



FÉVRIER 2017

# LETTRE A U X ACTIONNAIRES

## DÉCRYPTER

Villiers-en-Bière, une approche 100 % RSE

## EXPLORER

Reflets de France, un succès international

## INNOVER

Carrefour 100 % innovation !

## PARTICIPER

Visites du Club dans les coulisses



P. 2



P. 4



P. 6



P. 8



# L'HYPERMARCHÉ DE VILLIERS-EN-BIÈRE UNE APPROCHE 100 % RSE\*

**Entièrement remodelé en 2016, le plus grand magasin Carrefour en France, situé à Villiers-en-Bière (Seine-et-Marne), a été conçu de manière durable et responsable en cohérence avec l'environnement régional. Le magasin propose aujourd'hui une expérience de courses inédite avec une offre élargie et renouvelée.**

Consommateurs autant que citoyens, les clients qui se rendent à l'hypermarché de Villiers-en-Bière voient s'illustrer très concrètement les innovations sur le terrain au service des engagements du Groupe Carrefour en matière de RSE\*. Ce que confirme Bertrand Swiderski, Directeur Développement Durable de Carrefour : « Villiers-en-Bière est le magasin pilote idéal, dans la mesure où nos engagements en faveur de la RSE y sont clairement matérialisés sur tout le parcours client. » Partout, ces preuves sont identifiables, grâce à une signalétique, que ce soit sur la protection de la biodiversité, sur la lutte contre toutes les formes de gaspillage ou encore sur l'accompagnement des partenaires de Carrefour.

## UN MAGASIN EN HARMONIE AVEC LA NATURE

Situé au cœur du parc naturel du Gâtinais, le magasin s'intègre parfaitement à son environnement avec plusieurs installations contribuant à la valorisation de la biodiversité locale. Un jardin potager pédagogique se déploie sur 1 200 m<sup>2</sup> sur les toits du parking. On y cultive fruits et légumes de saison et plantes aromatiques selon les techniques naturelles inspirées de l'agroécologie. En contrebas, les parkings sont végétalisés avec une sélection d'arbres et de plantes mellifères de la région qui dessinent les allées piétonnes. Une noue permet à l'eau de s'évaporer en saison, les résidus servant de nourriture à une espèce endémique de libellule. Quant au parking collaborateurs, il accueille des ruches, une idée inspirée de l'expérience de Carrefour Pologne qui permet d'œuvrer à la protection

des abeilles et d'entretenir les ruches durablement. Ce miel a sa place au sein du magasin, où les produits issus de l'agriculture biologique bénéficient d'un espace dédié avec une priorité donnée à ceux d'origine française.

## LE GASPILLAGE ? CONNAIS PAS !

Pour réduire la consommation énergétique et l'empreinte environnementale du magasin, de nombreuses initiatives ont été mises en place : les meubles réfrigérés sont fermés et fonctionnent au CO<sub>2</sub>, le magasin et les parkings sont éclairés par des ampoules LED, plus économes en énergie, des bornes de chargement pour voitures et vélos électriques sont mises à disposition, favorisant ainsi les mobilités douces. Première en France, la station-service est équipée d'une **smartflower™**, un générateur photovoltaïque en forme de fleur, innovation française d'EDF ENR, qui se déploie en fonction de la luminosité ; en complément de panneaux photovoltaïques, celle-ci assure l'autonomie énergétique de la station. Dans le magasin, deux meubles de collecte de déchets recyclables ont été intégrés à l'aménagement : « Nous voulons encourager l'acte citoyen du recyclage : le consommateur, en venant faire ses courses, peut prendre conscience de son impact sur l'environnement et contribuer à le réduire », se félicite Bertrand Swiderski. Côté antigaspillage alimentaire, le magasin continue de déployer de nombreuses actions. Ainsi, les dons alimentaires aux associations partenaires représentent l'équivalent de

1 800 repas par jour et la commercialisation de la marque **Tous AntiGaspi** permet de donner une nouvelle vie aux produits présentant des défauts d'aspect mineurs mais conservant toutes leurs qualités gustatives.

## LES INCROYABLES TALENTS DE LA RÉGION

Pour accompagner la métamorphose de son site, qui intègre de nouveaux métiers tels que des sommeliers, des chocolatiers, des œnologues ou encore des esthéticiennes, le magasin a formé et recruté localement une soixantaine de personnes, avec l'appui des partenaires de l'emploi local. Avec plus de six cents salariés en contrat à durée indéterminée, le magasin de Villiers-en-Bière fait partie des premiers employeurs privés de la Seine-et-Marne. Quant à la nouvelle offre du magasin, elle est élargie et met l'accent sur l'alimentaire avec une **Halle de marché** de 3 000 m<sup>2</sup> où les produits du terroir et les producteurs locaux bénéficient d'une place de choix. La boucherie traditionnelle propose une sélection de produits transformés sur place et de viandes rayonnées ou issues de races locales. Le rayon Bio valorise les produits issus de l'agriculture bio locale. Côté potager, il est géré par les élèves du lycée horticole de la région ; le revenu des ventes en magasin des produits cultivés sur place sera entièrement reversé à cet établissement scolaire. Ce magasin est plein de surprises. Venez le découvrir !

\*Responsabilité sociétale et environnementale.



DÉCRYPTER

1.

LA LUTTE CONTRE  
TOUTES LES FORMES  
DE GASPILLAGE

2.

LA PROTECTION  
DE LA BIODIVERSITÉ

# RSE

UNE DÉMARCHE LOCALE  
ET ENVIRONNEMENTALE  
À VILLIERS-EN-BIÈRE

3.

L'ACCOMPAGNEMENT  
DES PARTIES  
PRENANTES

## DÉMARCHE ANTIGASPILLAGE



### ÉCONOMISER L'ÉNERGIE

À l'extérieur, grâce à l'installation d'une smartflower™ et de panneaux photovoltaïques, la station-service du magasin devient autosuffisante.

Dans les rayons, 60 % des meubles froids positifs et 100 % des meubles dédiés aux surgelés ont été fermés et fonctionnent au CO<sub>2</sub>.



### VALORISER LES DÉCHETS

Dans le magasin, des meubles de collecte intégrés au design des espaces d'accueil permettent la collecte des déchets des clients et leur recyclage (piles, ampoules, cartouches d'encre...). Un point de collecte est également mis à disposition sur le parking. L'objectif est de valoriser 100 % des déchets (80 % à fin 2016).



### RÉDUIRE LES EMBALLAGES

200 références, des fruits secs aux confiseries, sont vendues en vrac.

## PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ

**1 200 m<sup>2</sup>**  
de potager géré  
par le lycée horticole

**+ de 100**  
bacs potagers de fruits  
et légumes de saison

**10**

ruches pour un miel local  
vendu en magasin

## VÉGÉTALISATION DU PARKING

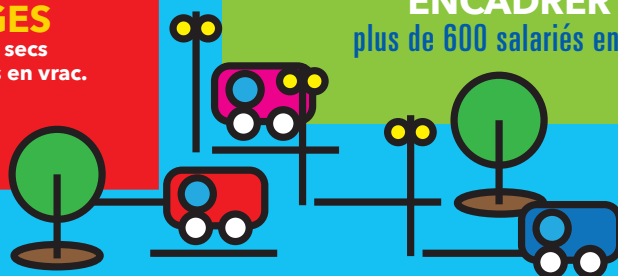
avec des essences  
mellifères de la région

## LIEN AVEC LES PARTIES PRENANTES

**PROMOUVOIR**  
les produits locaux du terroir

**INTÉGRER ET FORMER**  
de nouveaux métiers

**ENCADRER**  
plus de 600 salariés en CDI





EXPLORER



TOUR DU MONDE

REFLETS DE FRANCE

# UN SUCCÈS INTERNATIONAL

Depuis vingt ans, Reflets de France transmet et partage les traditions gastronomiques françaises à travers des recettes de nos terroirs, toutes réalisées avec des produits français de qualité par des producteurs locaux passionnés. Cette vocation de partage rayonne à l'international pour que le meilleur des saveurs hexagonales soit accessible au monde entier. Retour sur la *success story* des amoureux de gastronomie française.

## DES PRODUCTEURS PARTENAIRES

Aujourd'hui, Reflets de France compte 232 partenariats fidèles avec des producteurs dont 80 % sont des petites et moyennes entreprises. La marque regroupe quelque 551 spécialités régionales représentatives de tous les terroirs français, parmi lesquelles des plats cuisinés, des biscuits, des fruits et des légumes mais aussi des fromages et des vins. À travers tous ces engagements, Reflets de France contribue d'une part à concilier savoir-faire traditionnel et modernisation des outils de production industriels et, d'autre part, à faire rayonner ses partenaires à l'international en distribuant des produits emblématiques comme la moutarde de Bourgogne, le camembert de Normandie moulu à la louche ou encore le poulet fermier du Périgord.

## UNE MARQUE PORTE-DRAPEAU

Reflets de France est un art de vivre à la française qui s'exporte dans plus de 40 destinations. Chaque spécialité est une invitation au voyage et au partage de saveurs et de gourmandise à la française. De la Thaïlande à l'Italie, en passant par Singapour, les gastronomes se régalaient de 350 produits et recettes des producteurs partenaires. Le palmarès ? Outre les vins, ce sont le rocamadour AOP, le foie gras de canard et le nougat de Montélimar qui séduisent le plus à l'international !

## REFLETS DE FRANCE EN CHIFFRES

551

RÉFÉRENCES DE PRODUITS

100%

FABRIQUÉS EN FRANCE

232

PRODUCTEURS RÉGIONAUX

107

MILLIONS DE PRODUITS VENDUS PAR AN

DANS PLUS DE

40

DESTINATIONS

## IL ÉTAIT UNE FOIS...

En 1996 naît la marque Reflets de France avec l'ambition de transmettre et de partager très largement le meilleur de la gastronomie des régions françaises. Les recettes sélectionnées sont élaborées par des hommes et des femmes animés par la même passion de leur savoir-faire et de leur patrimoine régionaux. Chaque recette est unique et sa fabrication n'est autorisée que dans le terroir d'origine. Les ingrédients, strictement contrôlés, sont exclusivement français, sauf rares exceptions comme les épices et condiments produits hors de France. Ainsi, 97 % minimum des produits de la recette sont d'origine française. Cette démarche est contrôlée par le chef le plus étoilé au monde par le *Guide Michelin*, Joël Robuchon. *« Mon objectif a toujours été le même : atteindre le goût juste et authentique, pour rester pleinement fidèle à nos terroirs français. »* Dès son lancement, c'est un succès immédiat pour la marque, qui rencontre un public en quête de goût et d'authenticité.

## REFLETS DE FRANCE, C'EST...

### LE SAVOIR-FAIRE RÉGIONAL À L'HONNEUR

Les spécialités régionales sont élaborées dans le respect de la tradition culinaire française et de la transmission des savoir-faire des terroirs français.

### DES SAVEURS DU TERROIR



### UN CHEF ÉTOILÉ



**CET ANNIVERSAIRE A UN SENS TOUT PARTICULIER POUR MOI CAR JE SUIS ENGAGÉ AUX CÔTÉS DE LA MARQUE DEPUIS SA CRÉATION, EN 1996. CHAQUE MOIS DEPUIS VINGT ANS, J'AI RENCONTRÉ LES ÉQUIPES ET LES PRODUCTEURS REFLETS DE FRANCE, DÉGUSTÉ LEURS PRODUITS, ÉCHANGÉ AVEC EUX (...). MON EXIGENCE DE QUALITÉ N'A JAMAIS TOLÉRÉ LA MOINDRE CONCESSION."**

**Joël Robuchon,**  
Meilleur Ouvrier de France en 1976, Chef de l'année en 1987 puis Cuisinier du siècle en 1990. À ce jour, il est le chef qui détient le plus d'étoiles au monde au Guide Michelin.

### UN ANNIVERSAIRE



### UNE GRANDE FÊTE

En octobre dernier, tous les partenaires de la marque ont célébré un anniversaire pas comme les autres, les 20 ans de Reflets de France.



Retrouvez les produits Reflets de France par région, les producteurs et des recettes sur [www.refletsdefrance.fr](http://www.refletsdefrance.fr)

### L'AUTHENTICITÉ PLÉBISCITÉE



### TOP 10 DES VENTES à l'international toutes destinations (hors vins)

1. Rocamadour AOP
2. Foie gras de canard
3. Nougat de Montélimar
4. Camembert AOP
5. Beurre de baratte au sel de Guérande
6. Foie gras de canard entier
7. Sablés normands
8. Fine galette de Bretagne
9. Croquant de Marseille
10. Saucisse sèche d'Auvergne



INNOVER



ESPRIT CLIENT

# CARREFOUR 100 % INNOVATION !

**L'innovation est au cœur de la stratégie de développement de Carrefour, avec comme priorité d'améliorer chaque jour l'expérience client. Pour imaginer le commerce de demain, conjugué aux évolutions d'aujourd'hui, le Groupe collabore de plus en plus avec des start-up pleines d'idées. Zoom sur cette démarche d'open innovation qui irrigue tous les métiers de l'entreprise, en France et ailleurs.**

*nos 18 sites et 28 applications mobiles, nos milliers de produits et nos millions de données», explique Hervé Parizot, Directeur Exécutif E-commerce et Data clients de Carrefour France.*

## UNE ORGANISATION DÉDIÉE

En 2015, pour renforcer et accroître ses relations avec les start-up, Carrefour leur a donné un cadre et a pris une participation dans le fonds d'investissement Partech Growth, qui accompagne le développement de « tech entreprises » prometteuses. En parallèle, le Groupe a mis en place des équipes innovation en France et en Espagne. Leur mission ? Détecter les bonnes idées des start-up qui bénéficieront aux clients et les expérimenter en mode laboratoire *test and learn*. Ainsi près de 300 start-up ont été identifiées en France et Carrefour est en discussion avec 60 d'entre elles. Un volet RH accompagne et accélère la diffusion dans l'entreprise de la culture digitale : Carrefour envoie ses futurs talents en immersion pendant plusieurs mois dans des start-up de la French Tech. Pour multiplier les opportunités de collaboration avec les jeunes pousses, le Groupe a tissé des liens avec des incubateurs et des partenaires, tels que l'Universidad Politécnica de Madrid. Se faire connaître auprès de la communauté des développeurs et stimuler leur agilité, c'est aussi la vocation des nombreux concours organisés par Carrefour. Entre les collaborateurs de Carrefour, spécialistes du commerce, et les nouveaux talents du digital, l'innovation infuse aujourd'hui à tous les étages.

## UN FORMIDABLE TERRAIN D'EXPÉRIMENTATION

Pour Carrefour, l'innovation est centrée sur un objectif phare : simplifier la vie quotidienne des clients, répondre à leurs besoins et attentes, et leur proposer des solutions inédites qui enrichissent leur expérience de courses... Le Groupe s'appuie pour ce faire sur son modèle décentralisé, qui lui permet d'intégrer la parfaite connaissance de ses marchés locaux et d'anticiper leurs évolutions, tout en introduisant de nouvelles méthodes de travail. Avec l'*open innovation*, ou innovation ouverte, de nouvelles formes de coopération se développent avec un nombre croissant de start-up dans tous les métiers de l'entreprise : logistique, transport, optimisation énergétique, lutte contre le gaspillage alimentaire, réduction des files d'attente en caisse... Les domaines sont très diversifiés.

*« Ce sont des partenariats gagnants-gagnants dont le maître mot est la complémentarité. Nous nous nourrissons de la créativité, de l'agilité, de l'expertise parfois très pointue des jeunes pousses et de leur regard neuf sur nos activités. En retour, nous les aidons à grandir en leur offrant notre expérience, nos savoir-faire et le formidable terrain d'expérimentation que constituent nos 12 296 magasins,*

**VIVA TECHNOLOGY**  
START UP CONNECT / PARIS 2016

**Viva Technology a rassemblé en 2016, à Paris, tous les acteurs de la transformation digitale. Partenaire du salon pour le secteur Food & Retail, Carrefour a proposé, dans son « Lab », 11 challenges à plus de 50 start-up autour de problématiques liées à son métier, comme les nouvelles tendances alimentaires. Au total, plus de 200 start-up sont venues à la rencontre de Carrefour. Parmi elles, OptiMiam, spécialiste de l'antigaspi et hébergée sur le Lab Carrefour, a été la grande gagnante du concours de Viva Technology. Rendez-vous en juin 2017 pour une seconde édition tournée vers l'international.**



### PEPPER ACCOMPAGNE LES CLIENTS

Testé dans trois hypermarchés en France et deux en Espagne, le robot humanoïde Pepper est capable d'interagir avec les clients pour les accueillir, leur proposer des conseils en nutrition ou des jeux de grattage, ou encore les interroger sur leur niveau de satisfaction.



### UNE APPLI ANTIGASPI

Pour lutter contre le gaspillage alimentaire, Carrefour s'est associé avec **OptiMiam**. Cette start-up a mis au point une application mobile qui connecte les consommateurs aux commerces de proximité afin de vendre leur stock de produits frais avant leur expiration. Résultat ? Huit magasins Carrefour City parisiens proposent tous les jours aux utilisateurs d'OptiMiam des promotions sur des salades, des plats cuisinés, des produits laitiers, du snacking et même du pain ! Un bon moyen de préserver à la fois son pouvoir d'achat et la planète...



### LE CHARIOT CONNECTÉ EST ARRIVÉ !

Les clients de l'hypermarché Euralille testent actuellement le premier chariot européen connecté. Ce nouveau compagnon de shopping 3.0 embarque une tablette tactile dotée de l'application Promo C-où, développée en partenariat avec la start-up **Think&Go**. Grâce à lui, les consommateurs trouvent facilement leurs produits, repèrent en un clin d'œil les bonnes affaires et les promotions, et interagissent avec leur magasin. Le client peut directement noter sur la tablette les produits à ne pas oublier pendant son parcours shopping.

### QUAND LES JEUNES POUSSÉS FORMENT LES TALENTS

Carrefour enrichit la formation de jeunes à haut potentiel recrutés via ses programmes « Graduate ». Dans le cadre d'un parcours de trois ans, en France et à l'international, ceux-ci intègrent des start-up à plein temps pour participer pendant plusieurs mois à leur développement. C'est le cas chez **Wheel Share**, dont l'application du même nom cartographie et partage les lieux et événements adaptés aux personnes à mobilité réduite, ou bien chez **Mobeye**, qui propose aux clients de répondre à de courts questionnaires dans les magasins en échange de réductions. Ce partage d'expérience permet de mieux appréhender, pour le diffuser ensuite, l'écosystème digital, qui est aujourd'hui partie intégrante de la vie du Groupe.

PARTICIPER



LA VIE DU CLUB DES ACTIONNAIRES

RETROUVEZ-  
NOUS  
...

# DANS LES COULISSES

**Carrefour convie chaque mois les membres du Club à des réunions d'information, à des visites de magasins et de sites de producteurs Reflets de France, ou encore à des événements proposés par le Groupe. Zoom sur les dernières rencontres avec le Club.**

**À Lille**, les actionnaires ont visité l'hypermarché Euralille en présence de Thierry Demetree, son directeur. Ils ont parcouru les différents univers du magasin dont le vaste espace snacking, dédié à une clientèle étudiante et de voyageurs, qui propose de nombreux produits salés et sucrés élaborés sur place. L'innovation est aussi présente à Euralille avec des chariots équipés de tablettes digitales qui permettent aux clients de repérer dans le magasin tous les produits en promotion. Les membres du Club se sont rendus ensuite à la Brasserie Castelain (bière CHTI), fournisseur et producteur Reflets de France établi à Bénifontaine (région lilloise).

**À Anglet**, à l'hypermarché du centre commercial BAB2, le Club a organisé une visite des coulisses du magasin et a mis à l'honneur les produits basques en proposant des dégustations avec les producteurs régionaux : l'ossau-iraty au lait cru de la fromagerie Agour (Filière Qualité Carrefour), le pâté au piment d'Espelette de Gilbert Baradat (Reflets de France) et le gâteau basque de Miguelgorry (Reflets de France).

Les membres du Club ont participé à la fabrication d'un « merveilleux » avec l'équipe Pâtisserie du magasin.

**Enfin, à Montesson**, dans le cadre des actions contre le gaspillage alimentaire, les actionnaires ont participé au parcours antigaspi. Différentes animations interactives ont présenté les solutions innovantes déployées dans les pays où le Groupe est présent. Par exemple, en Belgique, les bananes « célibataires » sont reconditionnées et réunies par trois ; en Chine, les clients sont informés des bonnes pratiques pour ranger leurs provisions dans leur réfrigérateur ; en Italie, les fruits mûrs sont proposés en format prédécoupé... Autant de bonnes pratiques et de conseils utiles et efficaces pour tous afin de lutter contre le gaspillage alimentaire.



à Lille



à Anglet



à Montesson

[clubactionnaires.carrefour.com](http://clubactionnaires.carrefour.com)  
 [club@actionnaires.carrefour.com](mailto:club@actionnaires.carrefour.com)  
 0 805 902 902  
 @GroupeCarrefour



## DÉCOUVREZ

Quelques-unes des actions « pilotes » menées sur la lutte contre le gaspillage alimentaire sur [www.carrefour.com/fr/content/parcours-antigaspi](http://www.carrefour.com/fr/content/parcours-antigaspi)



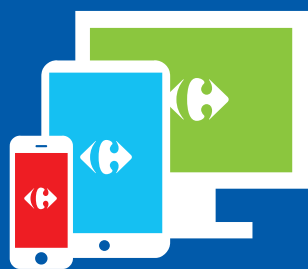
CLUB DES  
ACTIONNAIRES



# Rejoignez le Club !



[clubactionnaires.carrefour.com](http://clubactionnaires.carrefour.com)



DE L'INFORMATION  
EN DIRECT



DES OFFRES PRIVILÉGIÉES  
ET DES RENCONTRES DÉDIÉES



UN LIEN  
PERMANENT



0 805 902 902

APPEL GRATUIT DEPUIS  
UN POSTE FIXE EN FRANCE



[club@actionnaires.carrefour.com](mailto:club@actionnaires.carrefour.com)



[@GroupeCarrefour](https://twitter.com/ GroupeCarrefour)

Pour devenir membre du Club des actionnaires Carrefour, vous devez détenir au moins 1 action au nominatif ou au moins 100 actions au porteur. Les conditions d'éligibilité et d'adhésion au Club sont disponibles dans le règlement en ligne sur [www.carrefour.com](http://www.carrefour.com)

# DEVENEZ MEMBRE DU CLUB

## LES AVANTAGES

### DES RENCONTRES DÉDIÉES EXCLUSIVES

Vous êtes convié à un programme de rencontres, de réunions et de visites de magasins.

### DES ÉVÈNEMENTS EXCEPTIONNELS

Vous êtes invité à des événements où Carrefour est partenaire.

### UNE OFFRE PRIVILÉGIÉE

Vous pouvez demander à bénéficier de la gratuité de la cotisation annuelle à la carte PASS.



## DÉCOUVREZ UN NOUVEAU SUPPORT D'INFORMATION

Carrefour a lancé, en décembre dernier, sa première **newsletter** spécialement dédiée aux membres du Club des actionnaires.

Un moyen simple de retrouver en quelques clics :

- les actualités du Groupe ;
- les engagements et initiatives de Carrefour en matière de RSE ;
- les rendez-vous : publications de résultats, réunions d'actionnaires, et autres événements.

Devenez membre du Club des actionnaires et recevez automatiquement cette newsletter.



## COMMENT DEVENIR MEMBRE EN 3 ÉTAPES ?

### 1/ ALLEZ SUR

[clubactionnaires.carrefour.com](http://clubactionnaires.carrefour.com)

### 2/ CLIQUEZ SUR

Adhérer au Club des actionnaires

### 3/ COMPLÉTEZ

le formulaire d'adhésion

> Retrouvez la marche à suivre en vidéo dans la rubrique Actionnaire sur [www.carrefour.com](http://www.carrefour.com)

### UNE CONDITION

Pour adhérer, il vous suffit de détenir au moins 1 action au nominatif ou au moins 100 actions au porteur.

## VOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS EXCLUSIFS EN 2017

### RÉSULTATS FINANCIERS

> 9 mars :  
résultats annuels  
2016

> 13 avril :  
publication  
chiffre d'affaires  
1T 2017

### RENCONTRES ACTIONNAIRES

> 6 juin  
à Aix-en-Provence

> 19 juin  
à Lyon

CLUB DES  
ACTIONNAIRES



Retrouvez-nous sur  
[clubactionnaires.carrefour.com](http://clubactionnaires.carrefour.com)

 [clubactionnaires.carrefour.com](http://clubactionnaires.carrefour.com)

 [club@actionnaires.carrefour.com](mailto:club@actionnaires.carrefour.com)

 0 805 902 902

 @GroupeCarrefour

Actionnaires au nominatif  
Société Générale  
Securities Services

 02 51 85 67 89