



INFORME ANUAL 2008



NUESTROS OFICIOS AL SERVICIO DE LA SOLIDARIEDAD

SUMARIO

RECOLECTAR Y DISTRIBUIR LOS PRODUCTOS ESENCIALES	02 - 05
DESARROLLAR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA LOCAL	06 - 09
ASISTIR Y APOYAR EN SITUACIÓN DE URGENCIA	10 - 13
CAPACITAR Y ACOMPAÑAR HACIA EL EMPLEO	14 - 17
INFORMAR SOBRE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN	18 - 21
INFORME FINANCIERO 2008	22 - 23
NUESTRA ADMINISTRACIÓN MODO DE FUNCIONAMIENTO	24



LA FUNDACIÓN CARREFOUR EN DATOS

4,57 M€
FUNDACIÓN
INTERNACIONAL CARREFOUR

AYUDA A
35
PROGRAMAS SOLIDARIOS
EN 2008

ACCIONES EN
14
PAÍSES EN
3 CONTINENTES

MÁS DE
6.000
COLABORADORES
BENÉVOLOS IMPLICADOS

EDITORIAL

LARS OLOFSSON
DIRECTOR GENERAL
DEL GRUPO CARREFOUR
Y PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN
INTERNACIONAL CARREFOUR

Ser el comerciante preferido de todos: esa es la ambición del grupo Carrefour. Esta preferencia se construye día a día con nuestros clientes, gracias a la variedad y calidad de nuestra oferta, asegurando precios bajos y creando un espacio de convivialidad en nuestros almacenes. Pero esta predilección se logra también con base en nuestros compromisos y acciones ciudadanas, dirigidas a las comunidades que nos rodean. Nuestro trabajo es indisoluble de la responsabilidad que nos corresponde. Estamos lejos de una oposición entre eficacia económica y compromiso societario. En el corazón de los intercambios comerciales, nuestra empresa juega un papel fundamental ayudando y mejorando la vida cotidiana de quienes más lo necesitan.

ES POR ELLO QUE LA FUNDACIÓN INTERNACIONAL CARREFOUR
RECOGE LAS INICIATIVAS DE NUESTRAS DIVERSAS MARCAS,
**COLOCANDO NUESTRAS
COMPETENCIAS AL SERVICIO
DE LA SOLIDARIDAD.**

Naturalmente, la ayuda alimentaria ocupa el centro de nuestras acciones en todos los países en los que estamos implantados. Aunque esta ayuda puede adoptar formas diferentes (reaprovisionamiento de urgencia, tiendas sociales, donaciones a entidades de caridad, programas de nutrición...), el compromiso de nuestros colaboradores es siempre el mismo: una atención firme y calurosa.

Desde mis funciones de Presidente de la Fundación Internacional Carrefour quiero agradecer sinceramente a todos los colaboradores que se involucran en los diferentes proyectos de solidaridad. Pueden contar con mi apoyo total a su lado, para que el desarrollo de nuestro Grupo continúe a realizarse de manera responsable y durable. Carrefour, por intermedio de su Fundación Internacional, busca proponer nuevas soluciones a los desafíos societarios y, junto con los poderes públicos y las asociaciones, ayudar a los más necesitados. La atención dada a cada uno de ellos hace parte del espíritu de Carrefour; continuaremos animándolo para seguir siendo el comerciante preferido de todos.



RECOLECTAR Y DISTRIBUIR

LOS PRODUCTOS ESENCIALES



MARTINE SAINT-CRICO
EMPLEADA DE CARREFOUR LABÈGE
REPRESENTANTE DEL PERSONAL Y REPRESENTANTE SINDICAL,
MIEMBRO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
DE LA FUNDACIÓN

LA SITUACIÓN ALIMENTARIA MUNDIAL CORRE EL RIESGO DE AGRAVARSE CON LAS CRISIS ECONÓMICA Y FINANCIERA... SIN EMBARGO, EXISTEN SOLUCIONES LOCALES DE AYUDA A LOS MÁS NECESITADOS. POR ESTA RAZÓN, EL GRUPO CARREFOUR LANZÓ DESDE HACE VARIOS AÑOS UNA POLÍTICA "RESPONSABLE" DE DONACIONES. DE ESTA FORMA, LA EMPRESA OPTIMIZA SU ACTIVIDAD, PARTICIPANDO EN LA RECOLECCIÓN COTIDIANA DE LOS PRODUCTOS EN LOS ALMACENES, LLEVADA A CABO POR LAS ASOCIACIONES DE CARIDAD COMO LAS TIENDAS SOCIALES O LOS BANCOS DE ALIMENTOS. SU FUNDACIÓN INTERNACIONAL LES PROPORCIONA ASÍ UN APOYO TÉCNICO Y FINANCIERO QUE LES PERMITE DESARROLLAR UNA ACTIVIDAD EFICIENTE Y DURADERA.



EUROPA FRANCIA | PACTE

TIENDAS PACTE 62
LENS / HENIN BEAUMONT / LIÉVIN

NÚMERO DE TRABAJADORES
• 22 DE LOS CUALES 13 EN CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO
• 9 EN CONTRATO DE INSERCIÓN

BENÉVOLOS
30 BENÉVOLOS

BENEFICIARIOS
2.100 FAMILIAS

ASOCIADOS
16 LOCALIDADES

ORGANIZAR LA DONACIÓN DE PRODUCTOS

LAS TIENDAS SOCIALES EN FRANCIA

La tienda social y solidaria PACTE 62 de Liévin está implantada en un barrio popular de la ciudad. Esta tienda, inaugurada en 2001, lucha contra la precariedad participando en la reinserción social por medio de acciones de ayuda alimentaria y capacitación profesional, dirigidas a las personas que atraviesan grandes dificultades.

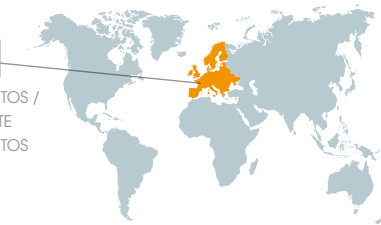


Cada viernes en la mañana, unas cincuenta personas esperan la apertura de la tienda solidaria. La tienda Pacte (Para Actuar Contra Toda Exclusión) se encuentra abierta dos mañanas por semana. Recibe alrededor de 360 familias de la localidad de Liévin, y ofrece productos de consumo corriente cuidadosamente

expuestos en el almacén: productos de higiene, zanahorias, carne, etc., todo menos alcohol. La tienda no está abierta a todo el mundo. « Para venir aquí, es preciso antes que nada haber sido registrado por los servicios sociales de la localidad », explica Patrick Nanin, benévolo y pensionado, antiguo

EUROPA: 5 ACCIONES

- 4 > FRANCIA: BANCOS DE ALIMENTOS / ANDES / ADN / PACTE
- 1 > ESPAÑA: BANCOS DE ALIMENTOS



trabajador del Grupo Carrefour y presidente de la asociación. « Sabemos que estas personas tienen ingresos inferiores a los del Ingreso Mínimo de Inserción (RMI, por sus siglas en francés) ». Una vez el registro validado, el adherente recibe una carta de acceso que le indica el presupuesto al que tiene derecho. Puede entonces ir a comprar libremente dos veces al mes. La asociación PACTE ofrece igualmente, a quienes lo deseen, capacitaciones para las profesiones de la distribución (cajeros, almaceneros y vendedores), proporcionándoles la oportunidad de trabajar en un futuro en los almacenes Carrefour.

El objetivo de PACTE es, ante todo, ofrecer un apoyo concreto a las personas necesitadas para que éstas realicen sus compras como todo el mundo. Desde su inauguración, la asociación maneja en Francia los productos suministrados por el Grupo Carrefour. La Fundación Internacional Carrefour está encargada, junto con Carrefour, del 80 % de su aprovisionamiento, y participa simultáneamente en su desarrollo brindando los equipamientos necesarios a su funcionamiento



(camiones frigoríficos, cuartos fríos o góndolas), e invirtiendo también en la conformidad de los almacenes con la normatividad del sector de ventas. En estas tiendas, todos los productos son controlados antes de ser expuestos en el almacén, y son vendidos a 20 % del precio del mercado. Esta regla de higiene y funcionamiento permite de esta forma mantener la dignidad de los beneficiarios, asegurando el funcionamiento de la estructura que emplea 87 personas, de las cuales 55 son benévolas, 21 tienen un contrato a término indefinido y 9 de ellas gozan de un contrato de inserción.



ALAIN POTIER
RESPONSABLE PRODUCTOS FRESCOS

Me parece esencial, para una empresa como la nuestra, el compromiso con la ayuda al prójimo y la realización de acciones ciudadanas. Desde que el proyecto fue creado, en julio de 1994, tomé la decisión de implicarme completamente aportando una piedra más a este edificio. Apadriné la creación de la asociación PACTE de la región Pas-de-Calais, y estoy sobre todo muy satisfecho de ver que se ha convertido en una empresa de inserción social, en una asociación de utilidad pública que ayuda a las personas en situación delicada. Desde su creación, PACTE ha crecido y cuenta ahora con 6 tiendas sociales. Su influencia social ha aumentado, lo cual pone a prueba nuestra responsabilidad. Hoy más que nunca, la asociación se apoya en el profesionalismo, las competencias y la experiencia de los trabajadores benévolos de Carrefour.

PROLIFERACIÓN DE ACCIONES

EUROPA FRANCIA | PACTE

1995: Creación de la asociación PACTE, Para Actuar Contra Toda Exclusión.

1996: Creación de PACTE 92 y apertura de la primera tienda social en Levallois-Perret, con cobertura para 233 familias.

1997: Creación de PACTE 14 y 62 ; inauguración de dos tiendas sociales en Mondeville y Lens.

2004: Abertura de una tercera tienda PACTE 62 en Henin Beaumont.

2006: Inauguración de la tienda PACTE 62 en Liévin.

2008: Creación de PACTE 59 y apertura de la tienda social en Lille, con cobertura para 560 familias.

EUROPA BÉLGICA | PACTE

2003: Creación de la primera tienda social en Bruselas.
2004: Abertura de 4 nuevas tiendas sociales en Bélgica, en las localidades de Bon Villiers, Amberes, Malines y Quaregnon.

EUROPA GRECIA | PACTE

2007: Creación de PACTE en Grecia, conjuntamente con la apertura de la primera tienda social en Atenas, con cobertura para 400 familias por año.
2008: Inauguración de una segunda tienda PACTE en el Pireo.





DESARROLLAR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA LOCAL

WU JIANMIN
PRESIDENTE DE HONOR DE LA OFICINA
INTERNACIONAL DE EXPOSICIONES,
MIEMBRO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
DE LA FUNDACIÓN

EN CHINA, CARREFOUR ES UNO DE LOS ACTORES CLAVE DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA Y PARTICIPA EN SU MODERNIZACIÓN. CARREFOUR ES IGUALMENTE UN ACTOR SOCIALMENTE COMPROMETIDO. POR INTERMEDIO DE SU FUNDACIÓN INTERNACIONAL, LA EMPRESA EMPLEA SU RESPONSABILIDAD SOCIAL Y PONE EN PRÁCTICA PROGRAMAS EFICIENTES DE EDUCACIÓN Y DE FORMACIÓN QUE CONTRIBUYEN AL DESARROLLO DEL PAÍS.



DINAMIZAR LA PRODUCCIÓN LOCAL

LA FILIAL PIMIENTA EN CHINA

En Shiruo y Seba, dos pueblos situados en el corazón de la selva templada y distantes de varios kilómetros de otras zonas habitadas, las comunidades rurales viven con menos de un euro por día. Para mejorar las condiciones de vida, la Fundación Internacional Carrefour abrió centros de salud, participa en la escolarización de los niños y favorece el aumento y la diversificación de las fuentes de ingreso de los agricultores.

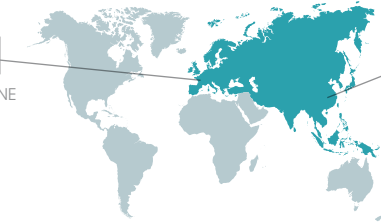


Con el fin de acabar con el aislamiento de las poblaciones de la provincia de Mao, y de valorizar la producción de pimienta verde cultivada de manera tradicional por los agricultores, Carrefour organiza anualmente, desde 2004, un mes de promoción de la pimienta en el momento de la cosecha.

« El primer año, los agricultores vendieron casi 2.000 kilos de pimienta en 3 almacenes. Hoy en día, la calidad de la producción es ampliamente reconocida, y los agricultores producen 32 toneladas de pimienta verde, que venden en cerca de 100 almacenes en China », comenta Aude Lesage,

EUROPA: 1 ACCIÓN

1 > FRANCIA: RÉSEAU DE COCAGNE



ASIA: 1 ACCIÓN

1 > CHINA: PIMIENTA DE SICHUAN

directora de desarrollo sostenible de Carrefour China. « Pero el 11 de mayo de 2008 el terremoto destruyó todas las rutas, varias casas se desplomaron y los habitantes tuvieron que ser temporalmente

acogidos en refugios. Para facilitar la reactivación de la actividad económica, decidimos comprar el 80 % de la producción por adelantado, a precios más elevados que los del mercado ».



Paralelamente, la Fundación Internacional Carrefour, que desde el inicio del proyecto (2007) ayudó a la construcción de escuelas y centros médicos, decidió extender su ayuda a dos nuevas aldeas.

« Hoy en día, mejoraron las condiciones de vida de los agricultores, los ingresos de las familias aumentaron de 15 %. Este proyecto despertó el entusiasmo de los habitantes, que aprendieron a diversificar su sistema de producción, cultivando otras variedades de patatas, por ejemplo. Construimos igualmente 150 hornos domésticos, que permiten ahorrar madera para el fuego, y así preservar los recursos de la reserva natural amenazada », estima He Youxin, Presidente de la nueva asociación de productores de pimienta verde de Sichuan.



GRÉGORY ZHOULI
JEFE DE PRODUCTO

La zona de Maoxian, en la región de Sichuan, fue una de las más damnificadas por el terremoto del 12 de mayo de 2008. Una vez hecho el balance de la situación, Carrefour Chengdu envió un grupo de personas que recorrió cerca de 1.000 kilómetros antes de llegar a la aldea de Diaolin. Con las vías cortadas, los productos del campo no podían ser transportados a tiempo, lo cual traía nefastas consecuencias para los ingresos de los campesinos de la región. Con el fin de mantener los precios, Carrefour y la Asociación de la pimienta lanzaron un proyecto de compra directa, lo cual se tradujo en el aumento de los ingresos de los agricultores. De la misma forma, gracias al compromiso de Carrefour y de su Fundación Internacional, el papel del programa fue importante en tres aspectos. En primer lugar, la ayuda para mejorar las condiciones de vida de los campesinos, consistente en la implementación de escuelas, escolarización de niños y acceso a los cuidados médicos de las familias. En segundo lugar, el aumento del volumen de ventas de pimienta verde y, en tercer lugar, la sensibilización de los clientes sobre los alcances del proyecto de compra directa a los productores locales para la reconstrucción de sus tierras.

ASIA
CHINA



FILIAL PIMIENTA
(INICIO DE 2004)

ALMACENES PARTICIPANTES
94 EN 25 CIUDADES

COSECHA
1 VEZ POR AÑO (JULIO/AGOSTO)

VENTAS
• MÁS DE 32.000 KILOS
• MÁS 105 % CON RELACIÓN A 2007

OTROS BENEFICIOS
CONSTRUCCIÓN DE UN PATIO
DE RECREO, REPARACIÓN
DE LOS TECHOS DE LA ESCUELA,
CREACIÓN DE UNA BIBLIOTECA

INGRESOS
MÁS 15% POR FAMILIA

BENEFICIARIOS
380 FAMILIAS

BUENAS PRÁCTICAS

PROLIFERACIÓN DE ACCIONES

EUROPA
FRANCIA

1998: Ayuda al desarrollo de los jardines de la « red cocagne»: explotaciones de agricultura biológica y proyectos de inserción social que emplean 3.000 personas con contratos adaptados.

AMÉRICA LATINA
COLOMBIA

2001: En cooperación con la UNODC, acompañamiento de 2.600 familias para la producción y comercialización de productos de sustitución a los cultivos ilícitos.
2007: Planet France y Carrefour participan en la comercialización de bolsas reutilizables confeccionadas por 1.500 mujeres desplazadas y cabeza de familia.

AMÉRICA LATINA
BOLIVIA

2002: En asociación con la ONG *Point d'Appui*, Carrefour destina 10 centavos de euro por cada paquete de Quinoa comprado, permitiendo así la construcción de bibliotecas, un dispensario, 4 pararrayos, un puesto de salud y una sala informática equipada con 18 ordenadores.

ASIA
CHINA

2004: En colaboración con el WWF, los equipos de Carrefour China valoran y comercializan la producción de pimienta verde, lo cual permite aumentar el 15% los ingresos de 380 familias.

ASIA
TAILANDIA

2005: Con la ayuda de emergencia en el momento del Tsunami de diciembre de 2004, la Fundación financió los materiales necesarios para la reactivación de las actividades de 50 pescadores.





ASISTIR Y APOYAR EN SITUACIÓN DE URGENCIA



XAVIER EMMANUELLI
PRESIDENTE FUNDADOR DEL SAMU SOCIAL INTERNACIONAL
Y DE PARÍS, MIEMBRO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
DE LA FUNDACIÓN

LA URGENCIA ES UN MÉTODO PARA SALIR DE LA URGENCIA, ES DECIR, DE LA PRECARIEDAD EXTREMA QUE COLOCA EN PELIGRO LA VIDA MISMA. TENEMOS QUE ESTIMULAR TODAS LAS INICIATIVAS PARA ALEJAR LA INDIGENCIA, DE LO CONTRARIO LA EXCLUSIÓN SERÁ LA PERSPECTIVA DE NUESTRO FUTURO. EL SAMU SOCIAL TIENE COMO VOCACIÓN ACERCARSE A LAS PERSONAS EXCLUIDAS, OFRECIÉNDOLES SEGURIDAD, CUIDADOS INMEDIATOS, Y LA POSIBILIDAD DE ENCONTRAR DE NUEVO LA ESPERANZA. CARREFOUR, COMO EMPRESA DE PROYECCIÓN INTERNACIONAL QUE ES, COLOCA SUS COMPETENCIAS AL SERVICIO DE LAS PERSONAS DAMNIFICADAS POR CATÁSTROFES NATURALES. DE LA MISMA FORMA, SU FUNDACIÓN CONTRIBUYE APOYANDO NUMEROSAS INICIATIVAS LOCALES.



ORGANIZAR LA AYUDA DE EMERGENCIA

EL APROVISIONAMIENTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD EN BRASIL

El 27 de noviembre de 2008, y desde hacía varios días, el Estado de Santa Catarina, en el sur de Brasil, era azotado por lluvias violentas. Inundaciones e importantes derrumbes de tierra anunciaban ya la magnitud de la catástrofe.

« Hoy en día, más de 78.000 personas son desplazadas », nos explica Renata Moura, directora de recursos humanos de Carrefour Brasil. « Las principales necesidades de estas poblaciones son el acceso

al agua potable y a los alimentos de primera necesidad. En estos casos de urgencia, Carrefour Brasil siempre ha contribuido ayudando a las poblaciones damnificadas. Estamos convencidos que nuestra experiencia en este



BUENAS PRÁCTICAS

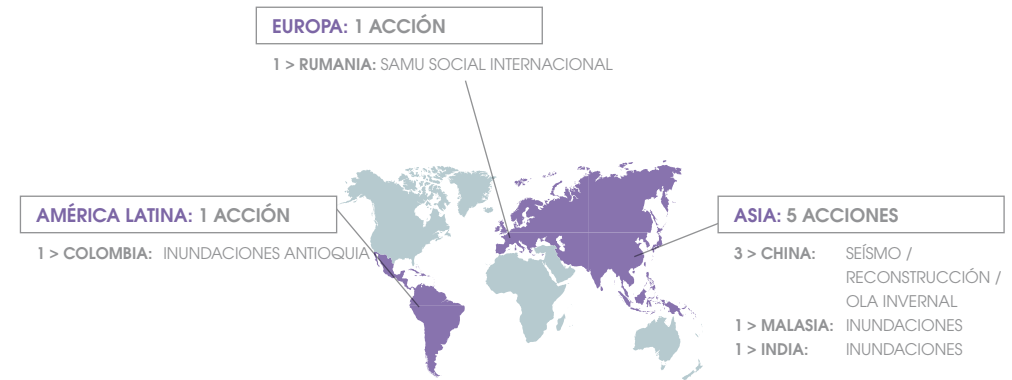
PROLIFERACIÓN DE ACCIONES

ASIA
INDIA, TAILANDIA

2001: Terremoto en la región de Gujarat, India. Donación de 4 paletas textiles, por un valor de 115.000 €.
2002: Como consecuencia de las fuertes inundaciones en Tailandia, donaciones de 25.400 botellas de agua, 1.100 bolsas de arroz, 6.500 productos alimentarios y 10.000 productos de higiene.

ASIA
SUDESTE ASIÁTICO, PAKISTÁN

2004: Donación conjunta de un valor de 1.700.000 €, de los cuales 621.500 € de la Fundación Internacional Carrefour. Creación de un fondo de emergencia de 120.000 € y financiación de un programa de desarrollo para las poblaciones nómadas víctimas de inundaciones.
2005: Envío de 10 toneladas de alimentos y ayuda conjunta con los equipos del Global Sourcing en Bangladesh.



tipo de situaciones puede ayudarlos. Para enfrentar la urgencia, Carrefour envió un camión con agua potable y alimentos, de un valor de 20.000 euros. Por otro lado, fue implementado un sistema de recolección de alimentos y ropa en los diferentes almacenes y en la sede ». Sin embargo, las necesidades son inmensas, y las lluvias no cesan, por lo que el Estado de Emergencia es declarado. Inmediatamente, la Fundación Internacional Carrefour decide entregar un fondo de emergencia de 100.000 euros que permita el envío de 10 camiones adicionales.

El 11 de diciembre, las lluvias cesan por fin. El balance es significativo: 126 muertos, 27 desaparecidos y 33.479 damnificados. Fueron colectados un total de 230 toneladas de ropa y alimentos, así como 27.000 litros de agua. Equipos de voluntarios de Carrefour se movilizaron con el fin de organizar las colectas y encaminar los 10 camiones de víveres, cada uno con 16 paletas de alimentos no perecederos, leche o agua potable, hasta el secretariado de la defensa civil de Santa Catarina, quien se hizo cargo de la distribución de estos bienes.



RENATA MOURA
DIRECTORA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

En sólo unas horas, la tragedia golpeó el sur de Brasil... Lluvias antediluvianas cayeron, destruyendo infraestructuras, casas, bienes personales, dejando su marca en los habitantes de la región. Inmediatamente, aparece la solidaridad nacional para ayudar a las víctimas. Incluso antes de haber recibido órdenes específicas, nuestros almacenes crean un comité de ayuda a Santa Catarina para coleccionar donaciones espontáneas de los clientes. Con el fin de organizar eficazmente la colecta y distribución de los productos, identificando las necesidades más urgentes, la dirección de relaciones institucionales entra en contacto con las autoridades del Estado de Santa Catarina. Paralelamente, el departamento de comunicaciones lanza una campaña de donaciones en la prensa, dirigida a los proveedores, clientes y colaboradores, ante la cual la respuesta es unánime sin importar las posibilidades de unos y otros... Finalmente, para cubrir las carencias inmediatas, la Fundación Internacional ofrece un apoyo financiero de 100.000 €. En pocas horas, la red de solidaridad se ha consolidado. Nuestros principios de acción garantizan que las donaciones lleguen a su destino y sean distribuidas directamente a quienes las necesitan.

AMÉRICA LATINA
BRASIL



INUNDACIONES - SUR DEL BRASIL
ESTADO DE SANTA CATARINA

BALANCE DE LA TRAGEDIA
126 MUERTOS, 27 DESAPARECIDOS,
33.479 DAMNIFICADOS

LOGÍSTICA
6 ALMACENES DE LA REGIÓN
MOVILIZADOS DEL 28/11/08 AL 08/12/08

DONACIONES
CARAVANA DE 10 CAMIONES
CARGADA DE PRODUCTOS
DE PRIMERA NECESIDAD

- 230 TONELADAS DE ROPA Y ALIMENTOS
- 27.000 LITROS DE AGUA
- 20.000 EUROS DE DONACIONES LOCALES
- 100.000 EUROS FIC

COLABORADORES
SECRETARIADO DE LA DEFENSA
CIVIL DE SANTA CATARINA





CAPACITAR Y ACOMPAÑAR

HACIA EL EMPLEO



BOUTROS BOUTROS-GHALI
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN EGIPCIA
DE LOS DERECHOS HUMANOS,
ANTIGUO SECRETARIO GENERAL
DE LAS NACIONES UNIDAS, MIEMBRO DEL CONSEJO
DE ADMINISTRACIÓN DE LA FUNDACIÓN

DURANTE MUCHO TIEMPO, EL DESARROLLO FUE PENSADO ÚNICAMENTE EN SU DIMENSIÓN ECONÓMICA. TENEMOS QUE CONSIDERARLO AHORA EN UN SENTIDO AMPLIO, EN SU ASPECTO PLURIDIMENSIONAL. PARA QUE SEA 'DURABLE', EL DESARROLLO DEBE, EFECTIVAMENTE, INTEGRAR LOS DATOS POLÍTICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES. COMO ACTOR DEL DESARROLLO, EL GRUPO CARREFOUR CONTRIBUYE, JUNTO CON LA FUNDACIÓN INTERNACIONAL QUE CREÓ, A PONER EN PRÁCTICA ESTA DIMENSIÓN MÚLTIPLE DEL DESARROLLO.



OFRECER UN TRAMPOLÍN PROFESIONAL

EL APRENDIZAJE DEL OFICIO DE PANADERO EN ARGENTINA

Localizada en el límite de un barrio marginado de Buenos Aires, y a proximidad del almacén de San Isidro, la asociación Manos Abiertas propone apoyo a las familias que tienen dificultades económicas, ayudándolas a encontrar un empleo.



« Fue al constatar el impacto del trabajo realizado por la asociación Manos Abiertas que decidimos ayudarlos a ampliar la propuesta de capacitaciones, comenta Belén Daghero, Responsable de Relaciones Institucionales de Carrefour Argentina. En cada uno de nuestros almacenes tenemos

un espacio dedicado a la panadería y pastelería. Allí, hay profesionales ejerciendo su oficio para ofrecer día a día pan fresco a los clientes. Nos pareció evidente abrir este espacio para permitir que los beneficiarios de la asociación vinieran y ejercieran el oficio de panadero ».

BUENAS PRÁCTICAS

PROLIFERACIÓN DE ACCIONES

AMÉRICA LATINA
MÉXICO

2001: Reinserción profesional de 230 adolescentes de la calle, en colaboración con Carrefour y la asociación El Caracol.

AMÉRICA LATINA
ARGENTINA

2002: Programa de reinserción y capacitación profesional de 237 niños de la calle de Buenos Aires.
2006: Creación de talleres de panadería, costura y peluquería para 100 jóvenes de clases bajas.

AMÉRICA LATINA: 5 ACCIONES

- 1 > COLOMBIA: LAS ESCUELAS SON PARTE DE NUESTRA VIDA
- 3 > BRASIL: ANE / CDI / ALFA SOL
- 1 > ARGENTINA: CONIN

EUROPA: 7 ACCIONES

- 5 > FRANCIA: FONDATION DE LA 2^{ME} CHANCE / ADIE / UN AVENIR ENSEMBLE / HANDISPORT / FÊTE LE MUR
- 1 > ESPAÑA: CONECTA
- 1 > POLONIA: CARITAS



ASIA: 4 ACCIONES

- 2 > CHINA: HOPE SCHOOL / YOUNG BAKER
- 1 > Tailandia: VGCD
- 1 > INDONESIA: ISCO

Desde 2006, la Fundación Internacional Carrefour participa también en la profesionalización de esta iniciativa. Fue así como reforzó este proyecto, proponiendo la creación de un taller de panadería dentro de la asociación, donde existen ya capacitaciones de costura, tejido y agricultura. La asociación ofrece la posibilidad a cerca de 400 adultos y adolescentes de frecuentar cursos prácticos y teóricos. Para llevar a cabo sus proyectos profesionales, la Fundación Internacional Carrefour decidió posteriormente participar en la financiación de microcréditos.

Gracias al seguimiento de los equipos de la asociación y los de Carrefour, 60 estudiantes obtuvieron, en 2008, un diploma de panaderos, y 50 de ellos decidieron instalarse por cuenta propia con la ayuda de microcréditos.

« Los alumnos adquieren progresivamente su autonomía. Siguen primero una capacitación en las áreas de panadería, y nosotros los acompañamos para optimizar la calidad o rendimientos



de su producción, por ejemplo. Los jóvenes diplomados pueden crear después su propia empresa con la ayuda de un microcrédito y del seguimiento de sus actividades. Ganan de esta forma experiencia, seguridad y autonomía », concluye Belén Daghero.



MICAELA ACEVEDO
BENEFICIARIA DEL PROGRAMA
MANOS ABIERTAS

Me llamo Micaela y tengo 17 años. Cursé la capacitación de panadería porque siempre me gustó cocinar, y porque era una buena oportunidad para obtener un diploma, ya que tuve un bebé y había suspendido los estudios. Sigo yendo a la Fundación pues me prestan las máquinas para hornear, amasar y moldear el pan, lo que me permite asegurar mi producción de pan, pasteles, pizzas y otros. Me asocié con una vecina y vendemos los pasteles en kioscos y almacenes. Recientemente obtuve un microcrédito de 400 pesos, que pago cada semana, y gracias al cual aumenté mi producción y mis ganancias, comprando las materias primas a mayoristas. Hoy he retomado confianza en mí misma.



AMÉRICA LATINA
ARGENTINA



TALLERES PANADERÍA

NÚMERO DE MICROCRÉDITOS
50

DIPLOMADOS EN 2008
60 PERSONAS

EN CAPACITACIÓN
TALLERES EN 2009
• 15 EN PANADERÍA
• 36 EN COSTURA Y PELUQUERÍA

INSCRITOS EN 2009
100

ALMACÉN PARTICIPANTE
CARREFOUR SAN ISIDRO
ACOGE A LOS ESTUDIANTES
PARA LAS CAPACITACIONES



INFORMAR

SOBRE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN



GUY PAILLOTIN
PRESIDENTE HONORARIO DEL INSTITUTO FRANCÉS
PARA LA INVESTIGACIÓN AGRÍCOLA (INRA),
Y SECRETARIO PERPETUO DE LA ACADEMIA FRANCESA
DE AGRICULTURA. MIEMBRO DEL CONSEJO
DE ADMINISTRACIÓN DE LA FUNDACIÓN.

EN EL MUNDO, MÁS DE MIL MILLONES DE INDIVIDUOS MUEREN DE HAMBRE, Y CASI EL DOBLE SUFRE DE DEFICIENCIAS NUTRICIONALES GRAVES, FAVORECIENDO LA PROPAGACIÓN DE LA OBESIDAD, INCLUSO EN LOS PAÍSES POBRES. ESTA MISERIA ALIMENTICIA GOLPEA IGUALMENTE A FRANCIA. LAS POLÍTICAS CONCERTADAS ENTRE ESTADOS SON INSUFICIENTES. LA SOLUCIÓN PASA TAMBIÉN POR ACCIONES LOCALES SOBRE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y LA EDUCACIÓN DE MADRES CABEZA DE FAMILIA, CUYA IMPORTANCIA ES CLAVE. MUCHAS FUNDACIONES PRIVADAS DAN PRIORIDAD A LOS PROBLEMAS DE SALUD, OLVIDANDO ESTE FLAGELO MODERNO. EN ESTE CAMPO, LA LEGITIMIDAD DE LA FUNDACIÓN INTERNACIONAL CARREFOUR ES EXCEPCIONAL: SU COMPROMISO SIGNIFICA UNA ESPERANZA PARA MUCHAS PERSONAS.



EUROPA FRANCIA | epOde

BENEFICIARIOS
120.000 NIÑOS

NÚMERO DE CIUDADES
167

NÚMERO DE PERSONAS CUBIERTAS POR EPODE
1'200.000

PREVENIR LA OBESIDAD

EL PROGRAMA EPODE EN FRANCIA

Para contribuir a la prevención de la obesidad, la Fundación Internacional Carrefour apoya el programa EPODE (Juntos Prevengamos la Obesidad Infantil, por sus siglas en francés). Este programa tiene como objetivo promover una alimentación variada, equilibrada y placentera, unida a una actividad física regular en toda la población, y más precisamente en los niños entre 5 y 12 años.

¿Cuál es el secreto de nuestra receta? Una atención personalizada. Apoyando la implementación del servicio telefónico de acompañamiento ofrecido a las familias con niños con sobrepeso, y participando en el desarrollo del programa EPODE en Francia, Bélgica, España y Grecia, la Fundación integra una acción global de lucha contra este importante problema de salud pública.



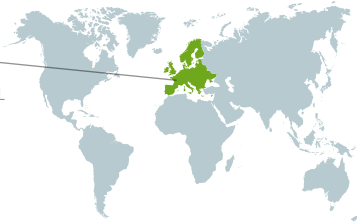
En Francia, « el concepto está basado en un compromiso público de las ciudades implicadas, un núcleo científico compuesto por un comité de expertos, una coordinación nacional en cabeza de una agencia de comunicación especializada en el 'marketing social', y un compromiso mutuo entre el sector privado y el público con unas reglas éticas », expone Jean-Michel Borys, médico endocrinólogo y codirector del programa EPODE.

El programa, resultado de una experiencia local en 1992 en dos ciudades de la región Pas-de-Calais al Norte de Francia (Fleurbaix y Laventie, que le dieron el nombre a la asociación), busca alcanzar un modo de vida sano en términos de alimentación y actividad física, envolviendo a todos los actores locales: escuelas, familia, profesionales de la salud, políticos locales, asociaciones y empresas...

De este modo, Carrefour es consciente del papel que puede tener frente a sus 25 millones de clientes por día. Por ello, ha tomado muy en serio la cuestión de la nutrición, organizando, entre otras cosas, talleres de divulgación destinados a los más jóvenes. « Al igual que el año pasado, este año organizamos

EUROPA: 5 ACCIONES

- 2 > FRANCIA: EPODE / AIDES ALCOOL
- 1 > ESPAÑA: THAO
- 1 > BÉLGICA: VIASANO
- 1 > GRECIA: NOTUS



un torneo de fútbol en Clairefontaine, sede de las selecciones nacionales de este deporte, el cual reunió 300 niños e igual número de padres y educadores. El taller se llevó a cabo bajo la forma de un *quiz* sobre la nutrición y las ventajas del deporte », explica Laurence Pappalardo, responsable patrocinio hipermercados

Francia. Los resultados lo confirman: la tendencia a la obesidad ha disminuido en las ciudades en las que el programa ha sido desarrollado. Ante este hecho contundente, 167 ciudades han expresado ya su deseo de unirse al programa, lo que equivale a más de un millón de personas en Francia.



MYRIAM ANTONILI
JEFE DE PROYECTO
EPODE EN EVREUX

Dentro del programa EPODE, iniciamos acciones sobre el tema « ¡En el pez, todo es bueno! ». Diseñamos tres talleres pedagógicos destinados a las escuelas primarias de la ciudad de Evreux. En el primero de los talleres se explica a los niños que hay peces de agua dulce y salada. Para los primeros cursos, decidimos estudiar la anatomía del pez de forma lúdica. Por ejemplo, los niños aprendieron que el pez tiene branquias en vez de pulmones. Recuerdo haber preguntado a uno de ellos « ¿De qué está cubierto el cuerpo del pez? », a lo que respondió « De papel aluminio »... Trabajamos igualmente sobre el rol que tienen los peces, los crustáceos y moluscos en la alimentación. Los niños integraron bien las calidades del pescado, ¡y ahora piden a sus padres que les preparen las recetas que nosotros les mostramos! La dinámica del programa EPODE permitió congrega numerosos actores de la comunidad que trabajan en la prevención, entre los cuales se destacan los profesores.

BUENAS PRÁCTICAS

PROLIFERACIÓN DE ACCIONES

EUROPA FRANCIA

2006

EPODE Francia, 10 ciudades piloto.

2008

Ampliación de EPODE a 167 ciudades de Francia.

EUROPA ESPAÑA

2007

Lanzamiento del programa THAO en España con 5 ciudades colaboradoras y 154.000 personas.

2008

Ampliación de THAO a 8 ciudades de España.

EUROPA BÉLGICA

2007

Lanzamiento del programa VIASANO en Bélgica, con 2 ciudades colaboradoras y 123.000 personas.

2008

Ampliación de VIASANO a 11 ciudades, con más de 10.000 niños recibiendo tratamiento médico.

EUROPA GRECIA

2008

Lanzamiento del programa NOTUS en 5 ciudades de Grecia, y sensibilización de 20.000 niños y 27.000 personas.



INFORME FINANCIERO

2008

Con un presupuesto de 4,57 millones de euros por año, la Fundación apoyó financiera y técnicamente 35 programas escogidos entre los cientos de ellos recibidos cada año. La selección responde a los criterios definidos por el Consejo de administración: interés colectivo, capacidad y control operacional, legitimidad en relación con las actividades y competencias del Grupo Carrefour y,

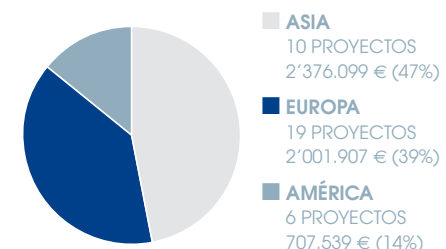
finalmente, medida de impacto. Cada uno de los proyectos escogidos se evalúa antes y después, lo que permite apreciar la calidad y la realización de las acciones, así como la eficiencia de las asociaciones que colaboran con nosotros. El proyecto es igualmente sometido a una auditoría anual por parte de los Auditores de cuentas de Carrefour.

PAÍS	REAGRUPAMIENTO - DETALLE	TÍTULO DEL PROYECTO	TOTAL EN €
ARGENTINA	FUNDACIÓN CONIN	ALIMENTACIÓN Y CUIDADOS A 30 NIÑOS DE 0 A 4 AÑOS	79.000
BÉLGICA	VIASANO	PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL	50.000
BRASIL	ASOCIACIÓN NACIONAL DE DEPORTES	PROGRAMA EDUCATIVO	180.000
	PROGRAMA ALFASOL BRASIL	PROGRAMA ALFASOL BRASIL	120.000
	COMITÉ PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA INFORMÁTICA	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN INFORMÁTICA	63.000
CHINA	TERREMOTO EN CHINA	PROGRAMA DE AYUDA HUMANITARIA	1'118.637
		CHINA CHILDREN & TEENAGER'S FUND	689.096
	HOPE SCHOOL	REHABILITACIÓN DE CUATRO ESCUELAS EN ANHUI	91.441
		REHABILITACIÓN DE UNA ESCUELA EN YUNNAN	27.326
		REHABILITACIÓN DE UNA ESCUELA EN QINGHAI	24.482
		REHABILITACIÓN DE UNA ESCUELA EN CHANG SHUNG	23.023
		REHABILITACIÓN DE UNA ESCUELA EN SHENYANG CITY	23.023
	PROGRAMA « SNOW DISASTER AREA »	PROGRAMA DE AYUDA A LAS VÍCTIMAS DE INTEMPERIES EN CHINA	194.196
	ASOCIACIÓN SHANGHAI ROOTS & SHOES CHINA	PROGRAMA YOUNG BAKER	66.118
	WWF CHINA PROGRAMA OFFICE	AYUDA A LA ORGANIZACIÓN DE LA FILIAL PIMIENTA DE SICHUAN	30.000
COLOMBIA	PROGRAMA « LAS ESCUELAS SON PARTE DE NUESTRA VIDA »	PROGRAMA DE ESCOLARIZACIÓN	223.108
	INUNDACIONES CRUZ ROJA & ANTIOQUIA	PROGRAMA DE AYUDA HUMANITARIA	42.431
ESPAÑA	FEDERACIÓN DE BANCOS DE ALIMENTOS	DONACIÓN DE 3 CAMIONES FRIGORÍFICOS	84.818
	THAO	PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL	75.000
	FUNDACIÓN EXIT	REINSERCIÓN PROFESIONAL DE PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN	30.000

GASTOS DE FUNCIONAMIENTO
5% (251.802 EUROS)

PRESUPUESTO DE COMUNICACIÓN
2% (103.950 EUROS)

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PROYECTOS



DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ACCIÓN



PAÍS	REAGRUPAMIENTO - DETALLE	TÍTULO DEL PROYECTO	TOTAL EN €
FRANCIA	UN FUTURO JUNTOS	APADRINAMIENTO DE NIÑOS	250.000
	ANDES	RED DE TIENDAS SOCIALES	233.600
	PACTE (PARA ACTUAR CONTRA TODA EXCLUSIÓN)	TIENDA SOCIAL PACTE 92	102.349
		CREACIÓN DE PACTE 59	60.000
	EPODE	PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL	125.000
	BANCO DE ALIMENTOS	BANCO DE ALIMENTOS DE RHONE, DE MORBIHAN, DE METZ, DE BOURGES, DE CALVADOS, DE ALPES MARITIMES, DE SAINT LÔ (MANCHE), DE LOIRE ATLANTIQUE	120.000
	AIDES ALCOHOL	LUCHA CONTRA EL ALCOHOLISMO	80.000
	AGENCIA DE LA DONACIÓN EN ESPECIE (ADN)	DONACIÓN DE PRODUCTOS NO ALIMENTARIOS	60.000
	ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA ECONÓMICA (ADIE)	ACOMPAÑAMIENTO Y MICROCRÉDITO	50.000
	FUNDACIÓN DE LA SEGUNDA OPORTUNIDAD	AYUDA AL EMPLEO	45.000
	RED COCAGNE	INSERCIÓN POR MEDIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	38.000
	FEDERACIÓN FRANCESA DE DEPORTES PARA MINUSVÁLIDOS	INTEGRACIÓN POR MEDIO DEL DEPORTE	35.000
	ASOCIACIÓN « FÊTE LE MUR »	INTEGRACIÓN POR MEDIO DEL DEPORTE	34.000
	GRECIA	NOTUS	PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL
INDIA	INUNDACIONES EN LA REGIÓN DE BIHAR	AYUDA HUMANITARIA	18.405
INDONESIA	ISCO ESCOLARIZACIÓN	PROGRAMA DE ESCOLARIZACIÓN	23.917
MALASIA	INUNDACIONES EN MALASIA	AYUDA HUMANITARIA	6.435
POLONIA	CARITAS	PROYECTO EDUCATIVO « LES AILES »	405.000
RUMANIA	SAMU SOCIAL RUMANIA	URGENCIAS SOCIALES	64.140
TAILANDIA	VGCD / GRUPO DESARROLLO	PROTECCIÓN Y ESCOLARIZACIÓN DE LOS NIÑOS	40.000

TOTAL EN € TOTAL DEL CUAL FONDO DE RESERVA 871.297 € **5'085.545**



NUESTRA ADMINISTRACIÓN

MODO DE FUNCIONAMIENTO

Los proyectos presentados, seleccionados a nivel local por las direcciones nacionales del grupo, son validados por un « comité de validación », constituido por el Presidente de la Fundación, el Director de Relaciones Institucionales y el Director de Recursos Humanos. Ellos escogen los proyectos con base en un modelo de selección definido por criterios objetivos. A nivel de reacción y operacional, dentro de las funciones de estos miembros están las de decidir sobre la realización de intervenciones de emergencia en los casos de catástrofes,

o apoyar una acción de solidaridad a nivel del Grupo. Los programas seleccionados son posteriormente puestos en práctica por personas enlaces de la Fundación en los países, y por las asociaciones locales que colaboran. El Consejo de administración, presidido por Lars Olofsson, define las principales orientaciones de la Fundación y valida los resultados de su actividad. Las acciones son independientes del mercadeo y se rigen por los objetivos fijados dos veces al año por los diez miembros del Consejo de administración.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10

1 LARS OLOFSSON
DIRECTOR GENERAL DEL GRUPO
CARREFOUR Y PRESIDENTE
DE LA FUNDACIÓN INTERNACIONAL
CARREFOUR

2 THIERRY GARNIER
DIRECTOR EJECUTIVO SURESTE
DE ASIA, EUROPA CENTRAL, RUSIA,
INDIA Y ACUERDOS INTERNACIONALES,
MIEMBRO DEL COMITÉ EJECUTIVO

3 GILLES PETIT
DIRECTOR EJECUTIVO FRANCIA,
MIEMBRO DEL COMITÉ EJECUTIVO

4 JEAN MARC PUEYO
DIRECTOR EJECUTIVO BRASIL,
MIEMBRO DEL COMITÉ EJECUTIVO

5 GUY YRAETA
DIRECTOR EJECUTIVO A CARGO
DE ESPAÑA, ITALIA, BÉLGICA
Y POLONIA, MIEMBRO DEL COMITÉ
EJECUTIVO

6 BOUTROS BOUTROS-GHALI
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN
EGIPCIA DE LOS DERECHOS
HUMANOS, ANTIQUO SECRETARIO
GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS

7 XAVIER EMMANUELLI
PRESIDENTE FUNDADOR DEL SAMU
SOCIAL INTERNACIONAL Y DE PARÍS

8 WU JIANMIN
PRESIDENTE DE HONOR
DE LA OFICINA INTERNACIONAL
DE EXPOSICIONES, ANTIQUO
EMBAJADOR DE CHINA EN FRANCIA

9 GUY PAILLOTIN
PRESIDENTE HONORARIO
DEL INSTITUTO FRANCÉS PARA
LA INVESTIGACIÓN AGRÍCOLA
(INRA), Y SECRETARIO PERPETUO
DE LA ACADEMIA FRANCESA
DE AGRICULTURA

10 MARTINE SAINT-CRICQ
REPRESENTANTE DEL PERSONAL
Y REPRESENTANTE SINDICAL (FO)



SOPHIE FOURCHY-SPIESSER
RESPONSABLE
DE LA FUNDACIÓN

Invertir en los valores humanos y pensar el desarrollo por la vía social: esta es la misión de las fundaciones privadas. Y Carrefour, con su Fundación Internacional, se integra en esta línea. Su proceder solidario, comprometido desde hace 8 años en los países en los que está presente el Grupo, trae respuestas adaptadas para mejorar la vida cotidiana de los más necesitados. Se trata de un accionar que se define ahora más que nunca por su pertinencia, dentro del contexto económico y social actual.

Este reporte anual de actividades multiplica los ejemplos de acciones concretas que la Fundación, conjuntamente con los equipos de Carrefour, han puesto en marcha en 2008. Nuestros proyectos se multiplican y diversifican de un país al otro, ya sea con la ayuda alimentaria aportada día a día, la asistencia específica en los casos de catástrofes naturales, o bien el apoyo a las poblaciones locales por medio del microcrédito y la comercialización de sus productos en nuestros almacenes.

LA PRINCIPAL FORTALEZA DE LA FUNDACIÓN RESIDE EN LOS VALORES QUE DEFINEN A LOS HOMBRES Y MUJERES DEL GRUPO.

SU COMPETENCIA, COMPROMISO Y VOLUNTAD HACEN REALIDAD
EL APOYO NECESARIO PARA EL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DE ACCIONES
AL SERVICIO DE LOS INDIVIDUOS.

Con sus actos, los miembros del Grupo contribuyen a hacer de Carrefour una empresa socialmente responsable, ubicada en el corazón de la realidad cotidiana.

