



Candidature au Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable

Edition 2026.
Services et information au bénéfice du
consommateur.

Enseigne : CARREFOUR • Secteur d'activité : GRANDE DISTRIBUTION • NAF : 70.10Z
Adresse : 93 Avenue de Paris - 91300 MASSY

Dossier déposé par l'entreprise **CARREFOUR** via ANGELIQUE DIARRA (Responsable RSE transverse).

angelique_diarra@carrefour.com - Tél. : 0608570689

Date de création initiale du dossier : 10 octobre 2025.

Initiative : Carrefour réaffirme son engagement dans le Nutri-Score et demande à ses fournisseurs de publier le Nutri-Score de leurs produits sur le site Carrefour.fr

Date de l'initiative : 12/11/2024

Pitch

Carrefour, en tant que leader de la Transition alimentaire pour tous, réaffirme son engagement en faveur du Nutri-Score. L'enseigne, qui a appliqué le Nutri-Score sur ses marques propres dès 2019, généralise désormais cette démarche à l'ensemble des produits alimentaires qu'elle commercialise.

En novembre 2024, Carrefour a demandé à toutes les marques nationales de calculer et de communiquer le Nutri-Score de leurs produits éligibles pour l'afficher sur le site Carrefour.fr. L'information clé : Si un fournisseur ne communique pas le score, Carrefour le calculera lui-même. Les fournisseurs qui ont souhaité s'y opposeront eu un délai de 3 mois pour le signaler. En cas de refus, l'enseigne s'engage à l'indiquer sur la fiche produit et, surtout, ces produits seront exclus du bouton en ligne "mieux manger" qui propose des alternatives plus saines et durables au client à partir de leur panier initial.

En septembre 2025, l'information Nutri-Score est disponible sur toutes les références des produits éligibles.

Critère 1 - Caractère innovant

Carrefour considère que le Nutri-Score est un critère de choix incontournable pour aider ses clients à mieux manger. Largement reconnu, il apporte une information sur la qualité nutritionnelle des produits et dispose d'un mode d'affichage simple et lisible, compréhensible par tous. Selon une étude réalisée par Santé Publique France en 2021, 43% des personnes interrogées estimaient ainsi que le Nutri-Score leur avait permis de changer durablement certaines habitudes alimentaires. Dès la sortie de l'arrêté concernant l'application du nouvel algorithme du Nutri-Score en mars 2025, Carrefour a décidé d'appliquer progressivement cet indicateur sur ses produits à marque Carrefour.

Il s'agit également d'un levier de l'enseigne pour encourager ses clients à privilégier des produits sains. La mobilisation de Carrefour pour sa généralisation est une preuve de plus de son engagement en faveur de la transition alimentaire pour tous. Solliciter ses fournisseurs dans cette démarche s'inscrit également dans sa philosophie d'agir collectivement pour répondre à un enjeu de santé publique.

Critère 2a - Mise en œuvre

- Qui a initié le projet (département, fonction)

Direction RSE

- Responsable de la mise en œuvre ?

Une équipe projet composée de différents métiers à oeuvrer collégalement à la mise en place de l'affichage industrialisée du Nutri-Score : RSE / Qualité MDC / Administration des ventes / Qualification de la donnée / E-commerce / Juridique / Consotrust : entreprise prestataire qui calcule le nutri-score des produits MDC et des produits des fournisseurs ayant accepté le calcul par Carrefour

- Quelles ont été les étapes clés de la mise en place ?

- Annonce de l'action portée à l'échelle du PDG de Carrefour, Alexandre Bompard et relayée par la Direction Marchandises auprès des fournisseurs. Mise à disposition d'un contact au sein de la Direction Administration des Ventes pour répondre aux sollicitations des fournisseurs et échanges

- Construction de la feuille de route avec l'équipe projet

- Réception des refus fournisseurs

- Structuration des règles de gestion pour l'affichage de l'information Nutri-Score :

CAS 1 : Le Fournisseur ou (MDC) appose son Nutri-Score sur ses produits ou nous communique son Nutri-Score.

>>> Sur la fiche produit, affichage de la phrase « Le Nutri-Score a été attribué par le titulaire de la marque. » accompagné du logo Nutri-Score en vigueur

CAS 2 : Le Fournisseur ne s'oppose pas à la communication sur son Nutri-Score et nous disposons de toutes les informations nécessaires pour réaliser le calcul du Nutri-Score. (MN uniquement)

>>> Sur la fiche produit, affichage de la phrase « Le Nutri-Score a été calculé par nos soins sur la base des informations transmises par le titulaire de la marque.» accompagné du logo Nutri-Score en vigueur

CAS 2bis : Les informations nécessaires pour le calcul du Nutri-Score du Fournisseur ne sont pas disponibles sur la fiche produit ne sont pas suffisantes pour réaliser le calcul

>>> Sur la fiche produit, affichage de la phrase « Les informations nécessaires pour communiquer le Nutri-Score de ce produit sont insuffisantes pour réaliser le calcul. » accompagné du logo "Score nutritionnel inconnu".

CAS 3 : Le Fournisseur s'oppose à la communication d'un Nutri-Score sur ses produits (MN uniquement)

>>> Sur la fiche produit, affichage de la phrase « Le titulaire de la marque ne souhaite pas communiquer sur son Nutri-Score. » accompagné du logo "Score nutritionnel inconnu".

CAS 4 : Exclusions globales qui concernent les catégories exemptés du Nutri-Score (MN/MDC)

>>> Pas de phrase ni de logo

Ex : <https://www.carrefour.fr/p/glace-en-pot-nutella-nutella-8000500425183>

• Quelle est l'ampleur de la mise en œuvre (nombre de collaborateurs, de sites, de produits concernés, partenariats impliqués, etc) ?

Nombre de références disposant de l'information Nutri-Score (A à E) sur le site e-commerce en septembre 2025 :

- + de 34000 références avec un Nutri-Score de A et E dont 8550 en A

- +/- de 2250 exemptés

- 800 références concernant des produits de fournisseurs opposés à l'affichage

Non calculables pour cause d'un manque d'informations nutritionnelles : 11700

Critère 2b - Communication

- Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour mobiliser et former les collaborateurs impliqués dans le projet ?

Les équipes mobilisées (ex : Qualité, RSE, Juridique, Enrichissement de la donnée) sur le sujet possèdent des expertises leur ayant permis de consolider la feuille de route. De plus, la co-construction avec ConsoTrust nous a permis d'affiner la méthodologie.

De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne et en externe ? joindre un exemple de communication

- Communiqué de presse
- Post LinkedIn du PDG de Carrefour
- Courrier aux interlocuteurs chez les fournisseurs de Carrefour
- Mentions dans les interventions à des événements des speakers RSE/Carrefour
- Communication interne : post sur le réseau de communication interne, auprès des syndicats de collaborateurs

Critère 3 - Impact et résultats

Nombre de références disposant de l'information Nutri-Score (A à E) sur le site e-commerce en septembre 2025 :

- + de 34000 références avec un Nutri-Score de A et E dont 8550 en A
- +/- de 2250 exemptés
- 800 références concernant des produits de fournisseurs opposés à l'affichage

Non calculables pour cause d'un manque d'informations nutritionnelles : 11700

Une initiative perçue principalement positivement par l'externe, notamment les consommateurs. Selon un panel de Worldpanel by Numerator (Mars 2025), le Nutri-Score est la première source d'informations (44,6 %) quand un consommateur cherche des conseils en matière d'alimentation saine et de nutrition. A cet effet, dès la publication de l'arrêté de mars 2025 concernant le nouveau calcul, Carrefour a décidé d'appliquer progressivement cet algorithme. Une action en cours actuellement.

Avec cette application, les règles de gestion exposées précédemment ont permis une automatisation de la remontée de la donnée et une prise en compte plus large des produits qualifiés d'un Nutri-Score sur le bouton mieux manger.

Critère 4 - Vision

En 2024, Carrefour a réaffirmé sa raison d'être pour une transition alimentaire accessible à tous qui allie, prix, goût et qualité au travers d'un claim : ACT FOR FOOD.

Le Nutri-Score s'intègre dans cette vision, c'est un levier visant à encourager ses clients à privilégier des produits sains. L'exclusion des produits des marques récalcitrantes de l'outil "alternative pour mieux manger" est une mesure incitative forte.

L'affichage du Nutri-Score, bien que Carrefour ne soit pas le premier distributeur, s'inscrit dans une démarche similaire à l'initiative Top 100 fournisseurs sur le climat, où les fournisseurs n'ayant pas de trajectoire climat en 2026 seront dé-référencés.

Annexes

Fichier joint

[Communique-de-presse-Carrefour-reaffirme-son-engagement-dans-le-Nutri-Score-et-demande-a-ses-fournisseurs-de-publier-le-Nutri-Score-de-leurs-produits-sur-le-site-Carrefour.fr-2.pdf](#)