

RAPPORT D'AVANCEMENT GREEN CONSUMPTION PLEDGE

Juillet 2022

Rapport d'avancement Green Consumption Pledge

Colruyt Group a signé le Green Consumption Pledge de la Commission européenne. Nous nous engageons ainsi à réduire notre empreinte globale de CO₂, à mettre sur le marché des produits plus durables et à sensibiliser les consommateurs à l'impact de leur comportement de consommation.

Mesure de l'impact

Nous nous engageons à calculer l'Organisation Environmental Footprint (OEF) et à en rendre compte tous les deux ans. Nous commençons en 2021 et utilisons les données de référence de 2020.

- **Résultat 2021** : nous avons calculé un OEF pour l'année civile 2020. Cela nous a permis d'identifier les activités et les groupes de produits ayant le plus d'impact dans notre chaîne de valeur. Ils ont été mesurés à travers 16 catégories d'impact. Nous allons à présent continuer à approfondir ces points sensibles au cours d'un prochain exercice et fixer ainsi des priorités de manière éclairée. Nous le faisons en combinaison avec une nouvelle amélioration de la qualité des données.

Prévention des émissions de CO₂

Ces dernières décennies, le groupe a d'ores et déjà investi des millions d'euros dans l'énergie éolienne sur terre et en mer et dans les panneaux solaires. Les émissions de CO₂ évitées grâce à ces investissements dans l'énergie verte dépassent même nos émissions absolues. Nous évitons donc plus de gaz à effet de serre que nous n'en émettons réellement.

- **KPI** : émissions de CO₂ évitées grâce à nos investissements dans l'énergie verte
Résultat 2021 : 233 537 tonnes d'équivalent CO₂.

Réduction des émissions de CO₂

Nous nous engageons à réduire de 40 % les émissions relatives de CO₂ d'ici à 2030, pour les champs d'application 1 et 2 du Greenhouse Gas Protocol (par rapport à l'année de référence 2008 et proportionnellement au chiffre d'affaires). Pour y parvenir, nous nous concentrons sur le chauffage, la réfrigération et les énergies renouvelables.

- **KPI** : % de réduction des émissions relatives de CO₂ par rapport à 2008
Résultat 2021 : 42,4 %
- **KPI** : % de magasins d'alimentation en Belgique équipés d'un système de récupération de chaleur
Résultat 2021 : 19,9 %
- **KPI** : % de magasins d'alimentation en Belgique équipés de réfrigérants naturels
Résultat 2021 : 35,7 %
- **KPI** : % de rotation des charrettes de produits frais et surgelés avec Liquid Ice Containers
Résultat 2021 : 93,9 %
- **KPI** : % de consommation d'énergie provenant de sources non fossiles
Résultat 2021 : 44,4 %

Communication

Le **plan de communication sur la durabilité Pas à pas** de Colruyt Group, sur la santé, la société, le bien-être animal et l'environnement, sera alimenté par trois grandes campagnes de sensibilisation en 2021 afin de promouvoir une consommation plus durable et responsable en collaboration avec nos commerces. Nous poursuivrons en ce sens au cours des deux prochaines années.

- **KPI** : nombre de campagnes

Résultat 2021 : nous avons réalisé six campagnes de communication à 360°, représentant plus de 6 millions d'euros bruts en dépenses dans les médias et 600 000 euros en campagnes marketing de contenu informatif et éducatif.

Au moins 50 % du **budget marketing de contenu** et du **budget de communication Corporate** sera alloué à la promotion d'une consommation plus durable et responsable par les consommateurs.

- **KPI** : % du budget marketing de contenu et du budget de communication

Résultat 2021 : 90 % du budget de communication de Colruyt Group a été consacré à informer et à aider les consommateurs en matière de consommation durable, plus particulièrement sur le thème de l'environnement. Le principal levier à cet égard fut l'introduction de l'Éco-Score sur le marché de la distribution belge, qui doit permettre aux clients d'opérer facilement des choix respectueux de l'environnement.

Par ailleurs, **toutes les dépenses en matière de relations publiques** sont stratégiquement ancrées dans les efforts de communication Corporate susmentionnés, avec une attention particulière pour les jeunes et les étudiants.