



## CARREFOUR ITALIA AL FIANCO DELLA 4° EDIZIONE DEI DIVERSITY MEDIA AWARDS

*Carrefour Italia condivide i valori alla base dell'evento, perché autenticità, inclusione e diversità sono parte integrante della cultura aziendale.*

Milano, 28 maggio 2019 – Carrefour Italia conferma il suo impegno nei confronti dei temi della diversità e dell'inclusione schierandosi al fianco dell'organizzazione dei Diversity Media Awards durante la cerimonia di premiazione della quarta edizione del premio, prevista per il 28 maggio a Milano.

Carrefour Italia condivide con l'evento l'attenzione per azioni e progetti in grado di tradurre concretamente gli ideali di inclusione e di valorizzazione della diversità ed è fornitore ufficiale della Charity Dinner del 28 sera, a base di prodotti a marchio Carrefour Bio, Filiera Qualità e Terre d'Italia. La scelta degli alimenti non è affatto casuale, bensì declina sulla tavola le tematiche del premio, in particolare attraverso la scelta di prodotti biologici, che per Carrefour simboleggiano la lotta allo stereotipo, e che, per anni, sono stati scartati dagli scaffali perché "meno belli" e "diversi" rispetto a quelli industriali.

La chiave per un mondo più inclusivo è riconoscere che la diversità possa rappresentare una ricchezza. E su questo messaggio, Carrefour Italia ha costruito la pluri premiata campagna advertising web **#BioDentro** (6 award in due anni): la bontà e il valore di ciò che mangiamo non deve essere giudicato sulla base dell'aspetto esteriore o di standard estetici, perché la prima impressione spesso può essere quella sbagliata. Anche se una mela non "è bellissima", ciò non significa che non sia buona. E come per i prodotti biologici, anche nella vita, ciò che conta è la sostanza. "Fuori come vuoi, ma #BioDentro". Questo lo slogan della campagna.

La diversità si traduce, per Carrefour Italia, in un bisogno di tutela - legato a quello che si produce, a quello che si vende e a quello che si mangia – che possa creare un circolo virtuoso lungo tutta l'intera catena produttiva, rappresentando così la diversità biologica e la diversità delle espressioni alimentari. Perché il dialogo alimentare può e deve rappresentare anche e soprattutto uno strumento di comunicazione culturale e interculturale, uno strumento d'integrazione, armonizzazione, crescita e costruzione identitaria. Carrefour Italia crede che valorizzare la diversità voglia dire accogliere e apprezzare l'autenticità di ognuno, siano essi prodotti, fornitori, collaboratori, consumatori.

Autenticità, inclusione e diversità sono parte integrante della cultura aziendale.

**Paola Accornero, Direttrice Risorse Umane di Carrefour Italia** ha dichiarato: *"Per noi di Carrefour, l'inclusione significa dare la possibilità al singolo di esprimere la propria autenticità, dal collaboratore al cliente. La diversità, infatti, non è altro che l'autenticità del talento, che ognuno di noi esprime in modi diversi. Crediamo profondamente che la chiave per un mondo più inclusivo sia accettare, rispettare e valorizzare l'essenza di ciascuno di noi. Siamo onorati di essere al fianco dei Diversity Media Awards stasera, con la volontà di trasmettere messaggi sociali anche attraverso il modo in cui ci alimentiamo".*

Carrefour Italia è direttamente impegnata nella valorizzazione della diversità con l'obiettivo di rendere l'esperienza di spesa accessibile a tutti, in particolare con progetti sul territorio nazionale che coinvolgono attivamente soggetti pubblici e privati all'interno di collaborazioni positive, quali:

- **Rendiamo i sordi non invisibili** – grazie a un protocollo d'intesa siglato con l'ENS (Ente Nazionale Sordi), l'Ipermercato Carrefour di Collegno, in provincia di Torino, è impegnato in un programma di



formazione dei propri collaboratori alla Lingua dei Segni Italiana, rendendo il punto vendita un luogo di riferimento per la comunità sorda di Collegno e della città metropolitana di Torino. L'obiettivo è di raggiungere 100 dipendenti formati entro tre anni; da luglio 2018, ne sono stati formati 44.

- **Collaborazione con UICI** – l'Ipermercato Carrefour di corso Monte Cucco 108 a Torino ha firmato un accordo con UICI (Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti) per far partire un progetto pilota di formazione dei collaboratori del punto vendita a supporto dell'intera esperienza di spesa delle persone non vedenti e ipovedenti.
- **Ogni casa è famiglia** – progetto promosso da Carrefour Italia e Salumificio Fratelli Beretta, che grazie alla vendita dei prodotti a marchio Frutti dei Sogni sostiene l'attività socio-sanitaria di Agorà 97 Onlus, organizzazione impegnata nella lotta allo svantaggio sociale attraverso programmi educativi, assistenziali e riabilitativi. Ad un anno dal suo lancio, il progetto ha raccolto più di 70.000 euro, che supporteranno in particolare le Comunità per minori CASA di GABRI e CASA di LUCA, a Roderò, in provincia di Como.
- **Ora Quieta** – presso i punti vendita di Nichelino (TO) e Tavagnacco (UD), in giorni e orari fissi, vengono create le condizioni ideali per consentire alle famiglie con bimbi con lo spettro autistico di fare la spesa in tranquillità.

Altrettanto rappresentativi, i progetti realizzati in collaborazione con Fondazione Adecco per le Pari opportunità **SAFE IN** e **DOMUS** per l'integrazione lavorativa dei rifugiati.

**Carrefour Italia**  
Rossana Pastore  
[rossana\\_pastore@carrefour.com](mailto:rossana_pastore@carrefour.com)  
tel: +39 02.4825.1

**Community Group**  
02 89404231  
Pasquo Cicchini – [pasquo.cicchini@communitygroup.it](mailto:pasquo.cicchini@communitygroup.it)  
Giulia Gabriele – [giulia.gabriele@communitygroup.it](mailto:giulia.gabriele@communitygroup.it)

#### IL GRUPPO CARREFOUR

Il Gruppo Carrefour, con una cifra d'affari pari a 5,51 Mld euro (2017), opera **in Italia** con 1.077 punti vendita suddivisi in 51 Ipermercati Carrefour (di cui 1 franchising), 409 Supermercati Carrefour Market (di cui 212 diretti e 197 franchising), 603 punti vendita di prossimità Carrefour Express (di cui 173 diretti e 430 franchising), 14 Cash and Carry (Docks Market e Grosslper).

Carrefour presente in 18 regioni, impiega in Italia oltre 18.000 Collaboratori. A partire dal 2018 Carrefour Italia sta implementando il programma **"Act for food"**, lanciato a livello di Gruppo, per diventare leader mondiale nella **transizione alimentare**. I focus del programma sono: maggiore accessibilità al biologico per tutti, controllo delle filiere anche attraverso la tecnologia blockchain, difesa dei piccoli produttori locali, servizi efficienti e innovativi e valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche del territorio italiano.

Carrefour Italia ha inoltre sviluppato ad oggi una gamma di prodotti a marchio con oltre 3.000 referenze, coprendo così tutte le categorie merceologiche. In un'ottica di differenziazione e di sempre maggiore attenzione alla qualità, alla convenienza e alla completezza dell'offerta, Carrefour Italia ha sviluppato alcuni servizi extra core business quali, ad esempio, 25 stazioni di carburante e 3 autolavaggi gestiti dal Gruppo.

In occasione del **Diversity Brand Summit 2019**, Carrefour Italia è stata celebrata come una delle 20 aziende più inclusive del mercato. Lo ha rilevato la ricerca condotta da Diversity [diversitylab.it] e Focus Mgmt che ha raccolto le valutazioni di 1.035 consumatori che hanno espresso le loro opinioni su 453 brand. Riconoscimento che certifica un percorso intrapreso da tempo, perché autenticità, inclusione e diversità sono parte integrante della cultura aziendale.

Per maggiori informazioni: [www.carrefour.it](http://www.carrefour.it)