



**GRUPO
CARREFOUR
BRASIL**

**GARANTIR O
BEM-ESTAR ANIMAL**

**Política de bem-estar animal
do Carrefour Brasil**

Dezembro 2020

NOSSA AMBIÇÃO

Como líder do varejo de produtos alimentares no país, o Grupo Carrefour Brasil, presente em mais de 150 cidades e com quase 700 pontos de venda, tem uma grande responsabilidade para com os produtos que vende e em relação aos fornecedores com quem trabalha.

O Grupo Carrefour está engajado há vários anos em um processo de melhoria do bem-estar animal em suas cadeias de fornecimento e regulamentações locais e internacionais já são colocadas em prática nas fazendas. Em linha com as diretrizes do programa Act for Food, que prezam pelo maior acesso do consumidor a alimentos saudáveis, com preços acessíveis, produzidos com responsabilidade socioambiental e controle de qualidade desde a origem, a companhia oferece a seus consumidores e à sociedade civil evidências das boas práticas de criação dos animais.

Com o objetivo de mobilizar todas as unidades de negócios do grupo e os fornecedores de produtos de marca própria em torno de orientações e objetivos específicos, o Carrefour formalizou uma política de bem-estar animal em 2019. Ela se baseia, entre outras coisas, nas "cinco liberdades fundamentais" definidas pelo Farm Animal Welfare Council (FAWC), que é a referência global no tema:

- **A liberdade fisiológica:** ausência de fome, sede ou desnutrição. Os animais devem ter acesso a água potável e alimentação adequada, garantindo sua saúde e vigor;
- **A liberdade ambiental:** habitação adaptada, ausência de estresse climático ou físico. Os animais devem ter um ambiente adequado, incluindo abrigo e uma área de descanso confortável;
- **A liberdade sanitária:** ausência de dor, lesão ou doença. Os animais devem se beneficiar da prevenção, diagnóstico rápido e tratamento adequado;
- **A liberdade comportamental:** possibilidade de expressar comportamentos normais, específicos de cada espécie. Os animais devem ter espaço suficiente, um ambiente adequado às suas necessidades e estar em contato com outros congêneres;
- **A liberdade psicológica:** ausência de medo ou estresse. As condições e práticas de criação não devem induzir sofrimento psicológico nos animais.

Com uma lógica de coconstrução de iniciativas, o Grupo Carrefour definiu 10 objetivos prioritários:

- 1 Combater a resistência aos antibióticos, e proibir os fatores de crescimento antibióticos e hormônios de crescimento.
- 2 Proibir a clonagem e os animais geneticamente modificados, e procurar a diversidade biológica.
- 3 Transformar a criação nas gaiolas e restringir o confinamento dos animais.
- 4 Restringir, ao mínimo, o estresse durante o transporte e o abate.
- 5 Limitar as mutilações e otimizar a gestão sistemática da dor.
- 6 Garantir uma alimentação adequada.
- 7 Exigir um monitoramento sanitário.
- 8 Proibir os testes em animais (cosméticos e produtos domésticos).
- 9 Proibir os materiais de origem animal que não vêm de criações com objetivo primeiro de produção de alimentos.
- 10 Melhorar o conforto do habitat.

O Carrefour pretende implantar tais objetivos em pelo menos todos os fornecedores da marca própria Sabor e Qualidade, levando em consideração a maturidade de suas práticas. Para alcançar esse objetivo, em 2020, a empresa definiu um plano de progresso, no qual assumiu compromissos ambiciosos para toda a sua cadeia de valor.

Para definir e monitorar esse plano e os compromissos em favor do bem-estar animal, o Carrefour conta com o apoio de parceiros, como a ONG World Animal Protection, que colaborou com a elaboração da política de bem-estar dos suínos, publicada em 2019.

Com esta política de bem-estar animal global, o Grupo Carrefour pretende atender da melhor forma às expectativas da sociedade em relação ao tema.

NOSSOS OBJETIVOS E NOSSAS REALIZAÇÕES EM 2020

Duas cadeias de produção se tornaram prioridade para o Carrefour no que se refere a bem-estar animal: a suína e a de galinhas poedeiras. Marcando o pioneirismo, a companhia tem se aproximado dos fornecedores para estimular a adoção das melhores práticas no manejo e criação dos animais.

SUINOS

O Carrefour desenvolveu, em 2019, novos critérios a serem adotados na compra de produtos de proteína suína. Inéditas no varejo de alimentos, as medidas já começaram a ser instituídas em 2020 e continuarão a ser adotadas nos próximos anos. Além de ser uma referência no setor, a empresa busca, inicialmente, engajar os fornecedores da marca própria nesses aperfeiçoamentos, estendendo posteriormente as práticas e exigências aos demais, em relação aos seguintes temas:

- **Corte ou desgaste do dente** feito apenas de maneira curativa, até o final de 2020;
- Abolição da prática de **mossa** (piques nas orelhas para identificação dos animais), até o final de 2022;
- **Tempo de gaiola de gestação** passa de 35 dias a 28 dias para 100% das fêmeas, até o final de 2022;
- Transição da castração cirúrgica para a **imunocastração**, para todos os animais até o final de 2025. Como o intuito de que a prática não comprometa o melhor da carne, serão realizados estudos e testes para adequar a porcentagem de gordura e peso do animal.
- Em um processo de melhoria contínua, as granjas de criação de suínos continuarão a investir em **ambientes mais interativos** para os animais, que simulem situações que ocorreriam na natureza (enriquecimento ambiental), como também já é rotineira a cama suína sobreposta, a disponibilidade de brinquedos e cordas, etc.

O compromisso vale para os produtos da marca própria Sabor e Qualidade, que atualmente representam 74% da carne suína nos açougues.

Em relação ao uso de antibióticos, agora é possível apenas sob o aspecto curativo. O Carrefour trabalha com seus fornecedores de carne suína Sabor e Qualidade para assegurar que o uso é feito de forma muito pontual, apenas quando é necessário. Para evitar ao máximo os antibióticos, devem ser utilizados fitoterápicos ou probióticos quando os suínos estão doentes.

No entanto, o Carrefour quer monitorar esse uso de antibióticos, com a ambição de reduzir o uso ao longo dos anos até zerar a utilização. O objetivo final seria chegar a:

- 100% dos suínos SQ **sem antibióticos** depois do desmame até 2030.

Para fazer isso, um trabalho foi iniciado com um parceiro técnico e com fornecedores da marca Sabor e Qualidade, para analisar, monitorar e enriquecer o ambiente dos suínos e sua saúde.

Em paralelo, o Carrefour procura engajar os demais fornecedores, além dos que fornecem à marca própria. Para isso, passa a realizar, nos próximos anos, reuniões e workshops com esses produtores para acompanhar os avanços nessa direção e compartilhar as experiências alcançadas com a marca própria.

Realizações do ano 2020:

- Em 2020, o compromisso sobre o período de gestação em gaiolas foi atingindo dois anos antes do prazo inicial, assim como o compromisso para abolição do corte e desgaste de dentes.
- Realização de estudos e testes sobre o manejo mais adequado do corte de cauda dos suínos, assunto sem consenso entre especialistas. Atualmente, apenas o terço final é cortado.

OVOS

A ambição do Carrefour é comercializar ovos que sejam provenientes apenas do sistema livre de gaiolas. Portanto, o grupo se comprometeu em 2018 sobre as condições de criação das galinhas poedeiras. A meta é que:

- 100% dos ovos **da marca própria Sabor e Qualidade** sejam provenientes de galinhas livres de gaiolas até **2020**;
- 100% dos ovos **de todas as marcas próprias** sejam provenientes de galinhas livres de gaiolas até **2025**;
- 100% dos ovos **de todas as marcas nacionais** sejam provenientes de galinhas livres de gaiolas até **2028**.

Essa importante mudança depende do engajamento dos fornecedores às melhores práticas de produção, o que demande um intenso trabalho de conscientização e diálogo com eles. Nesse desafio, o Carrefour conta com a parceria de organizações de defesa animal de referência, como a Animal Equality, Fórum Nacional de Proteção e Defesa Animal, Human Society International, Mercy for Animals ou ainda Compassion In World Farming.

Realizações do ano 2020:

- Em 2020, Carrefour atingiu o objetivo de 100% dos ovos de Sabor e Qualidade provenientes de galinhas livres de gaiolas.
- Além disso, em dezembro de 2020, 33% dos fornecedores de marca própria Carrefour também integraram o sistema cage free.

Além dessas duas cadeias, o Carrefour se comprometeu, no seu plano de progresso, a trabalhar sobre todas as proteínas referente a outros assuntos, tais como:

MINIMIZAR O ESTRESSE DOS ANIMAIS DURANTE O TRANSPORTE E O ABATE

As condições de final de vida dos animais criados por seus fornecedores importam para o Carrefour, que respeita as leis nacionais em vigor para todos os seus produtos. No caso das mercadorias de marca própria:

- Os animais são transportados durante o período máximo de 8 horas. Quando é possível, essa duração é reduzida ao máximo;
- O abate é sempre feito com métodos humanitários, ou seja, um atordoamento anterior, seguido por sangramento imediato;
- Entre outros pontos de bem-estar animal, o atordoamento dos animais é verificado durante auditorias para todos os frigoríficos que fornecem produtos Sabor e Qualidade.

AUDITORIAS NOS FRIGORÍFICOS

Atualmente, todos os frigoríficos que fornecem produtos da marca Sabor e Qualidade são auditados com critérios específicos ao caderno de especificação da linha e alguns desses critérios são avaliações de bem-estar animal.

O Carrefour pretende progredir ainda mais no tema, se abastecendo de frigoríficos certificados e auditando os frigoríficos com mais critérios de bem-estar animal. A meta é:

- 100% dos **frigoríficos que fornecem produtos Sabor e Qualidade** auditados e/ou certificados até o final de 2022;
- 100% dos **frigoríficos que fornecem produtos controlados** certificados até o final de 2025.

PROIBIÇÃO DOS TESTES EM ANIMAIS

Todos os fornecedores de produtos cosméticos e de perfumaria de marca própria assinam um termo informando que não são testados em animais. Em 2021, os fornecedores de produtos de limpeza, também assinarão esse termo.

PROIBIÇÃO DA VENDA DE TRANSGÊNICOS, DE MATERIAIS ANIMAIS E DE CARNE EXOTICA

O Carrefour não vende animais geneticamente modificados ou clonados, materiais de animais não criados para a alimentação (têxtil e decoração), ou carne exótica (canguru, zebra, crocodilo), nem para marcas próprias e nem para marcas nacionais.