



**Devenez LEADER
de la Transition Alimentaire !**

**SCORE RSE et Transition Alimentaire
Multiformats 2026**



Bonjour,

Vous êtes directrice ou directeur d'un Hypermarché, Market ou magasin de Proximité — intégré ou franchisé, vous avez un rôle clé à jouer dans la Transition Alimentaire !

Prenez le leadership sur ce sujet stratégique !

Des actions concrètes, des exemples inspirants et des ressources pratiques sont à votre disposition pour mettre en œuvre la Transition Alimentaire dans votre point de vente, au plus près des attentes de vos clients.

Évaluez vos engagements : une fois vos actions déployées, complétez le [questionnaire](#) pour obtenir votre **Score RSE & Transition Alimentaire**.

N'hésitez pas à y partager vos remarques ou suggestions : elles sont précieuses pour faire évoluer notre démarche collective.

Toute l'équipe RSE reste pleinement mobilisée pour vous accompagner.

Bonne mise en œuvre à tous, et excellentes ventes !

Thomas BOU

Le Score RSE & Transition Alimentaire en 3 étapes

ETAPE 1 : Passez en revue les actions 1 à 60,
et identifiez celles qui manquent dans votre magasin

ETAPE 2 : Mettez en oeuvre les actions manquantes

ETAPE 3 : Répondez au questionnaire en y ajoutant vos commentaires, demandes ou suggestions

et **recevez votre SCORE RSE & TA** par mail

Découvrez...

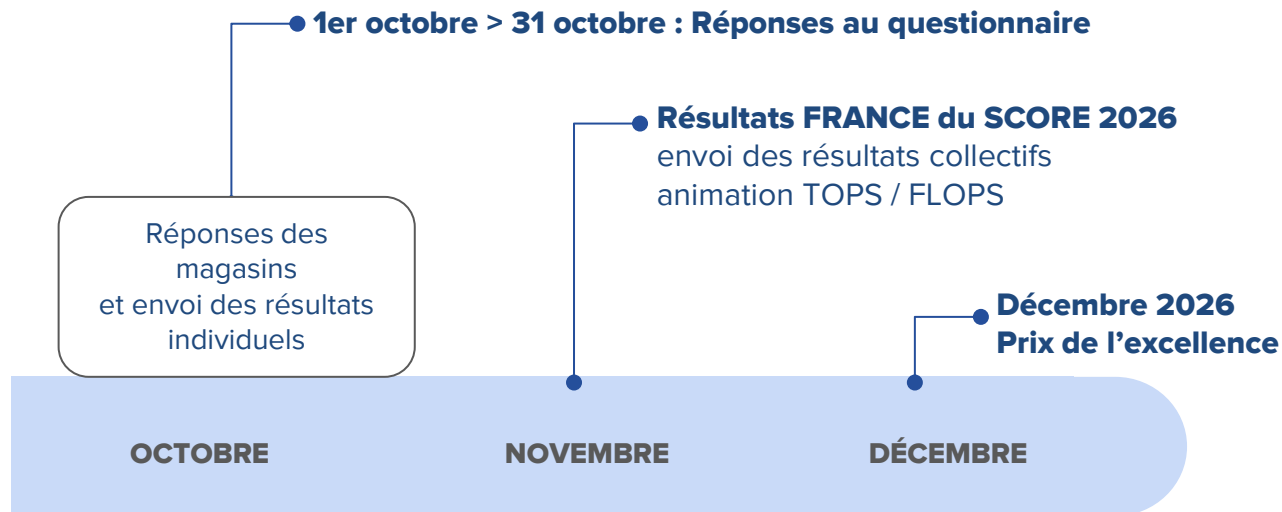
Les actions **ESSENTIELLES**

De 1 à 40, les actions sont accessibles à tous les magasins et peuvent être mises en oeuvre sur l'ensemble du territoire.

Les actions **INNOVANTES**

De 41 à 60, les actions innovantes ne sont pas encore déployables, mais peuvent vous donner des idées. N'hésitez pas à indiquer vos souhaits dans les commentaires du questionnaire.

Agenda 2026



NOUVEAUTÉ : Le SCORE RSE & Transition Alimentaire vous sera communiqué 1 fois par an.



SOMMAIRE

ACTION 1 : Signalétique ACT FOR FOOD 2

ACTION 2 : Animations produits engagés

ACTION 3 : BIO / Durable implantation

ACTION 4 : BIO / Durable balisage PLV

ACTION 5 : Carrefour BIO

ACTION 6 : BIO Rayons Vrac

ACTION 7 : Modes d'élevage oeufs

ACTION 8 : Alternatives végétales

ACTION 9 : Produits "SANS"

ACTION 10 : Produits régionaux et locaux

ACTION 11 : Fruits et Légumes de saison

ACTION 12 : Plastiques à usage unique

ACTION 13 : Alternatives aux eaux en bouteille

ACTION 14 : Produits d'entretien DIY

ACTION 15 : Produits à usage multiples

ACTION 16 : Sacs réutilisables

ACTION 17 : "Apporte ton contenant"

ACTION 18 : Sacs consignés au Drive

ACTION 19 : Caisses réutilisables

ACTION 20 : Contrôles des dates

ACTION 21 : DLC courtes

ACTION 22 : DDM dépassées

ACTION 23 : Produits abîmés / réparés

ACTION 24 : Paniers anti-gaspi

ACTION 25 : Viennoiseries en vrac

ACTION 26 : Fleurs et plantes fanées

ACTION 27 : Dons aux associations

ACTION 28 : Opérations solidaires

ACTION 29 : Non-impression ticket de caisse

ACTION 30 : Distribution prospectus papier

ACTION 31 : Heures silencieuses

ACTION 32 : 10 signes - langue des signes

ACTION 33 : Sensibilisation diversité inclusion

ACTION 34 : Energie et éco-gestes

ACTION 35 : Energie - respo, outil et alerte

ACTION 36 : Meubles, LED, centrale froid

ACTION 37 : Enseigne lumineuse éteinte

ACTION 38 : Réduction de la conso d'eau

ACTION 39 : Tri des déchets

ACTION 40 : Déchets clients

ACTION 41 : Ambassadeur réseaux sociaux

ACTION 42 : "La Bonne Idée"

ACTION 43 : Emballage consigné

ACTION 44 : Mayam

ACTION 45 : Produits hors standard

ACTION 46 : Produits reconditionnés

ACTION 47 : Service LAD sacs consignés

ACTION 48 : Autres zones anti-gaspi

ACTION 49 : Innovation anti-gaspi

ACTION 50 : Recettes saines

ACTION 51 : Dons alimentation animale

ACTION 52 : Chariots adaptés handicap

ACTION 53 : Solutions handi-accessibles

ACTION 54 : Sensibilisation enjeux climat

ACTION 55 : Collectes locales de dons clients

ACTION 56 : Fontaines à eau et gourdes

ACTION 57 : Machine collecte bouteilles PET

ACTION 58 : Panneaux photovoltaïques

ACTION 59 : Bornes de recharge

ACTION 60 : Affiches SCORE RSE & TA

Cliquez sur chacune des actions pour être redirigé



40 ACTIONS ESSENTIELLES

ACTION 1

La signalétique Act For Food 2 est en place et mes équipes sont formées

5 engagements clés pour RENDRE LA TRANSITION ALIMENTAIRE ACCESSIBLE



La marque bio la
moins chère du
marché



La MDD qui a le
meilleur rapport
qualité / petits prix du
marché :
goût x accessible x
"healthy"



Des produits PFT
bons et
responsables,
accessibles grâce à
la FQC

VEGETAL &
REGIMES
SPECIFIQUES

L'enseigne leader
avec le plus large
choix de veggie, de
"sans" et "hyper"
(MDC et MN)

LOCAL
/ NATIONAL

Préférence
(lorsque possible)
pour la production
locale / du pays

Act For Food au coeur du plan d'animation commerciale : (Promo/fidélité, recommandations personnalisées, éducation)

PRIX X GOUT



[PLV ACT FOR FOOD 2](#)



ACTION 2

Des mises en avant et animations sont proposées à mes clients pour découvrir les produits engagés MDC et MN

**Contacter les forces de vente
des marques nationales pour
animer et mettre en avant leurs
produits engagés :**

 [Book d'animations HM SM 2025](#)

 [Produits Engagés](#)



Pensez-y !

**OP temps forts bio :
sécuriser les engagements
promo et la théâtralisation !**



Exemple : Bio BJORG

Produits “Engagés”

> Labels certifiés durables :

- Bio
- Commerce équitable
- Pêche durable
- Agro-écologie
- Ecolabel
- Bois-papier durable

> Reflets de France

> Alternatives végétales

> Sans emballage

(vrac, consigne)

> Filière Qualité Carrefour

> Les produits “sans”

:

- sans ALCOOL
- sans GLUTEN
- sans LACTOSE
- sans NITRITES

ACTION 3

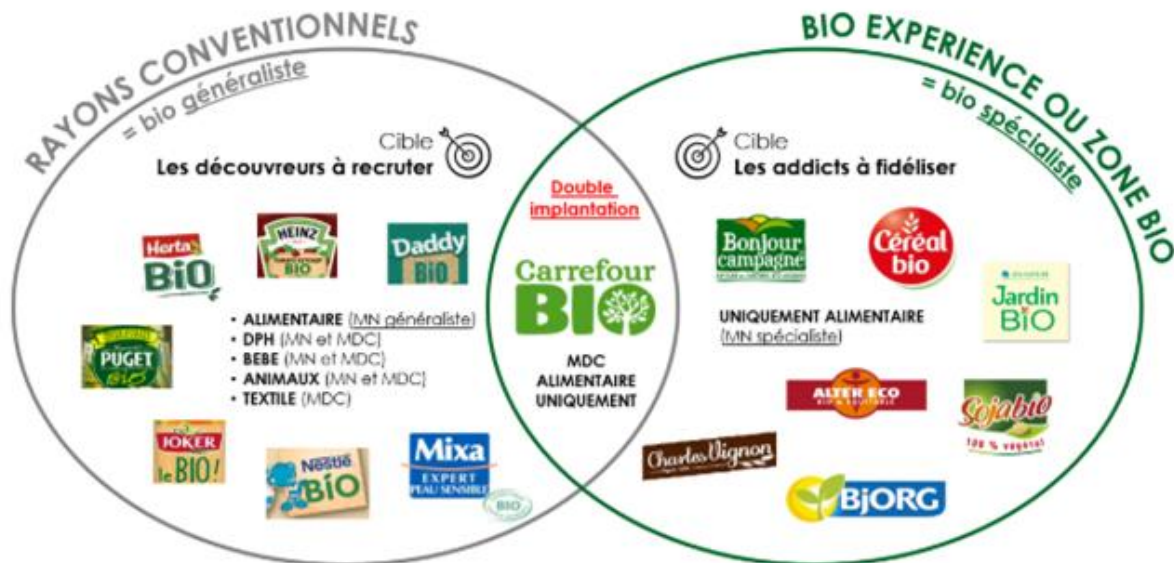
L'offre de produits BIO et durables est implantée selon les plans merch

> **Suivre l'implantation** des familles (plans merch)

> **Consulter les dossiers d'accompagnement**



Bio expérience : respecter la **double implantation** prévue



ACTION 4

L'offre de produits BIO et durables est balisée avec la PLV dédiée

Installer la **PLV dédiée aux produits bio et durables**
dans la **ZONE BIO EXPÉRIENCE** ... et dans chaque **RAYON** pour valoriser l'offre.



Installer la **PLV Club Carrefour AVANTAGE BIO**



[PLV Produits bio et durables](#)

ACTION 5

Le TOP références Carrefour BIO est présent et mis en avant en magasin



 [Liste Top réf MDC BIO 2025 \(CA\)](#)

Installer des Boxs et des Boutiques Carrefour Bio

dans le magasin
pour créer l'achat
d'impulsion !

 [Lien commande boxs et boutiques](#)



Box BIO
3523670294540
IFLS : U58192
PCB : 2 boxs
29,50€ / unité



Boutique BIO
PCB : 1 boutique
75€ / unité

ACTION 6

Mon rayon vrac est propre, entretenu et un référent est nommé

Pour en savoir plus



Vrac bio :
Guide des bonnes pratiques



[PLV](#)



[Procédure vrac bio - Hyper](#)



[Procédure vrac bio - Market](#)



[Cap Formation : Maîtriser le Vrac Bio](#)



MEMO

Les étiquettes des produits vrac sont à changer chaque année (ex : code couleur par année : 2024 = coin jaune)

AUTRES VRACS

ÉCRITURE VRAC



[Guide de mise en place](#)



VRAC PREMIER PRIX



[PLV Vrac Premier Prix](#)



VRAC ANIMALERIE



[Guide de mise en place](#)



ACTION 7

Les modes d'élevage des oeufs sont signalés avec la PLV dédiée



PLV élevage des oeufs

Pour les rayons réduits :
bandes de rives + frontons
+ bannière “Comment choisir”



ÉLEVAGE AU SOL

ÉLEVAGE PLEIN AIR

ÉLEVAGE AU SOL & PLEIN AIR

ÉLEVAGE EN CAGE & AU SOL

Demi module



Module neutre



Demi module

COMMENT CHOISIR SES OEUFS ?

Code de traçabilité de l'élevage
3 lettres = le site d'élevage
2 chiffres = numéro du bâtiment de cet élevage
Code du pays
FR = France

Mode d'élevage
0 = Œuf bio
1 = Œuf de poules élevées en plein air
2 = Œuf de poules élevées au sol
3 = Œuf de poules élevées en cage

1 FR XXX00

Carrefour



ACTION 8

Les produits d'alternatives végétale sont signalés avec la PLV dédiée

Pour en savoir plus



direction concepts hypers
& expérience client

Book de supports
"ALTERNATIVE VÉGÉTALE"

Jérôme Pecquet
29 déc 2023



[Guide de mise en place](#)



[PLV alternative végétale](#)



[Liste des références](#)



[CAP FORMATION : Comprendre les
nouveaux comportements alimentaires](#)



ACTION 9

Les produits “SANS” sont signalés avec la PLV dédiée

Pour en savoir plus



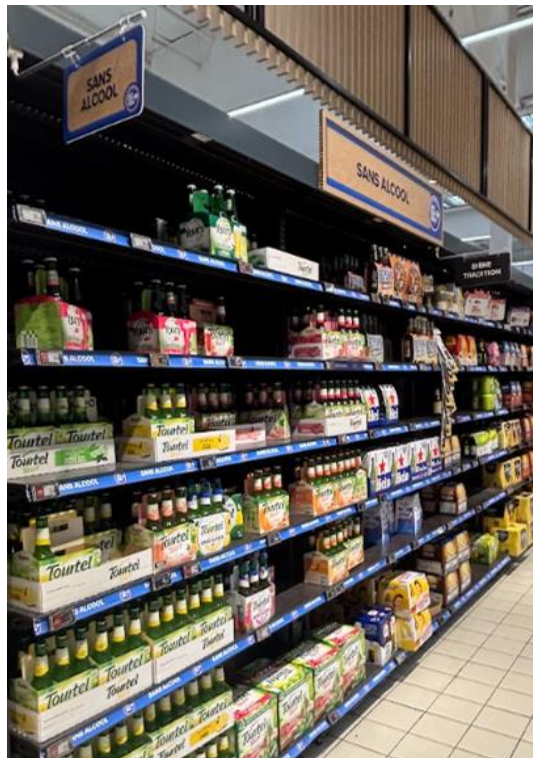
Implantation
Produits d'alternative végétale
& produits “SANS”

 [Guide de mise en place](#)

 [PLV SANS](#)

 [Liste des références](#)

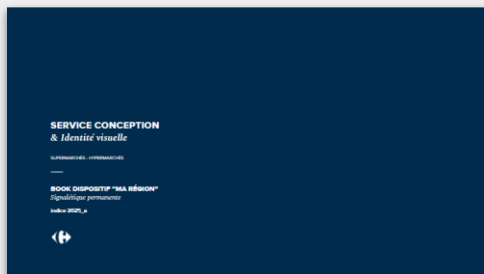
 [CAP FORMATION : Comprendre les nouveaux comportements alimentaires](#)



ACTION 10

Les produits régionaux et locaux issus de producteurs basés dans ma région sont signalés avec la PLV dédiée

Pour en savoir plus



 [Guide de mise en place](#)



ACTION 11

Les Fruits et Légumes de saison sont mis en avant avec la PLV dédiée



[PLV calendrier](#)



[PLV c'est la saison](#)

Pour en savoir plus



[CAP FORMATION : "Fruits et Légumes de saison"](#)



- [Bien réussir l'hivers](#)
- [Bien réussir le printemps](#)
- [Bien réussir l'été](#)
- [Bien réussir l'automne](#)

ACTION 12

L'utilisation de plastiques à usage unique est limitée le plus possible dans mes laboratoires et rayons PFT

EXEMPLES À NE PAS SUIVRE



RÈGLES D'EMBALLAGES À SUIVRE

Les fruits et légumes sont sans emballages plastique

sauf les emballages inférieurs à 1.5kgs étant des exceptions autorisées par la réglementation

Les fruits et légumes découpés : ne pas emballer dans

une barquette mais uniquement dans un film tous les produits tranchés unitaires: 1/4 melon, 1/2 melon, 1/2 pastèque, 1/4 pastèque, 1/8 pastèque.... Stopper les petites tranches.

Fromage coupe

Pas de barquette pour les fromages à pâte dure

Fleurs et Plantes

Emballer les bouquets faits sur place avec du papier kraft seulement, sauf si demande client explicite

Lots PFT et PGC

Pas de suremballages réalisés en magasin autour de produits emballés (ex : lot cadeau festif etc.)

ACTION 13

Les alternatives aux eaux en bouteilles plastiques sont multi-implantées en rayons : EPCS, Liquides, cross merch Café

Pour en savoir plus

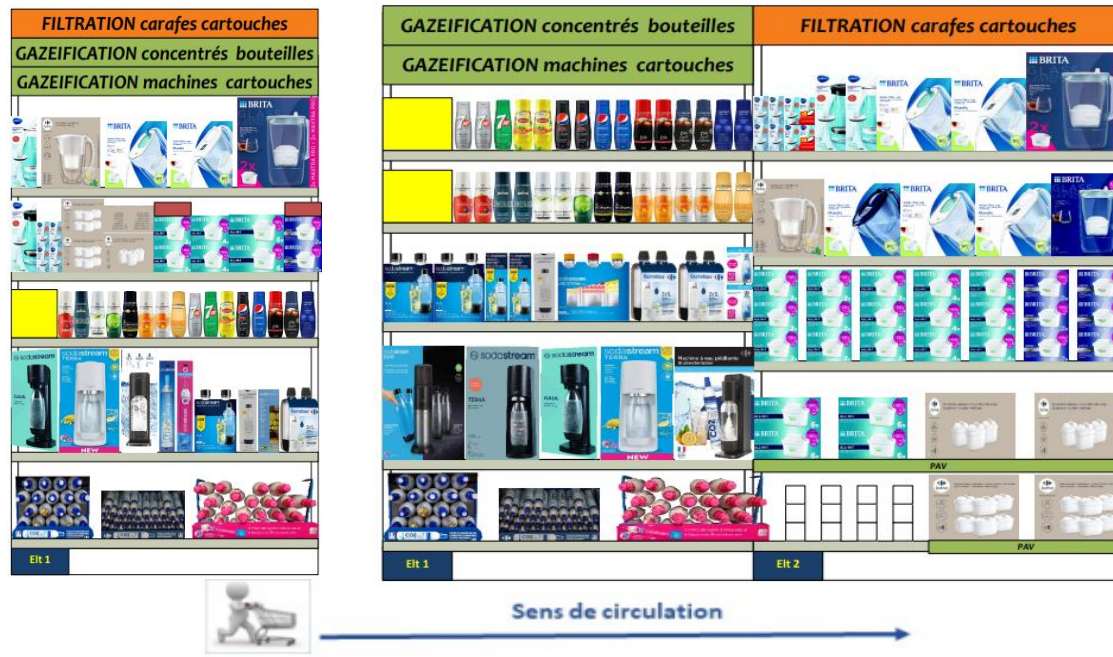


[Guide de mise en place](#)

Meuble BRITA additionnel



Plusieurs possibilités d'espaces sont à votre disposition, à adapter selon votre surface (joue de TG, meuble brita additionnel, ...)



ACTION 14

Les produits d'entretien à faire soi-même sont regroupés et signalés avec la PLV dédiée



[PLV Produits d'entretien](#)



Compagnie du
Bicarbonate (3 TAN
+ DEV TAC)

FDV du fournisseur à utiliser



Verre doseur + produits
3760292674125
T1 HM / T2 SM



Cristaux de soude 1KG +
Copeaux savon de
marseille 1KG
3760292671391
3760292671551
T2 HM / T4 SM

T1 HM DIY 2025



T2 HM DIY 2025



ACTION 15

Les produits non alimentaires à usage multiple (gourdes, lunchbox, vaisselle réutilisable...) sont mis en avant en rayons

Pour en savoir plus



 [Guide de mise en place](#)

La mise en rayon, c'est :

- Un élément ou une TG
- 19 produits nomades en plastique recyclé: boîte à salade, boîte à sandwich, boîte à yaourt, sac à main/ sac à dos/ sac bandoulière isotherme, gourde, mug, bouteille inox ou en verre.

Méthode :

- TAC n°015213 contenant nomades.
- Remplir la fiche navette pour activer le TAC.
- Définir un emplacement TG (préconisation ZM, ou près du snacking).
- Plan Merch sera disponible sur Adiplan.



ACTION 16

Les sacs réutilisables sont mis en vente dans les différents secteurs du magasin : caisses, fruits et légumes, vrac, surgelés

EN CAISSE CABAS



[QUICK WIN SACS CAISSES](#)

SURGELÉS ISOTHERMES

4009044287534
4009044275982



CASIER PLIABLE

3616479225867



Casier pliable 45L gris CARREFOUR HOME

le casier pliable

Description

[Voir plus](#)

Casier pliant. Contenance : 45 Litres. En polypropylène. Charge max : 50 kg. Coloris : gris.

Caractéristiques du colis

Dimensions (L x l x H) : 54 cm x 37 cm x 28 cm

Poids : 1 g

ACTION 17

Le programme “Apporte Ton Contenant” avec remise fidélité est affiché et promu par les équipes aux rayons frais traditionnels

Pour en savoir plus



“Apporte ton Contenant” et Fidélité
10 centimes / contenant

Octobre 2024



[Guide de mise en place](#)



Clés de réussite :

1) Accueil au stand

L'employé propose systématiquement la solution



2) Hygiène

Refuser tous les contenants sales



ACTION 18

Le Drive utilise les sacs consignés et incite les clients à les rapporter pour les réutiliser

Pour en savoir plus



Sac Drive

Code One Buy : 9713236189234



[Présentation des sacs consignés](#)

ACTION 19

Les produits en caisses réutilisables (IFCO ou équivalent) sont favorisés lors des commandes Boucherie, Marée, Fruits et Légumes

En tant que magasin, je dois :

Retourner les bacs IFCO vers les entrepôts Reverse au fil de l'eau
(Déclaration via SYSTER)

En tant que magasin, je ne dois PAS :

Les réutiliser pour du stockage en magasin



MEMO

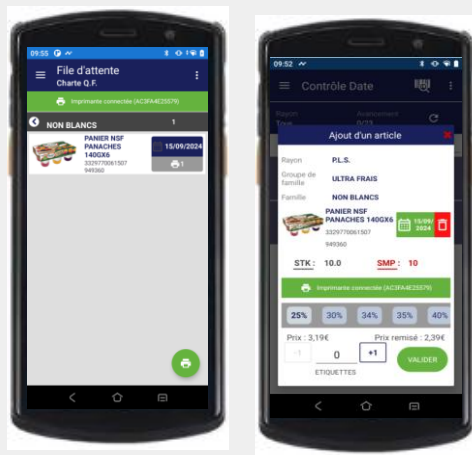
Les bacs IFCO sont propriété du groupe IFCA



ACTION 20

Le contrôle des dates de péremption est fait quotidiennement avec un outil de gestion dédié

DEAVA : DEmarque et Antigaspi Via Application



 [Support d'information](#)

 [Plateforme démarque](#)

LE SAVIEZ-VOUS ?

Vous pouvez imprimer vos étiquettes directement sur DEAVA, sans passer par CAROMobile

Impression immédiate si imprimante Zébra disponible et appairée.

Impression différée si imprimante non disponible impression lancée ultérieurement depuis la file d'attente d'étiquettes

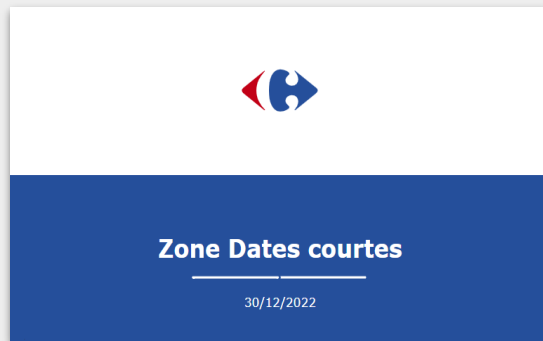


Exemples d'étiquettes
sur imprimante portable
(Bluetooth Zebra ZQ-620)

ACTION 21

Les produits frais en DLC courtes sont proposés soldés dans une zone anti-gaspi dédiée et/ou dans leurs rayons

Pour en savoir plus



 [Guide de mise en place](#)

 [CAP FORMATION : Mission Anti Gaspi](#)

 [CAP FORMATION : Casse la démarque](#)



ACTION 22

Les produits Épicerie et Liquide en DDM dépassée sont proposés soldés dans une zone anti-gaspi dédiée et/ou dans leurs rayons

Pour en savoir plus



Zone Dates dépassées

30/12/2022



[Guide de mise en place](#)



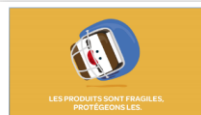
[Liste produits éligibles](#)



ACTION 23

Les produits abîmés ou dont l'emballage a été réparé sont proposés soldés dans une zone anti-gaspi dédiée et/ou dans leurs rayons

Pour en savoir plus



**Collez,
réparez,
vendez...**

Atelier de réparation

16/03/2022 (mis à jour le 03/11/2022)



[Guide de mise en place](#)

Les produits réparés / abîmés



ACTION 24

Des paniers antigaspi sont proposés aux clients aux Fruits et Légumes et à travers une application de paniers surprise

PANIER ZÉRO GASPI CARREFOUR



Pour en savoir plus

 [Guide de mise en place - Hyper](#)

 [Guide de mise en place - Market](#)



PANIER TOO GOOD TO GO

Pour en savoir plus

 [Plateforme démarque](#)



ACTION 25

Les viennoiseries en vrac sont proposées à prix réduits en fin de journée

EN BOX



 [Guide de mise en place](#)

À -50%

Activation automatique au national
Toutes les viennoiseries du meubles vracs
passent à -50% à la caisse 1h avant la fermeture
du magasin



ACTION 26

Les Fleurs et Plantes légèrement fanées sont proposées avec remise

En cas de surstock ou si les plantes et végétaux sont légèrement défraîchis ou abîmés



Zébrer les produits

Préco : >34%



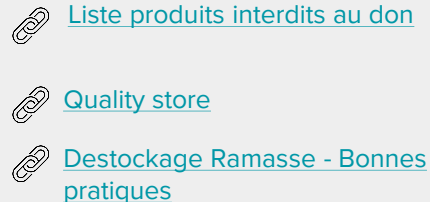
Mettre en vente dans la zone de destockage

MEMO

Valable également pour les plantes du rayon jardin



Les invendus alimentaires et/ou non-alimentaires sont donnés aux associations sous convention de mécénat



ACTION 28

Les opérations NATIONALES de solidarité sont mises en avant en magasin (Restos du Coeur, Téléthon, Banques Alimentaires...)

Collectes alimentaires nationales :

-  [Guide bonnes pratiques](#)
-  [Dispositif kits solidaires](#)

Collecte de dons financiers :

-  [Valise GENCOD national](#)
-  [Valise Arrondi](#)

Autres activations :

-  [Produit partage](#)
-  [Opération commerciale de vignettes solidaires](#)
-  [Campagnes Aide d'urgence](#)
-  [Boîte de collecte pérenne](#)



ACTION 29

La non-impression du ticket de caisse est systématique sauf demande client et l'application Carrefour est mise en avant



TOUS VOS TICKETS DE CAISSE DANS VOTRE APPLI CARREFOUR

FACILITEZ-VOUS LA VIE TÉLÉCHARGEZ L'APPLI

BESOIN DE VOTRE TICKET DE CAISSE ? RETROUVEZ-LE SUR L'APPLICATION CARREFOUR OU DEMANDEZ-LE EN CAISSE*

*Conformément à la loi du 22 août 2021

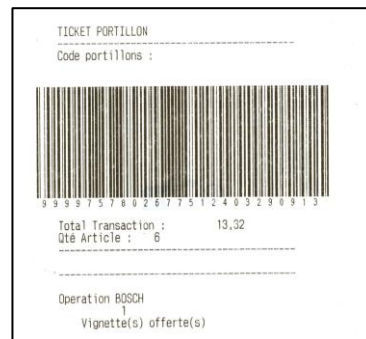
Sous réserve d'avoir rattaché votre carte de fidélité à votre espace personnel

QR code linking to the Carrefour app

 [PLV non-impression](#)

EXCEPTION :

Pour les sorties SCO, un ticket de caisse réduit reste automatiquement imprimé, pour les sorties au portillon



ACTION 30

Les prospectus papier ne sont pas distribués dans les boîtes aux lettres

Pour en savoir plus

Contexte

Pourquoi le Digital est important ?

- > Carrefour contribue à la lutte contre le gaspillage en limitant sa consommation de papier
- > Plan Strat 2026 : 80% de catalogues digitalisés en France dès 2024.

Quels sont les enjeux pour Carrefour ?

- > Nous devons convertir nos clients vers le digital → téléchargement de l'app.
Enjeu : 7 Millions de téléchargements en 2023
- > Nous devons travailler des solutions de "digitalisation de la promotion" sans perdre un euro de CA et sans perdre un client.



Booster le téléchargement de l'App



[Guide de mise en place pros digitaux
exemple région Nord](#)



[CAP FORMATION :
Découvrir l'application Carrefour](#)



ACTION 31

Les heures silencieuses sont en place quotidiennement, les horaires sont affichées et mes équipes sont informées

La musique et la radio sont éteints tout ou une partie de la journée



[PLV Heures Silencieuses](#)



Les heures silencieuses

Tous les jours de 8h30 à 9h30, de 12 h à 14 h et de 16h à 17h.

Sons et lumières réduits pour accueillir nos clients atteints d'un trouble de l'autisme ou préférant les atmosphères calmes.

Carrefour 

ACTION 32

Mes collaborateurs au contact de mes clients sont formés aux 10 signes de la langue des signes

FORMER



Sensibilisation à la surdité

Parcours
🕒 15 minutes

 **CAP FORMATION :**
[Sensibilisation à la surdité](#)

Formation à réaliser au moins 1 fois
par le collaborateur à son arrivée.

INFORMER

A afficher :

- au point d'accueil
- à chaque caisse
- en salle de pause



 [Vidéo](#)



 [Fiche MÉMO Langue des Signes \(à imprimer\)](#)

ACTION 33

Mes équipes sont sensibilisées, tous les ans, aux sujets du handicap, de la diversité et de l'inclusion

FORMER



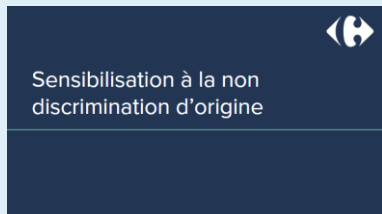
 CAP FORMATION :
Changeons notre regard
sur le handicap



 CAP FORMATION :
Mission Handicap



 CAP FORMATION :
Embrasser la diversité
et l'inclusion



 Formation Annuelle

Chaque formation est à réaliser au moins

1 fois pour chaque collaborateur,

idéalement dès son arrivée.

SENSIBILISER & ACCOMPAGNER



 Sensibilisation et guides de
présentation du dispositif
d'accompagnement

ACTION 34

Les règles de management de l'énergie (MDE) sont mises en place et les éco-gestes affichés en réserves, PFT et locaux sociaux

Pour en savoir plus



 [Guide de mise en place](#)



 [PLV affiches à imprimer](#)

ACTION 35

La gestion de l'énergie est confiée à un responsable, elle est suivie et un outil de gestion à distance et d'alerte est en place

Pour en savoir plus

 [Présentation Energy Center](#)

 [Guide de mise en place GTB HM](#)



Pour une bonne gestion de l'énergie :

 [Fiche 1](#)

 [Fiche 2](#)

 [Fiche 3](#)

ACTION 36

Les meubles froid sont fermés, les éclairages sont en LED et la centrale froid fonctionne au fluide naturel

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le froid = 50% de la consommation d'énergie de votre magasin

ATTENTION

Pour éviter sinistres & sur-consommation :
Respectez les hauteurs de chargements
Effectuez un nettoyage semestriel des meubles

Pour en savoir plus



[Lien vers Carrefour.com](https://www.carrefour.com)

FORMER



[CAP FORMATION : Sensibilisation à la consommation énergétique](#)

ACTION 37

Mon enseigne lumineuse est automatiquement éteinte hors des horaires d'ouverture

Le système automatique est réglé pour que l'enseigne lumineuse soit éteinte hors des horaires d'ouverture

- Réduire les coûts énergétiques
- Eviter la pollution lumineuse



ACTION 38

Réduction de la consommation d'eau Compteur d'eau

Principe

- Télérèlevé automatisée des compteurs d'eau.
- Consolidation des consommations en temps réel sur une plateforme dédiée.
- Système d'alertes intelligentes permettant d'identifier rapidement les dérives et fuites.
- Localisation des fuites pour limiter les sinistres et pertes invisibles.

Impact attendu

- Environ -10% de consommation d'eau, principalement grâce à la détection rapide des fuites et à la réduction des consommations anormales.
- Diminution des sinistres liés à l'eau.



ACTION 39

Un process de tri et de collecte est en place pour chacun des déchets issus de mon magasin, selon les bonnes pratiques de tri

Pour en savoir plus

Bonnes pratiques gestion des déchets magasins France

Avril 2024 - V6



 [Guide de mise en place](#)

Déchets Recyclables

1 Rappatrier les déchets en arrière magasin / réserve pour compactage ou massification (plastiques si pas de presse) → **Filières de tri**

 Carton → Rolls / Bac roulant / Presse	 Papiers → Bac spécifique	 Cintre → Bac spécifique	 Verre → Bac spécifique
 Métaux → contenant métaux	 Plastique souple translucide → rolls / presse plastique	 Plastique souple couleur → Sac plastique	 Plastique rigide → Bac Spécifique
 Bois / Cagettes → Zone bois	 Biodéchets → Bacs biodéchets	 Polystyrène → Bac polystyrène	 Déchet dangereux → Zone dédiée

2 Déchets valorisables → **Don (Association / Client)**

 Cintres	 Cagette	 Pain	 Biodéchets → Bacs biodéchets
Autres : Affiche de décoration, intercalaire, pain etc			

3 Déchets non valorisables et non donnables → **DIB**

 Déchets souillés → Bac résiduel	 Glassines → Bac résiduel
--	---

28

ACTION 40

Les déchets de mes clients sont récupérés par mon magasin selon la réglementation : piles, ampoules, DEEE, cartouches d'imprimante, jouets, articles de sport et de bricolage, biodéchets

Pour en savoir plus,
Les conditions d'éligibilité
sont détaillées dans :

 [Guide de mise en place
\(slides 15-18\)](#)





20 ACTIONS INNOVANTES

ACTION 41

Un salarié est ambassadeur réseaux sociaux de mon magasin et poste régulièrement les actions RSE et Transition Alimentaire

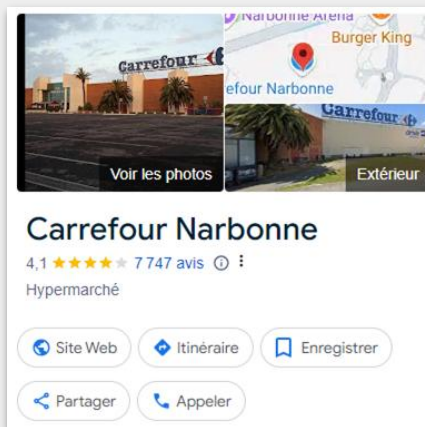
INFORMER MES CLIENTS



 [Exemple compte Carrefour Instagram](#)

 [Exemple compte Carrefour Facebook](#)

 [Exemple compte Carrefour TikTok](#)



 [Exemple compte Carrefour Narbonne Gmaps](#)

INFORMER MES COLLÈGUES



 [Plateforme Workplace Carrefour](#)



 [Exemple compte Carrefour LinkedIn](#)

ACTION 42

Le dispositif “LA BONNE IDÉE” est en place pour proposer de nouveaux produits innovants à mes clients

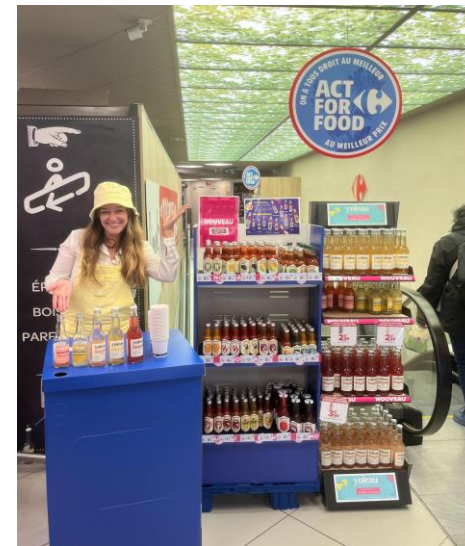
Pour en savoir plus



 [Guide de mise en place](#)



Espace dédié à La Bonne Idée à l'entrée du Market Paris Brune

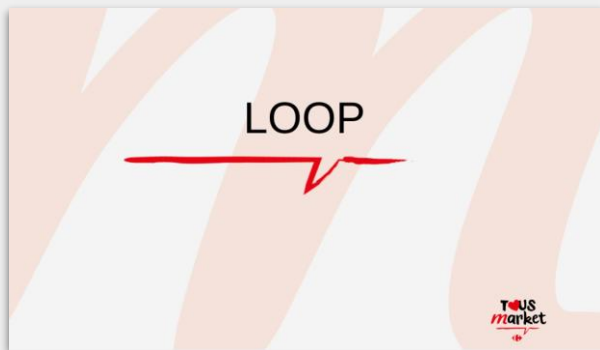


Animation au Market Paris Ornano

ACTION 43

Des produits dont l'emballage est consigné sont proposés à la vente et la reprise des emballages vides est faite en magasin

Pour en savoir plus

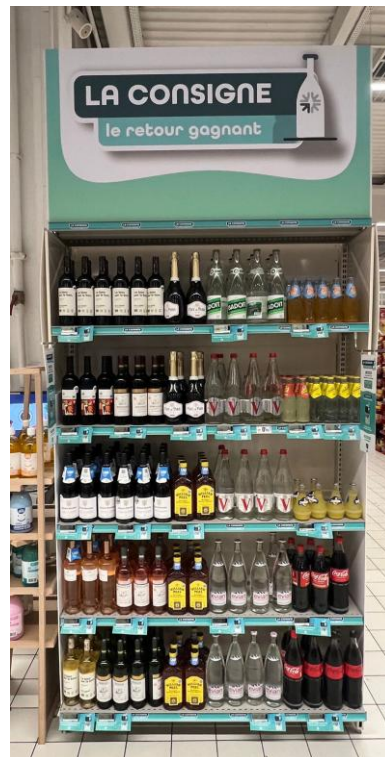


[Guide de mise en place Loop Market](#)



[Guide de mise en place R3PACK Est](#)

Contact pour obtenir un corner consignes :
aymeric_perrier@carrefour.com



ACTION 44

Une solution d'optimisation est mise en place sur le vrac Bio



MAYAM



[Guide de mise en place Mayam](#)

COPILOTE

ACTION 45

Des produits hors standard sont vendus et signalés dans mon magasin

Produits Nous Anti Gaspi



 [Guide de mise en place](#)

FL hors standard



Contact pour participer aux tests FL
déclassés : thomas_bou@carrefour.com

ACTION 46

Une offre non-alimentaire de produits reconditionnés est proposée à mes clients et signalée en rayons (seconde vie et réparation)



MEMO

Un produit reconditionné est un produit déjà utilisé qui a été remis à neuf ou réparé pour être commercialisé à nouveau

Partenariat Easy Cash



Cartouches d'encre d'imprimante reconditionnées et compatibles (Marque Jetline de Lama France)



Téléphonie



Autres :
Livres, jouets,
électroménager, textiles



 [Guide de mise en marché](#)

ACTION 47

Le service LAD Caisses est proposé avec des sacs consignés



Le code EAN du sac LAD est 9780201352399

Le sac consigné en livraison à domicile

Contexte:
En exclusivité chez Carrefour la consigne arrive pour les commandes livrées à domicile.
Nous proposons une solution Eco-responsable, pour répondre à une attente d'une partie de notre clientèle.
Des verbatims client:
"Je suis juste mécontente des plastiques utilisés. Terrifiant. Vous devriez utiliser quelque chose qui ne soit pas du plastique."
"Dommage pour les sacs en plastique !!!"

Le concept:
"Les sacs de livraison des courses à domicile sont consignés et réutilisables"

Magasins concernés:
Intégrés et Franchisés proposant le service LAD

Outils:

CONTEXTE & OBJECTIFS

Objectifs:

- Proposer une solution éco-responsable
- Fidéliser nos clients
- Favoriser le réemploi des sacs
- Faire des gains d'économats en magasin

Forces:

- Fidélisation des clients
- Gains sur la consigne

Faiblesses:

- Clients réfractaires
- Coût de la consigne (14)

market

 [Guide de mise en place](#)

 [PLV](#)

ACTION 48

Des zones anti gaspi (autre que rayons frais et épicerie/liquides) sont proposées pour lutter contre le gaspillage.

Surgelés à DDM courte ou dépassée



**LA DATE EST
DÉPASSÉE MAIS
VOUS POUVEZ
ENCORE EN
PROFITER**



OEUFs ANTI-GASPI

Les oeufs issus de boîtes dont l'un est cassé
sont proposés en vrac
plutôt que de jeter toute la boîte.



DPH arrivant à date ou en surstock



**FIN DE SÉRIE
OU EMBALLAGE
ABIMÉ MAIS VOUS
POUVEZ ENCORE
EN PROFITER**



ACTION 49

Mes équipes proposent des innovations anti-gaspi

RECETTES ANTI-GASPI



Confiture de fruits maison



Croûtons de pain grillé



Demi baguette tranchée grillée



Viennetiserie aux amandes



Gâteau yaourt maison



Valorisation des bouteilles d'eau de source

 [HYPERs Plateforme démarque - TSF](#)

 [SUPERS Portail Market - TSF](#)

GESTION DES ABANDONS DE PRODUITS



SENSIBILISATION CLIENTS



ACTION 50

Des recettes saines et de saison sont proposées à mes clients



KIT 20 RECETTES

200 fiches / recettes = 4 000 fiches

Format A5 R/V

Livré magasin en 72h

Des recettes qui évoluent
automatiquement à chaque saison
20 recettes / saison = 80 recettes / an



[Dossier de mise en place Recettes de saison AFF](#)

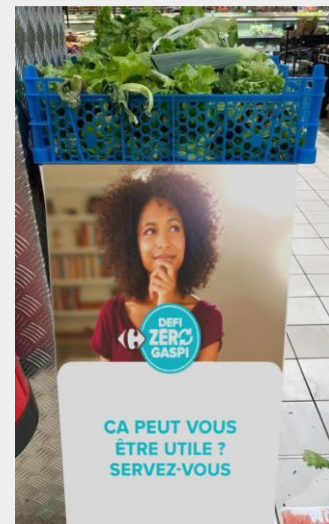
ACTION 51

Les déchets alimentaires sont donnés à un élevage ou aux clients grâce à une signalétique dédiée



Enseigne	Nom magasin	Nom association Nationale	Nom association Locale	Type d'organisme	Type dons	Activité	Adresse	Cpt adre	CP	Ville
HYPERMARCHES	Flins sur Seine		LEURS DROITS NOS DEVOIRS	Locale	Animalier		5 Rue Bonne mère		78740	VAUX SUR SEINE
HYPERMARCHES	Sartrouville		Zoo Safari de Thoiry	Société	Animalier		02 rue du Pavillon de Montreuil		78770	THOIRY
HYPERMARCHES	Draguignan		association plumes o'pols	Locale	Animalier		1769 route de Matourne		83780	flayosc
HYPERMARCHES	Draguignan		Les Amis de Baguera	Locale	Animalier		Chemin de Pancau		83590	Gonfaron
HYPERMARCHES	Draguignan		Les Amis du Parc Zoologique	Locale	Animalier		Parc zoologique de frejus	le capitou	83600	Frejus
HYPERMARCHES	Soyeux		Refuge de l'Angoumois	Locale	Animalier		Les mestiers		16500	Mornac
HYPERMARCHES	Saint Malo		Association Les Petits Vagab	Locale	Animalier		36, Rue du Révérend Père Lebre		35400	SAINT MALO
HYPERMARCHES	Saint Malo		Une truffe et des pattes	Locale	Animalier		2 rue de crec'h reut		22610	PLEUBIAN
HYPERMARCHES	Athis-Mons		LES ETOILES DE LA PISTE	Locale	Animalier		CHEMIN DE LA MARINIERE		77165	EVRY CERGY SUR YERRE
HYPERMARCHES	Pontault-Combault		SNC du Zoo Du Bois d'ATTILI	Société	Animalier	Zoo	Route de Chevry Cossigny		77330	Ozoire La Ferrière
HYPERMARCHES	Ormesson		Association de Protection Al	Locale	Animalier		89 rue de bry		94430	chennevieres sur marne
HYPERMARCHES	Rosny sous Bois		ASSOCIATION CHATS DES RI	Locale	Animalier		118 RUE DE L ALMA		93100	MONTREUIL
HYPERMARCHES	Labège		Les Oubliés de St Béart	Locale	Animalier		10 Blvd Pierre Delbore		82200	Moissac
HYPERMARCHES	L'isle Adam		A L'ECOUTE DE LA NATURE	Locale	Animalier		09 RUE DE REDDERIER		60220	BLARGIES
HYPERMARCHES	Gruchet Le Valasse		Société Bolbecaise de prote	Locale	Animalier		Hameau des cotes		76210	Lintot
HYPERMARCHES	Claye Souilly		LA FERME DE LA PREE	Locale	Animalier		118 RUE DE L ALMA		77410	Claye souilly
HYPERMARCHES	Segny		Les Chats Trappés	Locale	Animalier		152 Impasse du Ruisseau	Appartement	1170	GEX
HYPERMARCHES	Riom		PAIN CONTRE LA FAIM	Locale	Animalier		7 CHEMIN DE LA PRAT		37000	BELLERIVE SUR ALLIER
HYPERMARCHES	Saint Jean De Védas		DIANE DES AMIS	Locale	Animalier		maison de la nature	chemin du Tu	34150	ANIANE
HYPERMARCHES	Angoulins		RALLYE DE LA VENISE VERTE	Locale	Animalier		118 RUE DE L ALMA		85420	DAUVIX
HYPERMARCHES	Perpignan		Association de protection ai	Locale	Animalier		caml del chemin de la Liabane	chemin du cr66000	Perpignan	
HYPERMARCHES	Nice Tni		CHATS LIBRES NICOIS	Locale	Animalier		134 AVENUE DE RIMIEZ	LI MAIOUNET	6100	NICE
HYPERMARCHES	Feurs		Association Protection Anir	Locale	Animalier	Collecte	12 Rue du Hameau des Varennes		42110	PONCINS
HYPERMARCHES	Mérignac		Société Protectrice des Anir	Locale	Animalier		361 AV DE L ARGONNE		33700	MÉRIGNAC
HYPERMARCHES	Mérignac		Ferme pédagogique	Locale	Animalier		60 av du Maréchal de Lattre de Tassigny		33700	MÉRIGNAC
HYPERMARCHES	Mérignac		Amicale du Chien et du Sam	Locale	Animalier		311 av de St Jacques de Compostelle		33610	CESTAS
HYPERMARCHES	Guingamp		LANCIEN JACKY	Locale	Animalier		18 RUE DE LA GARE		22810	PLOUGONVER
HYPERMARCHES	Guingamp		SPA DES COTES D'ARMOR	Locale	Animalier		2 LEYDOUR		22450	POMMERIT JAUDY

 [Liste des associations](#)



ACTION 52

Les chariots adaptés pour les personnes circulant en fauteuil roulant sont disponibles à l'entrée du magasin



Chère cliente, Cher client,

Nous mettons à
disposition des chariots
pour nos clients en
situation de handicap.



Carrefour 

Contact pour commander des chariots adaptés:
florence_dubuit@carrefour.com



ACTION 53

Les solutions handi-accessibles sont disponibles dans mon magasin (box d'accessoires, file handivable, bouton d'appel en caisse prioritaire ou rayon vrac...)



Chère cliente, Cher client,

Profitez d'un **service d'accompagnement personnalisé**

en récupérant ici votre badge.

Nos équipes sont à votre disposition.
N'hésitez pas à les solliciter.

Carrefour 



 [Présentation des solutions](#)

 [PLV handi-accessibles](#)

ACTION 54

Des ateliers de sensibilisation sont organisés pour permettre à mes équipes de réduire leur empreinte carbone et de découvrir la Direction de l'Engagement.

La **Fresque de l'Engagement** est un atelier collaboratif interne pour comprendre les enjeux et engagements derrière les actions RSE, D&I et Solidarité menées au sein du Groupe, pour les collaborateurs et les clients.



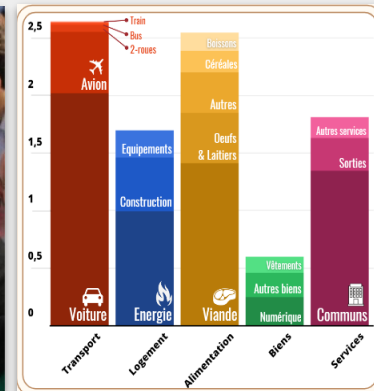
 [Présentation Fresque de l'Engagement](#)

Contact pour organiser une fresque :
sithida_phandanouvong@carrefour.com

L'**Atelier 2tonnes** est une simulation immersive pour imaginer un futur bas carbone et agir ensemble pour réduire les émissions de CO₂.



 [Présentation atelier 2tonnes](#)



 [Lien vers le site 2tonnes](#)

ACTION 55

Des initiatives s'organisent dans mon magasin pour soutenir les associations LOCALES (collectes, animations...)

Collecte locale de produits alimentaires en sortie de caisse :

 [Guide bonnes pratiques](#)

 [Dispositif kits solidaires](#)

Collecte de dons financiers :

 [Valise GENCOD local](#)

 [Offre produit partage et don de produits pour collecte de fonds](#)

 [Campagnes Aide d'urgence](#)

Autres activations en cours de construction



ACTION 56

Des fontaines à eaux et des gourdes sont à disposition de mes équipes pour remplacer les bouteilles plastique à usage unique

Bonbonnes

Réseau à kit

AHC



2 eaux



2 eaux



Pour en savoir plus

Code article	Libellé article	Fréquence de Service	Bonbonnes Incluse	Tarif H.T € Abonnement Mensuel	P.U Conso en Extra
Fontaine à Eau					
54834	Fontaine Bonbonne (hors gobelet)	Hebdo	2	19,285	
46202	Fontaine Réseau (hors gobelet)	Mensuel		21,694	
9060	Bonbonnes				5,303



[Guide mise en place Carrefour x Elis](#)

Référence de bouteille à commander pour collaborateurs : R 63255

EAN : 8 720 573 208 345

Contact pour commander ses fontaines à eaux :

Coumba THIAM

coumba.thiam@elis.com

06.60.95.12.35

ACTION 57

Une machine de collecte des bouteilles plastique (PET) est mise à disposition de mes clients

Pour en savoir plus



 [Guide de mise en place](#)



 [PLV collecte bouteilles](#)

ACTION 58

Tout ou partie de l'électricité de mon magasin est produite à l'aide de panneaux photovoltaïques ou d'une autre source renouvelable

LE SAVIEZ-VOUS ?

tous les parkings de +1500m2 devront être
équipés à horizon :

- juillet 2026 pour les superficies > 10 000 m2
- 2028 pour tous



ACTION 59

Des bornes de recharge pour véhicules électriques sont disponibles sur mon parking

Pour en savoir plus



 [Guide de mise en place](#)

 [Flyer - Mode d'emploi](#)



**Bonus
carte fidélité**

1h de recharge offerte sur les
bornes 22kW pour les
porteurs de la carte fidélité
Carrefour / carte Pass



Tarifs avantageux

Carrefour Energies s'engage
à proposer des tarifs de
recharge compétitifs



**Electricité
100% verte**

100% de l'électricité fournie
par nos bornes est d'origine
renouvelable



**Partout
en France**

Des bornes Carrefour
Energies sont installées
partout en France. Il y en a
près de chez vous !



ACTION 60

Je m'engage à afficher mes résultats au SCORE RSE & TA dans mon magasin

Salle de Pause COLLABORATEURS

RÉSULTATS SCORE RSE & TRANSITION ALIMENTAIRE
2^e SEMESTRE 2025

BRAVO À TOUTES LES ÉQUIPES !

Grâce à votre mobilisation et votre engagement quotidien, votre magasin atteint un SCORE RSE & Transition Alimentaire remarquable :

ACTIONS ESSENTIELLES %
ACTIONS INNOVANTES %
ÉTOILES OBTENUES /5

QU'EST CE QUE LE SCORE ?

Le SCORE traduit l'engagement de votre magasin en faveur d'une offre responsable, locale, de qualité et accessible ; de la diversité, de l'inclusion et de l'accessibilité des personnes en situation de handicap ; de la gestion optimale des équipements ; de la valorisation et du tri des déchets ; de l'économie circulaire ou encore de l'agriculture alimentaire !

POURQUOI C'EST IMPORTANT ?

Les actions rendent la transition alimentaire concrète et visible pour vos clients.

ET MAINTENANT ?

Continuez à avancer ensemble : analysez nos points d'amélioration, partagez nos bonnes pratiques et relevez de nouveaux défis !

Rejoins d'expansion ? Rejoins nous dans le futur !

Accueil CLIENTS

RÉSULTATS SCORE RSE & TRANSITION ALIMENTAIRE
2^e SEMESTRE 2025

VOTRE MAGASIN S'ENGAGE POUR UNE CONSOMMATION RESPONSABLE !

Grâce à la mobilisation de nos équipes, retrouvez dans votre magasin des actions concrètes :

Des équipes engagées et solidaires, sensibilisées aux enjeux du handicap et d'inclusion

Des actions concrètes pour réduire le gaspillage et valoriser les déchets

Des équipements plus respectueux de l'environnement

Plus de produits frais, de saison, locaux, bio et labellisés

Des solutions de réemploi et de réduction des emballages

UN GRAND BRAVO À NOS ÉQUIPES POUR LEUR ENGAGEMENT QUOTIDIEN !

Pour aller plus loin

NOUS SOMMES FIER D'AVOIR ÉTÉ ÉLUS PAR LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS

parmi plus de 600 enseignes, soit plus de 120 000 évaluations reçues et analysées par In Marketing S.L.

Carrefour MEILLEURE ENSEIGNE ÉCO RESPONSABLE 2025

5 CRITÈRES GAGNANTS

- Gamme de produits locaux
- Qualité de l'offre Bio
- Mise en avant des produits labellisés
- Réduction et élimination du plastique
- Eco-responsabilité

[Dossier AFFICHES \(à imprimer\)](#)

[Dossier AFFICHE](#)



QUESTIONNAIRE

QUESTIONNAIRE . LIEN à remplir avant le 15 septembre 2026

à ouvrir sur ordinateur ou téléphone



[Questionnaire SCORE RSE & TA -
Edition 2026](#)

DEVENEZ LEADER
DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE
**SCORE RSE &
Transition Alimentaire**



Bienvenue sur le questionnaire du

**SCORE RSE &
TRANSITION
ALIMENTAIRE**

L'objectif ? Faire vivre la **Transition Alimentaire**
dans votre **magasin** !



VOS CONTACTS

Thomas BOU
thomas_bou@carrefour.com

Jenna MALLET
jenna_mallet@carrefour.com

La direction RSE reste à votre écoute

MERCI A TOUTES ET TOUS !