



Warszawa, 04 grudnia 2018 r.

Carrefour zmniejsza ilość plastiku w opakowaniach marki własnej - pierwsze produkty na półkach w Polsce

Grupa Carrefour zobowiązała się, że do 2022 roku zredukuje masę opakowań marki własnej o 5% w stosunku do 2017 roku. W sklepach Carrefour Polska dostępne są już pierwsze takie produkty, w opakowaniach których sieć zmniejszyła ilość plastiku.

Troska o środowisko naturalne od wielu lat stanowi jeden z priorytetów strategii odpowiedzialnego biznesu Carrefour. Ponadto, sieć mając ambicję zostania liderem transformacji żywieniowej, podejmuje globalne wyzwania, jakie stoją przed handlem, m.in. w zakresie poszanowania środowiska naturalnego.

W ramach realizacji jednego ze zobowiązań w tym obszarze - redukcji masy opakowań – Carrefour Polska zmniejszył gramaturę opakowań płatków Crumbies. Tylko w tym roku pozwoliło to zredukować wykorzystanie plastiku w tych opakowaniach o ¾ tony. Na przełomie roku planowane jest zmniejszenie opakowań kolejnej grupy produktów.

Carrefour podejmuje także wiele innych inicjatyw związanych z ochroną środowiska, które mają na celu zachowanie bioróżnorodności i dbanie o zasoby przyrodnicze, a w konsekwencji zapewnienie dobrej przyszłości dla kolejnych pokoleń. Sieć rozwija ofertę produktów marki własnej z certyfikatem MSC, który daje pewność, że ryby i owoce morza pochodzą ze zrównoważonych, przyjaznych dla środowiska połowów.

Firma posiada też produkty ze znakiem certyfikatu FSC® (FSC® N002747), który informuje, że dane artykuły zostały wytworzone zgodnie z zasadami odpowiedzialnej gospodarki leśnej (FSC® N002747). Jest również członkiem Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), mającego na celu propagowanie odpowiedzialnego zarządzania uprawą palm oleistych oraz stosowania oleju palmowego pochodzącego ze sprawdzonych i certyfikowanych źródeł.

Ponadto, Carrefour Polska dąży do tego, aby właściwie komponować swoją ofertę i kontrolować jakość produktu w marce własnej na każdym etapie łańcucha dostaw, a także promuje zrównoważone praktyki produkcji. Przykładem takiego działania jest również linia produktów „Jakość z Natury Carrefour” opracowana we współpracy z rolnikami, hodowcami i producentami z wykorzystaniem metod zrównoważonego rolnictwa.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanalowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour, jako jeden z światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, którą posiada 12 300 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour przyjmuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2017 roku sprzedaż w wysokości 88,24 miliarda euro. Grupa liczy ponad 380 000 pracowników, którzy wspólnie angażują się, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim produkty spożywcze wysokiej jakości, dostępne wszędzie i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com, oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy.

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com