οικονομική τους στήριξη. Η ανάπτυξη αυτών των προϊόντων υποστηρίζει κοινωνικά τόσο τον παραγωγό, το ίδιο το προϊόν και τη διαδικασία παραγωγής του, όσο και τον καταναλωτή για την επιλογή αλληλεγγύης που επιδεικνύει.

8. ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ

Συμμορφωνόμαστε με το κανονιστικό πλαίσιο

Η εταιρία μας παρακολουθεί συστηματικά το κανονιστικό και νομικό πλαίσιο που την αφορά, με στόχο να το εφαρμόζει, παρόλο που λόγω του μεγέθους της εταιρίας, των εκατομμυρίων συναλλαγών που γίνονται και των χιλιάδων προϊόντων που προσφέρονται, η εταιρία γίνεται αναπόφευκτά δέκτης παραπόνων και καταγγελιών. Κατά το 2010 η εταιρία δέχτηκε:

- 16 πρόστιμα για διαφορές τιμής.
- 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.

Παράλληλα, η εταιρία κατηγορήθηκε για θέματα διαφορών τιμών και σήμανσης με πρόστιμα συνολικού ύψους €87.500 από τη Νομαρχία και το Υπουργείο Εμπορίου, καθώς και για θέματα ανεπαρκούς επιπέδου υγιεινής, με πρόστιμα από τον ΕΦΕΤ, συνολικού ύψους €517.000, από τα οποία η πλειοψηφία βρίσκεται σε εκκρεμότητα.

VI. Δημιουργούμε κατάλληλο περιβάλλον για τους ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ μας

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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 μέγεδός μας

11.569 εργαζόμενοι
70,7% γυναίκες
87.706 ώρες εκπαίδευσης
18 εθνικότητες εργαζομένων

Η κύρια ευθύνη μας

Να προσφέρουμε ένα εργασιακό περιβάλλον που είναι ασφαλές, δίκαιο και προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης

Η ανταπόκρισή μας

- 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 συνδικαλίζονται



2. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ



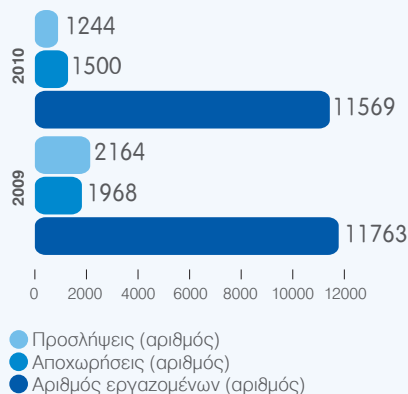
Δημιουργούμε θέσεις εργασίας

Με 11.569 εργαζόμενους στην Ελλάδα, των οποίων ο μέσος όρος ηλικία είναι τα 37,7 χρόνια και η μέση διάρκεια παραμονής στην εταιρία τα 8,2 χρόνια, η Carrefour Μαρινόπουλος 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 συνταξιοδοτήσεις) μειώθηκε το 2010 στο 5,5%, από 8,9% το 2009.

Η ανάλυση των 11.569 αυτών εργαζομένων παρουσιάζεται παρακάτω.

Ανθρώπινο Δυναμικό

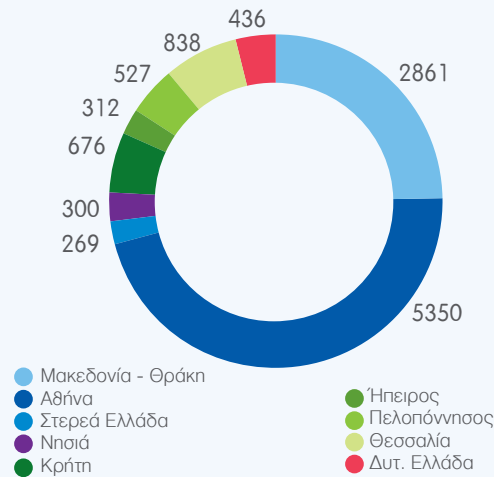


Με 11.569 εργαζόμενους, είμαστε από τους τρεις μεγαλύτερους ιδιώτες εργοδότες στην Ελλάδα.

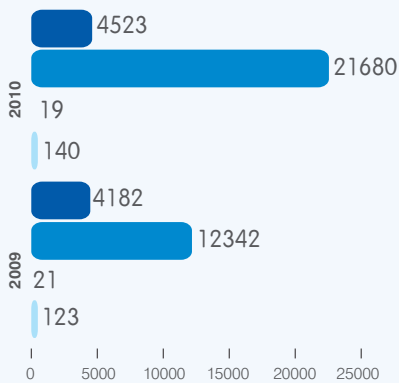
ΘΕΣΗ	ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ	ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΙ	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
Εργαζόμενοι (αριθμός)	60	1.515	9.994	11.569
ΤΥΠΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	ΑΟΡΙΣΤΟΥ	ΟΡΙΣΜΕΝΟΥ	ΠΛΗΡΗΣ	ΜΕΡΙΚΗΣ
Εργαζόμενοι (αριθμός)	11.221	348	6.277	5.292
ΗΛΙΚΙΑ	<25	26-35	36-45	>45
Εργαζόμενοι (αριθμός)	839	3.962	4.730	2.038
ΦΥΛΟ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΑΝΤΡΕΣ		
Εργαζόμενοι (αριθμός)	8.181	3.388		
ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ	ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΕΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ- ΑΜΕΑ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	
Αριθμός	18	19	380	
ΧΩΡΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	ΑΠΟΘΗΚΕΣ	ΓΡΑΦΕΙΑ	
Εργαζόμενοι (αριθμός)	10.395	678	496	
ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	ΔΗΜΟΤΙΚΟ	ΓΥΜΝΑΣΙΟ - ΛΥΚΕΙΟ	ΠΑΝ/ΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	
Εργαζόμενοι (αριθμός)	358	10.594	617	
ΑΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ	ΠΑΡΑΙΤΗΣΕΙΣ	ΑΠΟΛΥΣΕΙΣ	ΑΛΛΑ	
Εργαζόμενοι (%)	3,9	1	0,7	
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ	<5 ΧΡΟΝΙΑ	5-10 ΧΡΟΝΙΑ	> 10 ΧΡΟΝΙΑ	
Εργαζόμενοι (%)	58,5	22,8	18,7	

*Τα στοιχεία αφορούν την 31/12/2010.

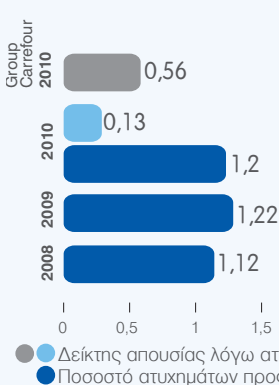
Κατανομή Εργαζομένων ανά Περιοχή



Ασφάλεια στην Εργασία



- Απουσία λόγω ατυχημάτων από-προς εργασία (ώρες)
- Απουσία λόγω ατυχημάτων εντός εργασία (ώρες)
- Αριθμός ατυχημάτων από-προς εργασία (αριθμός)
- Αριθμός ατυχημάτων εντός εργασία (αριθμός)



3. ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Διασφαλίζουμε την υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων μας

Η Carrefour Μαρινόπουλος στο πλαίσιο της εναρμόνισής της με την Ελληνική Νομοθεσία και την ευαισθησία της σε 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 ασφαλείας.
- 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.
- Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη συνεχή κατάρτιση και ευαισθητοποίηση των εργαζομένων, αφού πραγματοποιούνται εκπαιδευτικά σεμινάρια υγιεινής και ασφαλείας ανά εγκατάσταση, καθώς και εκπαιδεύσεις για την ασφαλή χρήση των ατομικών μέσων προστασίας.
- Εφαρμόστηκε το 2009 εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Πρώτων Βοηθειών» με τη συμμετοχή 189 εργαζομένων, στο οποίο συμμετείχαν οι ομάδες πρώτων βοηθειών όλων των εγκαταστάσεων. Σκοπός της εκπαίδευσης αυτής ήταν να καταρτίσει το προσωπικό στις βασικές αρχές Πρώτων Βοηθειών, ώστε να μπορούν να δράσουν αναλόγως σε περίπτωση κινδύνου των εργαζομένων, αλλά και των πελατών.

Αποτέλεσμα των παραπάνω μέτρων είναι ότι συγκεντρωτικά ο δείκτης ατυχημάτων (ατυχήματα προς εργαζόμενους) βρίσκεται στο χαμηλό ποσοστό του 1,2%, βελτιωμένος κατά 1,6% σε σχέση με το 2009. Επίσης, ο δείκτης απουσίας λόγω ατυχημάτων ήταν στο 0,13%, με τον αντίστοιχο δείκτη για τον Όμιλο να βρίσκεται στο 0,56%.



Βελτώσαμε το ποσοστό ατυχημάτων κατά 1,6% σε σχέση με το 2009.



Πετύχαμε την 5η καλύτερη επίδοση από 18 θυγατρικές Carrefour στον κόσμο, στο δείκτη απουσίας εργαζομένων λόγω ατυχημάτων.

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



4. ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Επιμορφώνουμε τους εργαζομένους μας

Στην Carrefour Μαρινόπουλος οι εκπαιδευτικές ανάγκες προσδιορίζονται σύμφωνα με τις τρέχουσες ή μελλοντικές απαιτήσεις των θέσεων εργασίας, το παρουσιαζόμενο 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 εργαζόμενου 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), τα στελέχη έρχονται για πρώτη φορά σε επαφή με τους διευθυντές και 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, φρέσκων και καταψυγμένων).
- Εκπαιδεύσεις ανάπτυξης ικανοτήτων (π.χ. soft skills, management skills, customer service, computer skills).
- Εκπαιδεύσεις Υγιεινής και Ασφάλειας.

Εκπαίδευση Στελεχών: Η εταιρία σε συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα του εσωτερικού και του εξωτερικού, επιδιώκοντας τη διαρκή κατάρτιση των στελεχών της, με στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας και της αποδοτικότητάς τους, το 2009 προσέφερε εκπαιδευτικά προγράμματα στελεχών.

Υγεία στην Εργασία



Εκπαίδευση Εργαζομένων



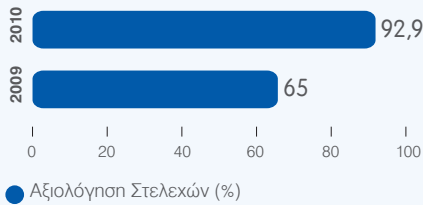
* Τα στοιχεία αναφέρονται σε σταθμισμένες τιμές ανά μήνα για όλο το 2010.



Εκπαίδευσαν τουλάχιστον μία φορά, σχεδόν τα 2/3 των εργαζομένων μας μέσα στο 2010.

Υπερδιπλασιάσαμε τις ώρες εκπαίδευσης και τον μέσο χρόνο εκπαίδευσης εργαζομένων, σε σχέση με το 2009.

Αξιολόγηση Στελεχών



Na εφαρμοστεί η Αξιολόγηση σε ποσοστό πάνω από το 90% των Στελεχών.



Το Όραμά μας είναι...

Na μας αναγνωρίζουν και να μας εκτιμούν, επειδή βοηθάμε τους πελάτες και τους καταναλωτές μας, να απολαμβάνουν καλύτερη ποιότητα ζωής, κάθε μέρα.

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 2010, το 92,9% των στελεχών μας ακολούθησε και ολοκλήρωσε τη διαδικασία αυτή, όπως προβλεπόταν.

Παράλληλα, 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), με σκοπό την προσωπική τους ανάπτυξη.

5. ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΚΡΑΤΙΑ

Ενσωματώνουμε την υπευθυνότητα στον τρόπο Διοίκησης μας

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

Οι Αξίες μας

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

ΑΦΟΣΙΩΣΗ

Αγωνιζόμαστε συνεχώς να ξεπεράσουμε τις προσδοκίες όλων, προσφέροντας προστιθέμενη αξία και αναζητώντας νέες λύσεις για μια καλύτερη ποιότητα ζωής.

ΦΡΟΝΤΙΔΑ

Είμαστε πάντα δεκτικοί και ακούμε τους καταναλωτές και τους πελάτες μας. Τους υποδεχόμαστε στα καταστήματά μας και ανταποκρινόμαστε στις ανάγκες τους με καλοσύνη, οικειότητα και προσοχή στις λεπτομέρειες.

ΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ανταποκρινόμαστε σε κάθε νέα πρόκληση με ενέργεια και ενθουσιασμό και βρισκόμαστε σε συνεχή αναζήτηση νέων ιδεών, ώστε να κάνουμε την ζωή των καταναλωτών και πελατών μας πιο ευχάριστη.

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 όσο αφορά:

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

Ο Κώδικας Εταιρικής Συμπεριφοράς: Ο Όμιλος Carrefour αποφάσισε να επισημοποιήσει τον Κώδικα Εταιρικής Συμπεριφοράς του και να τον κοινοποιήσει σε όλους. Αποτελούμενος από δέκα βασικές Αρχές, ο Κώδικας παρέχει ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο εργαζόμαστε, θέτοντας ως προτεραιότητες τον σεβασμό στην ηθική και στους νόμους. Περιγράφει την αναμενόμενη συμπεριφορά από κάθε εργαζόμενο, ανεξαρτήτως τόπου ή τμήματος εργασίας.

Οι Αρχές της Εταιρικής Συμπεριφοράς είναι:

1. Να σεβόμαστε αυστηρά τους νόμους της χώρας όπου λειτουργούμε.
2. Να συμβάλλουμε στη δημιουργία ενός ασφαλούς και υγιούς περιβάλλοντος εργασίας.
3. Να αποδεχόμαστε τη διαφορετικότητα των ανθρώπων μας και να προάγουμε τις καλές συνθήκες εργασίας.
4. Να προστατεύουμε περιουσιακά στοιχεία και πόρους του Ομίλου.
5. Να εγγυόμαστε την εμπιστευτικότητα.
6. Να αποφεύγουμε συγκρούσεις συμφερόντων.
7. Να αρνούμαστε όλες τις μορφές διαφθοράς.
8. Να αναπτύσσουμε αξιόπιστες και διαφανείς επιχειρηματικές πρακτικές.
9. Να παρέχουμε αξιόπιστες και ακριβείς αναφορές.
10. Να είμαστε πρεσβευτές της επωνυμίας Carrefour.

Η Επιτροπή Δεοντολογίας: Για τη διασφάλιση της εφαρμογής του Κώδικα Εταιρικής Συμπεριφοράς δημιουργήθηκε Επιτροπή Δεοντολογίας, η οποία αποτελείται από τα παρακάτω μέλη:

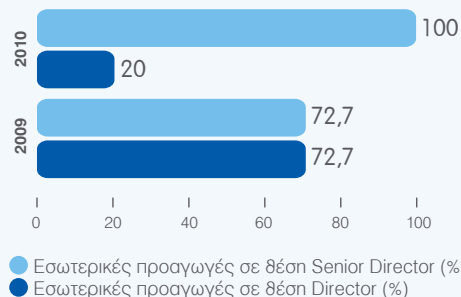
1. Τον Διευθυντή Προσωπικού.
2. Τον Διευθυντή της Νομικής Υπηρεσίας.
3. Τον Διευθυντή Ασφάλειας.
4. Ένα Λειτουργικό Διευθυντή.

Όλοι οι εργαζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να επισημάνουν θέματα που αντιβαίνουν στον Κώδικα απλά αποστέλλοντας γραπτή επικοινωνία στο ethics_Greece@carrefour.com.

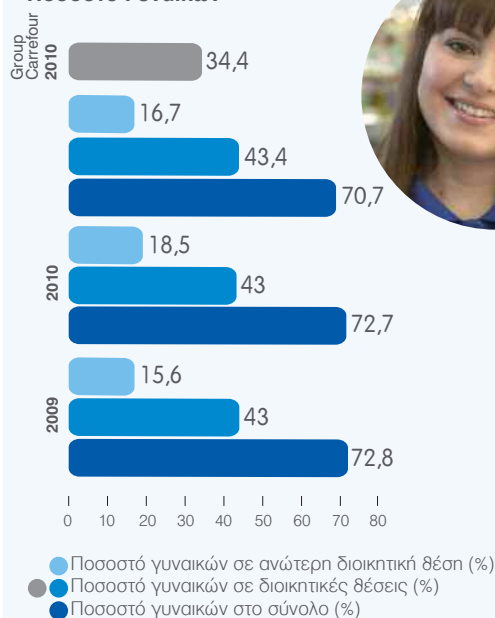
Ακολουθούμε τις διεθνείς συμβάσεις Ηθικής Εργασίας

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.

Εσωτερικές Προαγωγές



Ποσοστό Γυναικών



*Τα στοιχεία αφορούν την 31/12/2010

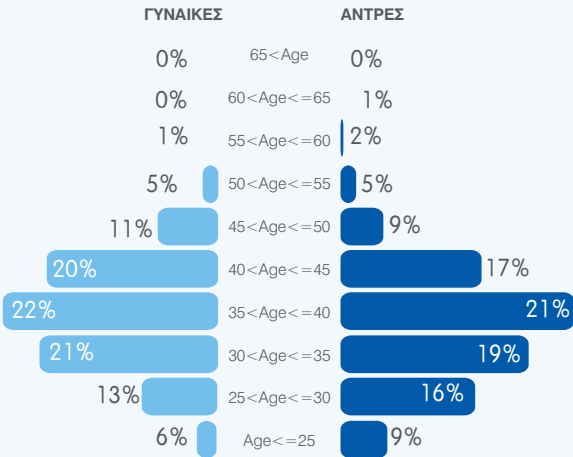


Διατηρήσαμε το ποσοστό των γυναικών σε διοικητικές θέσεις πάνω από 40%.



Πετύχαμε την 4η καλύτερη επίδοση από 18 θυγατρικές Carrefour στον κόσμο, στο ποσοστό γυναικών σε διοικητικές θέσεις.

Ποσοστό Γυναικών ανά Ηλικία



Δεσμευόμαστε για ισότιμη αντιμετώπιση των εργαζομένων μας

Πολιτική μας είναι να μην κάνουμε διακρίσεις στο χώρο εργασίας (π.χ. λόγω φυλής, πολιτικών πεποιθήσεων, θρησκευόμενου, 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 προαχθεί σε θέση ειδικού στις αγορές, στη διεύθυνση ανθρώπινου δυναμικού, στο μάρκετινγκ ή ακόμη και να ακολουθήσει διεθνή καριέρα σε κάποια από τις χώρες που 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 2010, το 100% των θέσεων Senior Director και το 20% των θέσεων Director καλύφθηκαν εσωτερικά.

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 διατηρείται πάνω από 43% (ενώ ο αντίστοιχος δείκτης για τον Όμιλο βρισκόταν το 2010 στο 34,4%), ενώ το ποσοστό των γυναικών στο σύνολο είναι μεγαλύτερο από αυτών σε διοικητικές θέσεις, φτάνοντας το 70,7%.

Αποδεχόμαστε τη διαφορετικότητα

Η εταιρία αποδέχεται τη διαφορετικότητα των εργαζομένων της, ενώ ενδεικτικό είναι ότι στην εταιρία εργάζονται 18 διαφορετικές εθνικότητες.



Απασχολούμε εργαζόμενους από 18 διαφορετικές εθνικότητες.



Να εφαρμόσουμε Έρευνα Ικανοποίησης Εργαζομένων σε όλους τους εργαζομένους

6. ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΕΣ

Μετράμε την ικανοποίηση των εργαζομένων μας

Κάθε χρόνο η εταιρία πραγματοποιεί την Έρευνα Εργασιακού Κλίματος σε αντιπροσωπευτικό δείγμα των καταστημάτων της, με σκοπό τη μέτρηση της αντίληψης του προσωπικού της απέναντι 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 την 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».

Μέσα στις ερωτήσεις της έρευνας, από το 2009 προστέθηκε και ερώτηση που αφορά το θέμα της Διαφορετικότητας.

Χειριζόμαστε θέματα ισορροπίας ζωής - εργασίας

Το θέμα της ισορροπίας εργασίας και προσωπικής ζωής απασχολεί ολοένα και περισσότερους ανθρώπους τη σημερινή εποχή, όπου η πίεση του χρόνου συνεχώς και αυξάνεται. Η Carrefour Μαρινόπουλος προσπαθεί να μειώνει τον χρόνο της υπερεργασίας και των υπερωριών των εργαζομένων της, ενώ ενδεικτικό είναι ότι το 2010, το ποσοστό αυτών των μορφών απασχόλησης μειώθηκε στο 4,12%, από 5,29% που ήταν το 2009.

Υπερωρίες και Υπερεργασία



● Ποσοστό υπερεργασίας και υπερωριών προς σύνολο (%)



Μειώσαμε κατά 22% το ποσοστό υπερεργασίας και υπερωριών στο σύνολο.





Προσφέρουμε πρόσθετες Παροχές

Εκτός των νομικά κατοχυρωμένων παροχών, η εταιρία 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. ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΙΚΑΛΙΣΜΟΣ

Σεβόμαστε το δικαίωμα των εργαζομένων να συνδικαλίζονται

Η Carrefour Μαρινόπουλος σέβεται το δικαίωμα που έχουν οι εργαζόμενοι να διαπραγματεύονται με τη διοίκηση της εταιρίας θέματα αμοιβαίου ενδιαφέροντος.

Σε μηνιαία βάση, το Προεδρείο του Σωματίου 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 Μαρινόπουλος που συμμετέχουν στο συνδικαλιστικό όργανο της εταιρίας.

● Στήριξη των μη προνομιούχων

VII. Συνεισφέρουμε στην ευημερία της ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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

Η κύρια ευθύνη μας
Να υποστηρίξουμε
την εύρυθμη λειτουργία
και ανάπτυξη των τοπικών
κοινωνιών και της χώρας

Το μέγεθός μας

3 κοινωνικά
παντοπωλεία
2,1 εκατ. € προσφορά
προϊόντων
76 εθελοντές
αιμοδότες

Η ανταπόκρισή μας

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

2. ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ - ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΑ

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 τον λόγο αυτό, η πολιτική της εταιρίας είναι να συνεισφέρει κοινωνικά κυρίως με τη διάθεση προϊόντων, παρά με την προσφορά χρημάτων.

Η Carrefour Μαρινόπουλος 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 ίδιων 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 εταιρία δημιούργησε το πρώτο Κοινωνικό Παντοπωλείο στην Αθήνα, τον 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 τον Δεκέμβριο του 2008, και ένα χρόνο αργότερα η Θεσσαλονίκη.

- Τα Κοινωνικά Παντοπωλεία στεγάζονται σε κτήρια που παραχωρούν οι Δήμοι και λειτουργούν 2 ημέρες την εβδομάδα.
- Δικαιούχοι του προγράμματος είναι 200 οικογένειες από κάθε Δήμο, που αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα.
- Οι δικαιούχοι και μόνο μπορούν να έχουν πρόσβαση στις παροχές του Κοινωνικού Παντοπωλείου.
- Με την επίδειξη της ειδικής κάρτας, οι 200 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 ευαίσθητων κοινωνικά ομάδων και απόρων 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.

ΘΕΜΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΥ

Διάθεση Προϊόντων

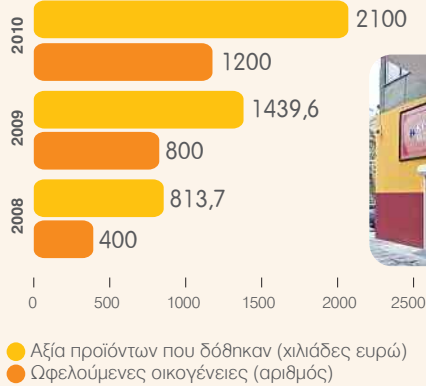
Το 2008, η Carrefour Γαλλίας συνέλεξε 15.500 τν προϊόντων κοντά στην ημερομηνία λήξης τους, προσφέροντας 31 εκατ. γεύματα στις Food Bank Federation, Restos du Coeur, τον Ερυθρό Σταυρό κτλ. Δυστυχώς στην Ελλάδα λόγω γραφειοκρατίας μία παρόμοια πρακτική είναι ιδιαίτερα δύσκολη, με αποτέλεσμα τρόφιμα που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



οκρατίας μία παρόμοια πρακτική είναι ιδιαίτερα δύσκολη, με αποτέλεσμα τρόφιμα που είναι απολύτως κατάλληλα για κατανάλωση, να καταλήγουν απλά στους ΧΥΤΑ.



Προσφορά Προϊόντων «Κοινωνικό Παντοπωλείο»



✓ Μέσα στο 2010, αυξήσαμε κατά 50% τις οικογένειες που ανά εξάμηνο επωφελούνται από τα Κοινωνικά Παντοπωλεία.

Αυξήσαμε κατά 45,9% την αξία των προϊόντων που διανεμήθηκαν από τα Κοινωνικά Παντοπωλεία το 2010.

Ενημερώσαμε 1.000.000 πολίτες για θέματα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής.

○ Να υποστηρίξουμε τουλάχιστον 1.200 οικογένειες, μέσω των Κοινωνικών Παντοπωλείων.



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 εταιρίας, 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 Μαρινόπουλος. Σημαντικό είναι επίσης ότι, ο θεσμός των Κοινωνικών Παντοπωλείων έχει γίνει παράδειγμα προς μίμηση σε περισσότερους από 10 Φορείς και Δήμους σε όλη την χώρα, κάτι που μας δίνει ιδιαίτερη ικανοποίηση.

2. ΧΟΡΗΓΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

Συνεισφέρουμε στην καταπολέμηση της παιδικής παχυσαρκίας

Η Carrefour Μαρινόπουλος, ευαισθητοποιημένη στο θέμα της παιδικής παχυσαρκίας (καθώς η νόσος συνδέεται στενά με σοβαρές ασθένειες), στηρίζει ως Χρυσός Χορηγός το πρόγραμμα «Παιδειατροφή 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 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 «Παιδειατροφή» 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, Αργυρούπολης, Αιγίου, Περάματος, Πρέβεζας). Το 2010, το πρόγραμμα ενημέρωσε περισσότερα από 100.000 παιδιά ηλικίας 3 έως 12 ετών, ενώ παράλληλα περισσότεροι από 1.000.000 δημότες έχουν συμβουλευθεί το πρόγραμμα «Παιδειατροφή by Eprode».





* ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ευαισθητοποίηση Κοινού

Με σύνθημα «Πάρε τη Διατροφή στα Χέρια σου», η Carrefour Μαρινόπουλος, σε συνεργασία με το Δήμο Αμαρουσίου, διοργάνωσαν γιορτή παιδικής διατροφής, στις 14 - 15 Μαΐου στο Εμπορικό κέντρο Avenue. Με κύριο στόχο την εκπαίδευση όλης της οικογένειας στη σωστή και ισορροπημένη διατροφή, εξειδικευμένοι διατροφολόγοι βρέθηκαν στο πλευρό παιδιών και γονέων, δίνοντας χρήσιμες και πρακτικές συμβουλές για το καθημερινό πρόγραμμα διατροφής όλης της οικογένειας. Δίνοντας έμφαση στην αξία ομάδων τροφίμων, όπως τα φρούτα, τα λαχανικά, τα γαλακτοκομικά, τα δημητριακά, αλλά και την ιδιαίτερη σημασία γευμάτων όπως το πρωινό, παιδιά και γονείς πήραν μέρος σε εργαστήρια «γευστικών» κατασκευών και εντυπωσιακά θεατρικά δρώμενα.

Παράλληλα, η εταιρία εφαρμόσε μεταξύ 14 - 30 Απριλίου σε όλα τα καταστήματα Carrefour το πρόγραμμα «Φροντίζουμε να ζούμε καλύτερα», κατά τη διάρκεια του οποίου:

- Περισσότερα από 600 βιολογικά προϊόντα, η νέα σειρά Carrefour χωρίς γλουτένη, τα φρέσκα φρούτα και λαχανικά, και πλήθος προϊόντων υγιεινής διατροφής, ενθαρρύνουν τους καταναλωτές σε έναν πιο ισορροπημένο τρόπο ζωής.
- Προϊόντα ομορφιάς, γυμναστικής και άθλησης ανέβασαν τη διάθεση.
- Προωθούνταν πληθώρα ηλεκτρικών συσκευών χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης.

Υποστηρίζουμε κοινωνικές δραστηριότητες

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

- 13 υπερμάρκετ Carrefour σε όλη την Ελλάδα έχουν «υιοθετήσει» από μια οικογένεια των χωριών SOS, την οποία στηρίζουν παρέχοντάς τρόφιμα, παιχνίδια και σχολικά είδη καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς, ενθαρρύνοντας τη συχνή επαφή των περίπου 100 παιδιών με εκπαιδευτικούς της Carrefour Μαρινόπουλος, για την καλύτερη ενημέρωση και κάλυψη των αναγκών και των επιθυμιών τους. Η συνεργασία με τα παιδικά χωριά SOS μετρά ήδη 17 χρόνια.
- Έχει τοποθετήσει μηχανισμούς συλλογής χρημάτων υπέρ της μη κυβερνητικής οργάνωσης «Χαμόγελο του Παιδιού» στα υπερμάρκετ.

Υποστηρίζουμε την κοινωνία οικονομικά και προϊόντικά

Στο πλαίσιο των πολύπλευρων δράσεων που εφαρμόζει, η εταιρία έχει εντάξει και την συνεισφορά προς κοινωνικές ομάδες που έχουν ανάγκη στήριξης, είτε οικονομικά, είτε κατά προτίμηση προϊόντικά π.χ. προς Δήμους και Κοινότητες σε όλη τη χώρα κατά την περίοδο Χριστουγέννων, Πάσχα, Αποκριάς και στην έναρξη της Σχολικής Χρονιάς. Σημειώνεται ότι, για την Carrefour Μαρινόπουλος οι εμπορικές κορηγίες δε θεωρούνται τμήμα υπευθυνότητας και δε συμπεριλαμβάνονται στην παρακάτω ανάλυση. Υπολογίζεται ότι, μέσα στο 2010 η εταιρία προσέφερε πάνω από 111.000 ευρώ σε διάφορες κοινωνικές ομάδες, με τα δύο τρίτα περίπου αυτής της υποστήριξης να είναι προϊόντικά.

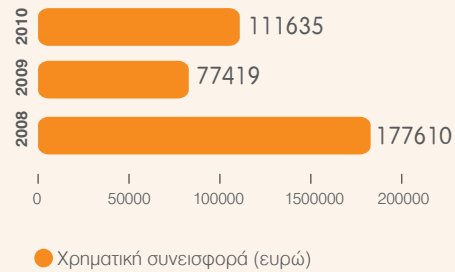
4. ΔΙΑΦΘΟΡΑ

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 Μαρινόπουλος:

- Έχει δημιουργήσει σχετικές διαδικασίες Ανθρωπίνων Πόρων για την καταπολέμηση της διαφθοράς (βλέπε Ενότητα I-2, VI-5).

Κοινωνική Συνεισφορά



Ευαισθητοποιούμε τους καταναλωτές για υγιεινή διατροφή

ΘΕΜΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΥ

Καταγραφή ανθρακικού αποτυπώματος

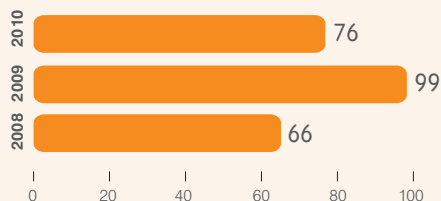
Μερική άποψη περιβαλλοντικής επίδρασης

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, αυτός ο τύπος αποτυπώματος απαιτεί μια ομοιόμορφη μεθοδολογία, συμμετοχή από οργανώσεις πιστοποίησης και συνεχής 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 πρόωθηση 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. κατεψυγμένα πράσινα φασόλια και καθαριστικά παραθύρων αυτοκινήτων) για να προσδιορίσει τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να ελαττώσει την περιβαλλοντική του επίδραση.

Εθελοντική Αιμοδοσία



● Αριθμός εθελοντών αιμοδοτών



Μειώθηκε η συμμετοχή των εργαζομένων σε εθελοντική αιμοδοσία κατά 23%.

- 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 εταιρία. Παράλληλα, όλα τα στοιχεία που αφορούν σε αγοραστικές συνήθειες χρηστών καρτών πιστότητας Carrefour, βρίσκονται στη κατοχή της Carrefour Μαρινόπουλος, έτσι ώστε να μην υπάρχει μια συνδυασμένη βάση δεδομένων.
- Στις περιπτώσεις ηλεκτρονικών συναλλαγών, χρησιμοποιούμε το πρωτόκολλο κρυπτογράφησης SSL-128 bit (Secure Sockets Layer), το οποίο έχει πιστοποιηθεί από την εταιρία Verisign, η οποία ειδικεύεται σε θέματα ασφαλείας συναλλαγών. Η Carrefour Μαρινόπουλος, σε όλη την διαδικασία ηλεκτρονικών συναλλαγών δεν έχει πρόσβαση στα πλήρη στοιχεία της πιστωτικής κάρτας του πελάτη.

5. ΔΗΜΟΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

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.

6. ΗΘΙΚΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Ακολουθούμε τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού

Ο Όμιλος συνεργάζεται με τις αρμόδιες Επιτροπές της Ε.Ε. και δεσμεύεται να συμμορφώνει τη στρατηγική του με τις επιταγές της Επιτροπής Ανταγωνισμού της Ε.Ε. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού με την 495/VI/2010 απόφαση επέβαλε τον Ιούλιο του 2010 στην εταιρία πρόστιμο ποσού € 12.512.848 για φερόμενες παραβάσεις του Δικαίου του Ανταγωνισμού στα πλαίσια του δικτύου δικαιόχρησης για τα έτη 2003 - 2008. Η εταιρία έχει ήδη προσφύγει στο Διοικητικό Εφετείο κατά της απόφασης μέχρι την έκδοση οριστικής απόφασης επί της προσφυγής της.

7. ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ

Καλλιεργούμε την έννοια της συνεισφοράς

Η εταιρία καλλιεργεί την έννοια της εθελοντικής αιμοδοσίας στους εργαζόμενους της, συνεισφέροντας στην υποστήριξη της κοινωνίας στον τομέα της υγείας. Οι εργαζόμενοι προσφέρουν αίμα σε αιμοδοσίες που διοργανώνονται 2 φορές τον χρόνο, σε συνεργασία με το Σωματείο Εργαζομένων. Εναλλακτικά, μπορούν να προσφέρουν αίμα σε οποιοδήποτε νοσοκομείο, αναφέροντας ότι το αίμα αφορά στην τράπεζα αίματος της εταιρίας.

Η διάθεση του αίματος μπορεί να γίνει και για εργαζόμενο ή συγγενή οποιοδήποτε βαθμού, ενώ παράλληλα δίνεται και εργοδοτική άδεια, ως επιβράβευση της πράξης. Το 2010 προσέφεραν αίμα συνολικά 76 άτομα (από 99 το 2009), σημειώνοντας μείωση κατά 23%.

Ε. ΣΥΝΟΨΗ

1. Περιληπτικά Στοιχεία, Επίδοση και Στόχοι

ΕΝΟΤΗΤΑ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2008

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2009

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2010

ΣΤΟΧΟΣ
2010

ΠΡΟΟΔΟΣ
2010

ΣΤΟΧΟΣ
2011

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	128	Na αυξήσουμε κατά 20% τον αριθμό των ποσοτικών δεικτών στους οποίους κάνουμε αναφορά στον Απολογισμό μας	100%	Na αυξήσουμε κατά 10% τον αριθμό των ποσοτικών δεικτών στους οποίους κάνουμε αναφορά στον Απολογισμό μας.
Δείκτες GRI στον Απολογισμό (αριθμός - πλήρης/μερική αναφορά)	MA	19/33	13/42	MA		MA
Ποσοτικοί στόχοι στον Απολογισμό (αριθμός)	MA	11	21	Εκπλήρωση των 11 στόχων	75%	Εκπλήρωση των 100% στόχων

2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Στόχος μας είναι να συμβάλουμε στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Κύκλος εργασιών (χωρίς ΦΠΑ) (€)	1.994.599.708	1.934.652.270	1.875.672.328	MA	Δώσαμε πάνω από 200 εκατ. € σε εργαζόμενους, πάνω από 1,9 δισ. € σε προμηθευτές και πάνω από 100 εκατ. € σε φόρους.	MA
Κόστος εργαζομένων (€)	197.963.446	207.308.761	211.087.511	MA		MA
Πληρωμές προμηθευτών (€)	1.801.620.165	1.783.880.331	1.946.816.000	MA		MA
Επενδύσεις (€)	52.102.750	42.379.413	53.707.334	MA		MA
Έμμεσες θέσεις εργασίας (αριθμός)	MA	900	900	MA		MA



ΕΝΟΤΗΤΑ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2008ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2009ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2010ΣΤΟΧΟΣ
2010ΠΡΟΟΔΟΣ
2010ΣΤΟΧΟΣ
2011

3. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

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

Αξιολόγηση στο EMDI (%)	MA	11,9	MA	Να βελτιωθούμε κατά 30% στην αξιολόγηση Environmental Management & Disclosure Index του WWF.	Δεν εκδόθηκε το EMDI μέχρι την έκδοση του Απολογισμού.	Να βελτιωθούμε κατά 10% στην αξιολόγηση Environmental Management & Disclosure Index του WWF.
Αλιευτικά προϊόντα MSC (αριθμός)	MA	MA	3	Να εισάγουμε τουλάχιστον 5 αλιευτικά προϊόντα MSC.	75%	Να μην προωθούμε είδη αλιείας σε κίνδυνο, μέχρι το 2015 (Στόχος Ομίλου).
Συνολικές Εκπομπές CO ₂ (tn)	MA	MA	250.069	MA	Μειώσαμε τις συνολικές εκπομπές CO ₂ από ηλεκτρισμό και καύσιμα κατά 4,8% και ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 9,6%.	Να μειώσουμε τις εκπομπές CO ₂ κατά 40%, μέχρι το 2020 (σε σχέση με τα επίπεδα του 2009) (Στόχος Ομίλου).
Εκπομπές CO ₂ (από μεταφορές) (tn)	20.830	20.800	20.414	MA	Πετύχαμε την 1η επίδοση από 18 θυγατρικές Carrefour στον κόσμο, στον δείκτη μεταφορών. Έχουμε την χειρότερη επίδοση από 18 θυγατρικές Carrefour στον κόσμο, στις εκπομπές CO ₂ ανά παλέτα. Μειώσαμε τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από μεταφορές κατά 1,8% και ανά μεταφερόμενη παλέτα κατά 0,6%.	MA
Κατανάλωση ενέργειας (ηλεκτρ. ενέργεια και καύσιμα) (GWh)	243	241	230,9	Να μειώσουμε την κατανάλωση ενέργειας κατά 30% μέχρι το 2020, σε σχέση με τα επίπεδα του 2004.	Μειώσαμε την κατανάλωση ενέργειας κατά 4,2% και ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 6,6%. Μειώσαμε την κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας κατά 5% και ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 7,3%	Να μειώσουμε την κατανάλωση ενέργειας κατά 30% μέχρι το 2020, σε σχέση με τα επίπεδα του 2004. Να μειώσουμε την κατανάλωση ενέργειας ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 30%, μέχρι το 2020 (σε σχέση με το 2004) (Στόχος Ομίλου).

ΕΝΟΤΗΤΑ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2008	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2009	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2010	ΣΤΟΧΟΣ 2010	ΠΡΟΟΔΟΣ 2010	ΣΤΟΧΟΣ 2011
Κατανάλωση νερού (χιλ. m ³)	263	319,6	301,2	MA	Μειώσαμε τη χρήση νερού κατά 5,8% και ανά τετραγωνικό μέτρο εμπορικής επιφάνειας κατά 15,7%. Πετύχαμε κατανάλωση κατά 56% καλύτερη από τον μέσο όρο του Ομίλου, που είναι 1,7 m ³ /m ² .	MA
Ποσότητα ψυκτικών (tn)	18,23	16,2	16,08	MA		MA
OPD ψυκτικών και κατασβεστικών	639,2	502,2	250,4	MA	Μειώσαμε τη δυναμική επίδραση των ψυκτικών υλικών που χρησιμοποιούμε κατά 50,1%.	
Κατανάλωση σε πλαστικές σακούλες (εκατ. τεμάχια)	322,7	293	315,1	Na προχωρήσουμε σε ανάλυση κύκλου ζωής για τις σακούλες που διαθέτουμε.	Αυξήθηκε κατά 7,5% η διάθεση σε πλαστικές σακούλες. Είχαμε τέσσερις φορές μεγαλύτερη κατανάλωση σε σακούλες, από τον μέσο όρο του Ομίλου, που ήταν 171 σακούλες ανά m ² .	Na μην διανέμουμε πλαστικές σακούλες μιας χρήσης, μέχρι το 2012 (Στόχος Ομίλου).
Κατανάλωση σε επαναχρησιμοποιούμενες τσάντες (χιλ. τεμάχια)	139	501	203	MA	25%	Na προχωρήσουμε το 2011 σε ανάλυση του κύκλου ζωής των σακουλών που διαθέτουμε.
Περιβαλλοντικά πρόστιμα (€)	MA	0	0	0	100%	0
Κέντρα ανταποδοτικής ανακύκλωσης (αριθμός)	MA	12	13	Na αναλύσουμε το μέσο βάρος των συσκευασιών μας.	Τοποθετήσαμε κάδους ανακύκλωσης μπαταριών στο 100% των καταστημάτων μας, με αποτέλεσμα να συλλέξουμε το 2,1% των οικιακών μπαταριών που συλλέχθηκαν συνολικά στην Ελλάδα το 2010.	Na ανακυκλώνουμε 70% των απορριμμάτων, μέχρι το 2020 (Στόχος Ομίλου). Na προέρχεται το 100% της ξυλείας για έπιπλα κήπου από πιστοποιημένες κατά FSC (Στόχος Ομίλου). Na περιέχουν τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour μόνο πιστοποιημένο για βιωσιμότητα φοινικέλαιο, μέχρι το 2015 (Στόχος Ομίλου).



ΕΝΟΤΗΤΑ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2008	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2009	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2010	ΣΤΟΧΟΣ 2010	ΠΡΟΟΔΟΣ 2010	ΣΤΟΧΟΣ 2011
Χαρτί από ανακυκλωμένα ή πιστοποιημένα υλικά (%)	MA	MA	76,3%		Μειώσαμε τη χρήση χαρτιού για εμπορικούς σκοπούς κατά 14,5%, ενώ, το 76,3% προέρχεται από ανακυκλωμένο χαρτί ή/και από ξυλεία FSC.	Να προέρχεται το 100% του χαρτιού που χρησιμοποιείται για εμπορικούς σκοπούς, από ανακυκλωμένες ή πιστοποιημένες πηγές, μέχρι το 2012 (Στόχος Ομίλου).
Ανακύκλωση χαρτιού και χαρτονιών (tn)	MA	1851,7	4373,9		Υπερδιπλασιάσαμε την ποσότητα χαρτιού και χαρτονιών που ανακυκλώσαμε.	

4. ΑΓΟΡΕΣ

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

Αγορές τροφίμων από τοπικούς προμηθευτές (%)	MA	91,08%	90,78%	MA	Το ποσοστό των προμηθειών τροφίμων που έγιναν από εγχώριους προμηθευτές (συμπεριλαμβανομένων και εισαγωγών από τοπικούς προμηθευτές) διατηρήθηκε πάνω από 90%.	Να προτιμάμε τοπικούς προμηθευτές για προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour (Στόχος Ομίλου).
Επιθεώρηση προμηθευτών (αριθμός)	140	151	206	Να προχωρήσουμε σε επιθεώρηση τουλάχιστον 2 προμηθευτών μας, με βάση τη Κοινωνική Χάρτα του Ομίλου.	Διακόψαμε τη συνεργασία με 27 προμηθευτές μετά από επιθεώρησή τους για θέματα ασφάλειας τροφίμων.	Να χρησιμοποιεί το 100% των προμηθευτών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour εργαλείο αυτοαξιολόγησης, μέχρι το 2012 (Στόχος Ομίλου).
Προμηθευτές Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour που έχουν υπογράψει τήρηση κανονισμού REACH (ποσοστό)	MA	100%	100%	MA	Το 100% των προμηθευτών Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour έχουν υπογράψει ότι θα τηρούν τις απαιτήσεις του κανονισμού REACH.	MA

5. ΠΡΟΪΟΝΤΑ

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

Σύνολο ελέγχων προϊόντων (αριθμός)	MA	3.673	4.586	MA	Αυξήσαμε κατά 25% τον αριθμό ελέγχων σε προϊόντα μας, σε σχέση με το 2009.	MA
Προληπτικές αποσύρσεις (αριθμός)	MA	174	197	MA	Προχωρήσαμε σε 197 προληπτικές αποσύρσεις προϊόντων από τα ράφια μας για λόγους ασφάλειας.	Να μην έχουν τα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour γενετικώς τροποποιημένα συστατικά (Στόχος Ομίλου).
Πωλήσεις προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας προς σύνολο (%)	MA	>18%	16,6%	MA	Διατηρήσαμε το ποσοστό προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας Carrefour σε επίπεδο πάνω από 16% των συνολικών πωλήσεων. Για πρώτη φορά στην αγορά λιανεμπορίου της Ελλάδας αναγράφκαν το 2009 διατροφικά στοιχεία σε φρέσκα προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας φρούτων και λαχανικών.	Να προτιμάμε τοπικούς προμηθευτές για προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour (Στόχος Ομίλου).
Βιολογικά προϊόντα (αριθμός)	662	668	669	MA	Η Carrefour στην Ελλάδα έχει την 8η θέση στον αριθμό Βιολογικών Προϊόντων Ιδιωτικής ετικέτας από όλες τις θυγατρικές της Carrefour στον κόσμο.	Να ενεργοποιήσουμε το σύστημα CARREFOUR ALERT NET στην Ελλάδα.



ΕΝΟΤΗΤΑ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2008	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2009	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2010	ΣΤΟΧΟΣ 2010	ΠΡΟΟΔΟΣ 2010	ΣΤΟΧΟΣ 2011
Βιολογικά προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας (αριθμός)	68	73	98	Να λανσάρουμε τουλάχιστον 50 προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας, στην κατηγορία των βιολογικών φρέσκων προϊόντων.	Αυξήθηκε η διάθεση βιολογικών προϊόν- των Ιδιωτικής Ετικέ- τας Carrefour κατά περισσότερο από 34% σε κωδικούς και 72,4% σε χρηματική αξία. Σε κάθε χίλια τρόφιμα που πωλούνται στα καταστήματά μας, τα 6 είναι βιολογικά και τα μισά από αυτά είναι Ιδιωτικής Ετικέτας Carrefour.	MA
Προϊόντα «Ποιοτική Οδός» (αριθμός)	18	23	23	MA	Διατηρήσαμε τον αριθμό των διαθέσι- μων προϊόντων «Ποιοτική Οδός» σε 23 (από 18 το 2008). Πετύχαμε σταθερο- ποίηση στον αριθμό των διαθέσιμων προϊόντων «Ποιοτική Οδός», σε σχέση με μείωση 1% του Ομίλου συνολικά.	MA
Παράπονα προς τηλεφωνικό κέντρο (αριθμός)	4.843	4.482	4.633	MA	Ο αριθμός των παρα- πόνων πελατών αποτελεί μόλις το 15,5% των συνολικών κλήσεων προς το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών. Διαθέσαμε δωρεάν προϊόντα σε 48 περι- πτώσεις που διαπιστώ- θηκε διαφορά τιμής ραφίου - ταμείου.	MA
Προϊόντα υπεύθυνου εμπορίου	MA	0	4	Να λανσάρουμε 10 προϊόντα υπεύθυνου εμπορίου.	50%	MA
Πρόστιμα ή αποσύρσεις διαφημίσεων	MA	0	0	0	100%	0

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	11.569	MA	Με 11.569 εργαζομένους, είμαστε από τους τρεις μεγαλύτερους ιδιώτες εργοδότες στην Ελλάδα.	MA
Δείκτες απουσίας λόγω ατυχημάτων ανά εκατ. εργατοώρες	0,06	0,09	0,13	MA	Βελτιώσαμε το ποσοστό ατυχημάτων κατά 1,6% σε σχέση με το 2009. Πετύχαμε την 5η καλύτερη επίδοση από 18 θυγατρικές Carrefour στον κόσμο, στο δείκτη απουσίας εργαζομένων λόγω ατυχημάτων.	MA
Θανατηφόρα ατυχήματα (αριθμός)	0	0	0	0	0 θανατηφόρα ατυχήματα.	0
Ώρες εκπαίδευσης (χιλ. ώρες)	40,1	42,5	87,7	MA	Υπερ-διπλασιάσαμε τις ώρες εκπαίδευσης και τον μέσο χρόνο εκπαίδευσης εργαζομένων, σε σχέση με το 2009.	Να εφαρμόσουμε Έρευνα Ικανοποίησης Εργαζομένων σε όλους τους εργαζομένους.
Γυναίκες σε διοικητικές θέσεις (%)	43	43	43,4	MA	Διατηρήσαμε το ποσοστό των γυναικών σε διοικητικές θέσεις πάνω από 40%. Πετύχαμε την 4η καλύτερη επίδοση από 18 θυγατρικές Carrefour στον κόσμο, στο ποσοστό γυναικών σε διοικητικές θέσεις.	MA
Συμμετοχή εργαζομένων σε εκπαίδευση (%)	25,7	32,8	61%	MA	Εκπαίδευσαν τουλάχιστον μία φορά, σχεδόν τα 2/3 των εργαζομένων μας μέσα στο 2010.	Να εφαρμοστεί η Αξιολόγηση σε ποσοστό πάνω από το 90% των Στελεχών.
Αριθμός εθνικότητας (αριθμός)	MA	MA	18	MA	Απασχολούμε εργαζομένους από 18 διαφορετικές εθνικότητες.	MA
Ποσοστό υπερωριών και υπερεργασίας	5,59	5,29	4,12	MA	Μειώσαμε κατά 22% το ποσοστό υπερεργασίας και υπερωριών στο σύνολο.	MA

ΕΝΟΤΗΤΑ
**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2008**
**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2009**
**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
2010**
**ΣΤΟΧΟΣ
2010**
**ΠΡΟΟΔΟΣ
2010**
**ΣΤΟΧΟΣ
2011**

7. ΚΟΙΝΩΝΙΑ

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

Κοινωνικά Παντοπωλεία (αριθμός)	2	3	3	Να υποστηρίξουμε τουλάχιστον 1.000 οικογένειες.	Μέσα στο 2010, αυξήσαμε κατά 50% τις οικογένειες που ανά εξαήμερο επωφελούνται από τα Κοινωνικά Παντοπωλεία.	Να υποστηρίξουμε τουλάχιστον 1.200 οικογένειες, μέσω των Κοινωνικών Παντοπωλείων.
Προσφορά προϊόντων (εκατ. €)	0,81	1,44	2,1	MA	Αυξήσαμε κατά 45,9% την αξία των προϊόντων που διανεμήθηκαν από τα Κοινωνικά Παντοπωλεία το 2010.	MA
Ενημέρωση πολιτών για θέματα υγιεινής / Ισορροπημένης διατροφής (αριθμός)	MA	600.000	1.000.000	MA	Ενημερώσαμε 1.000.000 πολίτες για θέματα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής.	MA
Κοινωνικές ενέργειες σε χρήματα (€)	177.610	77.419	111.635	MA		MA
Τελεσίδικα πρόστιμα Επιτροπής Ανταγωνισμού	MA	0	0	MA		MA
Συμμετοχή εργαζομένων σε αιμοδοσία (αριθμός)	66	99	76	MA	Μειώθηκε η συμμετοχή των εργαζομένων σε εθελοντική αιμοδοσία κατά 23%.	MA

MA = Μη αναφερόμενο στοιχείο

2. ΟΡΟΛΟΓΙΑ

Για την πληρέστερη ανάγνωση του Απολογισμού, παρακαλούμε να δώσετε έμφαση στα συχνά χρησιμοποιούμενα σύμβολα και όρους που ακολουθούν:

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 συμπεριλάβουν 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. ΠΙΝΑΚΕΣ GRI ΚΑΙ GLOBAL COMPACT

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται 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 γαλάζιο φόντο, ενώ οι κύριοι (Core Indicators) με λευκό.
- Η κάλυψη χαρακτηρίζεται ως Πλήρης (Π), Μερική (Μ), Μη Αναφερόμενη (ΜΑ) ή Μη Εφαρμόσιμη (ΜΕ).

Πίνακας Global Compact

ΑΡΧΗ	ΘΕΜΑ	ΕΝΟΤΗΤΑ	ΚΑΛΥΨΗ
Ανθρώπινα Δικαιώματα			
1.	Υποστήριξη και σεβασμός της προστασίας διεθνώς αποδεκτών ανθρωπίνων δικαιωμάτων	VI-4, IV-2	Π
2.	Εξασφάλιση μη εμπλοκής 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 τις μορφές	VII-4	Π

Πίνακας Αρχών GRI

Παρ/φος GRI	Ενότητα	Κάλυψη/ Λόγος μη αναφοράς
1.1	Γ	Π
1.2	Γ, I-3	Π
2.1	B	Π
2.2	Δ-3	Π
2.3	Δ-5	Π
2.4	A	Π
2.5	Δ-1	Π
2.6	Δ-1	Π
2.7	Δ-1	Π
2.8	Δ-1	Π
2.9	ME	Π
2.10	I-5	Π
3.1	A	Π
3.2	ME	Π
3.3	B	Π
3.4	A	Π
3.5	I-3	Π
3.6	A	Π
3.7	A	Π
3.8	A	Π
3.9	A	Π

Παρ/φος GRI	Ενότητα	Κάλυψη/ Λόγος μη αναφοράς
3.10	A	Π
3.11	A	Π
3.12	E-3	Π
3.13	A	Π
4.1	Δ-5, I-2	Π
4.2	Δ-5	Π
4.3	Δ-5	Π
4.4	Δ-5	Π
4.5	Δ-5, I-2	Π
4.6	Δ-5	Π
4.7	Δ-5, I-2	Π
4.8	VI-4	Π
4.9	Δ-5, I-2	Π
4.10	Δ-5	Π
4.11	V-2,3	Π
4.12	Δ-5	Π
4.13	Δ-5	Π
4.14	I-4	Π
4.15	I-4	Π
4.16	I-4	Π
4.17	I-4	Π

Πίνακας Δεικτών GRI

Δείκτης GRI	Ενότητα	Κάλυψη	Δείκτης GRI	Ενότητα	Κάλυψη
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ			ΕΡΓΑΣΙΑ		
Στόχοι και Επίδοση	II-1	Π	Στόχοι και Επίδοση	VI-1	Π
Πολιτικές	II-1	Π	Πολιτικές	VI-1	Π
Επιπλέον Πληροφορίες	II-1, Δ-5	Π	Οργανωτική Ευθύνη	VI-1, I-2	Π
Οικονομική επίδοση			Εκπαίδευση και Ενημέρωση	VI-6	Π
EC1	II-2	Π	Παρακολούθηση και Ανασκόπηση	IV-2,4	Π
EC2	Γ, III-3, Δ-5	Μ	Επιπλέον Πληροφορίες	VI-1	Π
Παρουσία στην αγορά			Δίκαιη μισθοδοσία ανδρών-γυναικών	VI-1	Π
EC6	IV-2	Π	Απασχόληση		
EC7	VI-2	Π	LA1	VI-2	Π
Έμμεσες οικονομικές επιδράσεις			LA2	VI-2	Π
			LA3	VI-6	Π
			Υγιεινή και Ασφάλεια		
			LA6	VI-3	Μ
			LA7	VI-3	Π
			LA8	VI-3	Μ
			LA9	VI-7,3	Μ
			Εκπαίδευση και επιμόρφωση		
			LA10	VI-5	Π
			LA12	VI-5	Π
			LA13	VI-2	Π
			Δίκαιη Μισθοδοσία		
			LA14	VI-4	Μ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ		
Στόχοι και Επίδοση	III-1,8	Π	Στόχοι και Επίδοση	VI-1, IV-1	Π
Πολιτικές	III-1,	Π	Πολιτικές	VI-2, VI-2,4	Π
Οργανωτική Ευθύνη	II-1A	Π	Οργανωτική Ευθύνη	I-2	Π
Εκπαίδευση και Ενημέρωση	III-8, VI-5	Π	Εκπαίδευση και Ενημέρωση	IV-6	Π
Παρακολούθηση και Ανασκόπηση	III-7, IV-4	Π	Παρακολούθηση και Ανασκόπηση	VI-2, VI-2,4	Π
Επιπλέον Πληροφορίες	III-1-8	Π	Επιπλέον Πληροφορίες	VI-2, VI-2,4	Π
Υλικά			Αξιολόγηση Οργανωτικών Κινδύνων	VI-2, VI-2,4	Π
EN2	III-2	Μ	Αξιολόγηση Επίδρασης	VI-2, VI-2,4	Π
Ενέργεια			Πρακτικές επενδύσεων & προμηθειών		
EN3	III-3	Π	HR1	IV-2,4	Μ
EN4	III-3	Μ	HR2	IV-2,4	Μ
EN7	III-8	Μ	Έλλειψη διακρίσεων		
Νερό			HR4	VI-4	Π
EN8	III-5	Μ	Ελευθερία συνδικαλισμού & διαπραγματεύσεων		
Βιοποικιλότητα			HR5	VI-7	Μ
EN11	III-2	Μ	Παιδική εργασία	VI-7, IV-4	Μ
EN12	III-2	Π	HR6		
Καυσαέρια, ρευστά απόβλητα, απόβλητα			Εξαναγκασμένη και υποχρεωτική εργασία		
EN16	III-3	Π	HR7	VI-7, IV-4	Π
EN17	III-3	Μ	Αυτόχθονες		
EN19	III-6	Π	HR9	VI-4	Μ
EN20	III-6	Μ			
EN22	III-4	Μ			
EN24	III-8, 4	Μ			
Προϊόντα & υπηρεσίες					
EN26	III-8	Π			
EN27	III-8	Μ			
Συμμόρφωση					
EN28	III-7, VII-6	Π			
Μεταφορές					
EN29	III-3	Μ			



Δείκτης GRI	Ενότητα	Κάλυψη	Δείκτης GRI	Ενότητα	Κάλυψη
ΚΟΙΝΩΝΙΑ			ΠΡΟΪΟΝΤΑ		
Στόχοι και Επίδοση	VII-1	Π	Στόχοι και Επίδοση	V-1	Π
Πολιτικές	VII-1	Π	Πολιτικές	V-1	Π
Οργανωτική Ευθύνη	I-2	Π	Οργανωτική Ευθύνη	I-2	Π
Εκπαίδευση και Ενημέρωση	VI-5	Π	Εκπαίδευση και Ενημέρωση	VI-6	Π
Παρακολούθηση και Ανασκόπηση	VII-2, VI-4	Π	Παρακολούθηση και Ανασκόπηση	V-1, IV-4	Π
Επιπλέον Πληροφορίες	VII-1-5	Π	Επιπλέον Πληροφορίες	V-1-7	Π
Κοινότητα			Υγιεινή και Ασφάλεια πελατών		
SO1	VII-2-7	Π	PR1	V-2	M
Διαφθορά			PR2	V-5,8	Π
SO2	VII-5,6	Π	Σήμανση		
SO3	VII-5,6	M	PR3	V-5	M
SO4	VII-5,6	Π	PR4	V-8	Π
Δημόσια πολιτική			PR5	V-7	Π
SO5	VII-5	Π	Επικοινωνία Marketing		
Αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά			PR6	V-6	M
SO7	V-8, VII-6	Π	PR7	V-8	Π
Συμμόρφωση			Απόρρητο πελατών		
SO8	V-8, VII-6	Π	PR8	VII-6	M
			Συμμόρφωση		
			PR9	V-8	M





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

Ο Απολογισμός έχει τυπωθεί σε χαρτί από πιστοποιημένα ξύλα FSC.

