



Carrefour
Localisation : Massy, France
Industries : Commerce et distribution

RISQUE MOYEN

Évaluation globale :

Groupe Carrefour est un groupe français du secteur de la grande distribution.

Le groupe dispose d'une politique interne fortement influencée par des formations idéologiques obligatoires et une politique de recrutement ouvertement discriminatoire. Cependant, cela se reflète peu sur la communication externe de l'entreprise et sur sa politique de dons.

Pour ces raisons, nous estimons moyen le niveau de risque de Carrefour.

Gouvernance interne et image de l'entreprise

Politiques portant atteinte à la liberté de conscience et/ou à la liberté d'expression ou éléments de propagande interne

Carrefour souhaite former tous ses collaborateurs en France à la non-discrimination et à la lutte contre les biais inconscients (1).

Carrefour est signataire de la charte LGBT de l'association L'Autre Cercle (2).

Carrefour s'est associé avec l'association Le Refuge pour mettre en place des formations de sensibilisation aux causes LGBT et à l'embauche de nouveaux collaborateurs issus de la communauté (3).

Carrefour publie, sur le réseau social interne Workplace, des vidéos et des témoignages de role models, membres de la communauté LGBT+ (4).

Cette culture idéologique est également ancrée dans le modèle de management de Carrefour, Act for Change, selon lequel promouvoir la diversité est l'une des compétences clés du référentiel d'évaluation de tous les collaborateurs Carrefour (5).

Politiques d'embauche en faveur des minorités ou abondement discriminatoire d'une catégorie d'employés sur critères idéologiques

Le Groupe Carrefour réalise des statistiques ethniques de ses employés. L'enseigne a en effet mené une vaste étude auprès de ses salariés dans l'Hexagone afin de connaître leurs origines, autrement dit leur pays de naissance et/ou celui de leurs parents et grands-parents (1)(2).

Selon Alexandre Bompard, PDG du groupe, « Nous avons une obligation de résultat ». Il s'engage à renouveler cette étude dans deux ans pour constater « les progrès ». Cependant, il est impossible de fixer des objectifs chiffrés en France compte tenu de la législation, comme le groupe l'a fait au Brésil avec l'engagement d'avoir 50 % de managers noirs d'ici à 2026. « Nous aurions aimé pouvoir nous dire que, comme pour tous les sujets d'engagement et de RSE, on se fixe des objectifs de progression », regrette le PDG, qui reconnaît une certaine « frustration ». « La loi pourrait être plus facilitatrice, poursuit-il. Mais je comprends aussi que le sujet est très sensible. Le cadre législatif actuel nous permet déjà de faire des choses. Et si toutes les grandes entreprises s'engagent dans cette voie, on pourra faire bouger les curseurs. » (2).

Boycott de clients, partenaires ou autre groupe de personnes en raison de leurs opinions

Carrefour ne semble pas boycotter de clients, de partenaires ou d'autres groupes de personnes en raison de leurs opinions.

Proposition de services de propagande idéologique

Carrefour ne propose pas de services de propagande idéologique.



Politique extérieure

Subordination aux politiques d'écologie punitive sous l'influence d'associations ou d'organisations idéologiques

Carrefour ne propose pas de services visant à diffuser une propagande idéologique.



Politique de dons discriminatoires à l'égard des organisations caritatives en raison de leurs opinions ou de leurs croyances religieuses

Carrefour et sa fondation ne réalisent pas de dons discriminatoires à l'égard des organisations caritatives en raison de leurs opinions ou de leurs croyances religieuses.



Utilisation de la renommée de l'entreprise pour soutenir des causes idéologiques et/ou des organisations hostiles à la liberté d'expression

Carrefour a mis en place, depuis 2021, des logos Carrefour aux couleurs LGBT+ sur l'ensemble du parcours de la marche des fiertés parisienne (1).

Un magasin Carrefour a retiré des dattes de la marque Sun, qui seraient produites en Israël, suite à une plainte d'un client du magasin, accusant la présence du produit dans l'étalage spécial Ramadan d'être une provocation (2). Cependant, la marque a su résister aux nombreux appels au boycott et aux manifestations qui ont eu lieu dans des magasins Carrefour du sud de la France, en raison d'une prétendue implication de Carrefour dans le conflit israélo-palestinien, où la chaîne de magasins soutiendrait l'armée israélienne (3).



