

首先恭喜您已通過初步篩選進入 2021 年第十九屆 ATCC 全國大專院校商業個案大賽初賽階段。這份個案是以 家樂福 在實際經營運作上所關心的議題作為題材撰寫而成。比賽過程中請您不但要著重於個案分析、創意發想與方案規畫，更需考量邏輯性與執行可行性，請您以站在 家樂福與食物銀行合作 的角度，思考如何將企畫提案順利完成，並且符合 家樂福 要求及欲達致之成果

## 一、品牌簡介

家樂福於 1959 年創立於法國，位列世界首要的零售集團，著名醒目的紅藍白企業標誌，看似簡單，卻饒富意義，裡面隱含著家樂福創立至今的企業願景與對消費者的承諾。這個企業標誌第一次出現是在 1966 年，設計概念取自 Carrefour 的字首 C，C 的右端延伸一個藍色箭頭，左端一個紅色箭頭，象徵四面八方的客源不斷向著 Carrefour 聚集。一旁的 Carrefour 是家樂福母公司的法文名，在台灣翻譯為「家樂福」是取「家家快樂又幸福」的意思，充分呼應了家樂福的經營理念。

1989 年來台灣設立第一間量販店至今已超過 30 年，目前已超過百家分店，並具有多元發展的店家型態，如量販店、便利購、線上購物及家樂福文教基金會等，Carrefour (家樂福) 法文字母的 "C" 除了是 logo 的發想源起外，也代表 Customer (顧客) 及 CSR (企業社會責任)，希望能與顧客、供應商與非營利組織等合作夥伴一起實踐永續行動，矢志成為食物轉型的領導者，也在這片土地上，一年年把根紮深，一年年走進台灣的各個角落，看見不同的「家」的故事。

自 2018 年開始推動食物轉型計畫，希望每個人都值得最好的，同時落實企業社會責任，從以動物福利出發設想的非籠飼雞蛋、小農契作外，更發展多元化的店家型態，從量販店、便利購超市、線上購物、到影響力概念店，並與在台設立 24 年的家樂福文教基金推廣台灣的藝文、教育、慈善活動，希望銷售的不只是優質產品，更是『影響力』，以響應聯合國 SDGs 第 12 項負責任的消費與生產，讓更多人願意走入家樂福多元型態，認識永續的理念與生活實踐。

## 二、議題背景

家樂福身為法商零售量販業者，參照歐洲總公司的永續經營理念和經驗，一直著重並關注食物議題，不僅響應集團反食物浪費的目標，也配合聯合國永續發展 SDGs 倡議行動，從價格導向到價值導向的溝通，對社會各界傳遞食物轉型的理念，到推動反食物浪費、減塑、永續、健康等各項友善環境的具體作為，希望藉由更多資源的串聯發揮更大影響力。

為響應反食物浪費，家樂福從 2014 年開始推動食物募集計畫，消費者在買一送一優惠活動時可以捐贈食物給弱勢家庭；2016 年更率先在零售通路同業中，啟動續食計畫，以實際行動倡導反食物浪費的理念，深入校園並與食物銀行共同推廣食物教育，此次以「反食物浪費」為題，希望透過同學們的巧思，從食物產地的源頭、運送過程中的物流到賣場販售，去發想如何解決食物浪費問題。建議可以思考如何串聯產、官、學及各界不同背景的利害關係人共同參與，藉由落實食物轉型改變世界，打造食物零浪費的永續生活。

### 三、題目

「如何挑戰食物零浪費，成為拯救食物的超級英雄！」

#### 題目說明

家樂福身為零售通路，深刻體會食物在整個產品週期中，會有到報廢或丟棄問題，在產地時會淘汰格外品，進到賣場也可能會將賣象不佳的醜蔬果報廢或出清，甚至到消費者購買回家後，也會發生放置過久腐壞或用餐吃剩成為廚餘等問題，以上這些情況只是線性思考的食物浪費，更多如同冰山一角未被發現，以下是各界逐漸浮現的問題或建議做法：

- 產業：因為食物報廢問題，造成處理成本過高
- 政府：
  - (1) 環保局：因家庭廚餘的噸數龐大並持續增加，無法再處理企業廚餘廢棄物
  - (2) 社會局：對於街友、弱勢家庭的三餐溫飽無法解決
  - (3) 教育局：希望透過教育宣導，根本解決孩童挑食問題
- 學校：因應聯合國永續目標，希望讓學童更了解 SDGs 各項議題
- NPO 組織：食物銀行持續協助社區共餐並分配物資給弱勢家戶，除了以食享冰箱讓鄰里需要的民眾領取，同時也會進行長者送餐服務，藉以解決分配不均的問題。

### 四、提案需求說明與條件限制

針對不同的競賽階段，產出的格式與內容說明如下：

1. 初賽企畫大綱重點說明
  - (1)、檔案格式：2 頁 A4 企畫大綱，PDF 檔。
  - (2)、須說明提案與家樂福及食物銀行所提食物零浪費任務的關聯性。
  - (3)、請著重邏輯連貫性與可執行性，創新方案背後須有執行操作根據。

(4)、請突顯提案的原創性，如家樂福曾做過，也請提出相較以往更優化的做法

(5)、內容請包含：

- A. 背景與目的
- B. 待解決問題之現況分析
- C. 對應之策略與執行方法 (若為長期方案，請提出短、中、長期規畫)
- D. 成本效益與預期影響力
- E. 可為家樂福和社會創造的價值 (可以質化和量化方式呈現)

(6)、3/20 Camp 上午須準備 3 分鐘簡報，現場家樂福及食物銀行業師將提供反饋建議

## 2. 初賽完整版企畫書 (針對 Camp 提交 2 頁 A4 成品通過評選之公告晉級團隊)

依 3/20 Camp 提案、評核建議與參訪指導後業師反饋內容為基礎，發展初賽完整版企畫書：

(1)、檔案格式：10 頁 A4 以內，PDF 檔。

(2)、內容需包含：

- A. 背景與目的
- B. 現況分析
- C. 問題發掘
- D. 目標設定
- E. 企畫提案與策略
- F. 執行方式、時程與風險分析
- G. 成本與效益評估 (量化數據或質化指標)
- H. 簡易實作計畫

## 3. 企畫提案條件限制

(1)、提案請以 家樂福 公司能掌控之資源與供應鏈生態圈範圍為主。

(2)、請以 1,000 萬新臺幣為上限進行預算分配及預期效益評估。

(3)、需為本屆全國大專院校商業個案大賽中，以 家樂福 之議題全新發想的提案，不接受已於它處發表過或正在進行輔導孵化的創意或成果作品，該創意或成果之延伸或改作亦同。

(4)、參考資料須註明資料來源或出處。

(5)、基本企畫架構：針對所設定之議題，先行定義問題，並對其闡述與分析，以提出最佳企畫方向。在此架構提出個別創意方案與執行做法。務必考量現實情況，並分析各執行階段與目標，同時提出可評估之量化或質化目標 (KPI)。請注意提案可行性與成本效益。

(6)、邏輯推演：每個做法或建議宜有量化數據或是質化分析結論支持，務求前後一致，避免沒有立論根據的說法或創意。

(7)、實作企畫和方式：需合法取得資料，方式和範圍不限。

五、附件參考資訊：

家樂福攜 24 家供應商 送愛食物銀行

<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20200301001340-260405?chdtv>

林立青專欄／方荷生最強里長之路（下）：有手段又有熱血，據點式食物銀行領先全臺 & 每月配送 1.5 萬公斤麵包

<https://rightplus.org/2019/11/10/fang-he-sheng-2/>

1919 食物銀行攜手家樂福 春節捐 2 萬噸物資助弱勢

<https://csrone.com/news/3680>

2019 家樂福 食物募集 分享傳愛，指定商品買一送一 再捐 5% 給食物銀行

<https://www.youtube.com/watch?v=fAevcDR6V7w>

家樂福食物銀行計畫

[https://www.youtube.com/watch?v=ul4\\_m1b0bfw](https://www.youtube.com/watch?v=ul4_m1b0bfw)

家樂福真食獎

<https://www.foodtureaward.tw/>

六、備註：

1. 若需 家樂福或食物銀行 內部資料，可以向主辦單位提出。家樂福 將視情況在相關約定條件下提供使用。這些資訊皆受法律保護，請勿在未獲得授權下公開揭露。請參賽同學協助保密，若未經授權揭露，將需自負相關法律責任。
2. 提案作品嚴禁抄襲剽竊，如涉及智慧財產權之侵害，經查證屬實將報請 ATCC 主辦單位處分並取消其參賽資格。由法院判決確定之智慧財產權之侵害者，該提案團隊需負全責，概與家樂福無關。
3. 食物銀行、社會企業、續食料理、反食物浪費商品等名詞皆已見諸媒體報導、社群內容、研究論文與節目專題，甚至市面上也有可參考的專門書籍，請思考更多可能性與創意應用，和家樂福與食物銀行等夥伴攜手，藉以發揮更大社會影響力。