

RAPPORT RSE 2023

#Agapes s'engage

LIMITER
NOTRE IMPACT,
MAXIMISER
VOTRE PLAISIR

AGAPES

RESTAURATION



SALAD & CO
Libres. Par Nature.

il Ristorante
LA CUCINA ITALIANA



funch



AGAPES
SERVICES



ÉDITO

“

Dans un contexte financier encore difficile en 2023, **les équipes Agapes sont restées engagées au service des marques de l'écosystème avec pour mission, de maintenir un terrain le plus favorable possible au développement de leurs projets.** Cette mission s'accompagne de deux principes : la responsabilisation de chacune et chacun dans son rôle et l'évaluation de la performance au prisme du triple impact : **pour les gens** (l'emploi des collaborateurs, le bien-être des clients, le respect des acteurs du secteur alimentaire et des actionnaires), **pour la planète** et ses ressources naturelles, **pour le profit d'entreprises utiles et pérennes.**

Concrètement, nous avons eu trois priorités principales de transformation cette année :

- **Redonner à chaque Marque la responsabilité de ses moyens humains, financiers et outils pour atteindre ses ambitions.** Cette action s'est traduite par l'accompagnement et l'intégration de collaborateurs et de compétences de l'entité commune Agapes Services au sein des Marques de l'écosystème.
- **Synchroniser en synergie mensuelle, les KPI de mesure de performances financières et extra-financières, pour garantir la réussite des engagements de chacun.**
- **Engager des actions pour retrouver une sérénité financière perdue** exclusivement pendant la période Covid. Assurer d'abord la pérennité des emplois, permettre ensuite à chaque Responsable de nos entreprises d'accélérer la transformation ou le développement de leur projet, en exigence de rentabilité et d'utilité pérenne.

Nous sommes entrés dans une démarche de transition culturelle, profondément humaine et environnementale, nourrie par une véritable prise de conscience des impacts sociaux et environnementaux, et de la frugalité nécessaire. Nous cherchons désormais à traduire concrètement ces enjeux dans notre métier de restaurateur ; ce qui nous a conduit à renforcer l'accompagnement et le développement de nos collaborateurs, le travail sur la traçabilité et la connaissance de nos produits, l'éco-conception de nos recettes, la lutte contre le gaspillage alimentaire... Dans cet esprit et pour aider à prendre les bonnes décisions, Agapes a décidé de développer une nouvelle entreprise, **Rizoa, dont la mission est d'éclairer et de faciliter le pilotage de la triple performance par la donnée.** A terme, l'ambition de cette nouvelle structure est de s'adresser à tous les acteurs qui souhaitent s'engager efficacement dans la transition alimentaire.

Je vous souhaite une bonne lecture,



Marion Menet,
Directrice Générale Agapes



TENDANCES ET ENJEUX SECTORIELS MACRO ÉCONOMIQUES, SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Le secteur de la restauration, après la crise sanitaire, se réinvente en suivant les tendances de consommation et en s'adaptant aux contraintes du marché. **La polarisation du marché entre fast-food et restauration haut-de-gamme** est notable, tandis que les restaurants traditionnels, ciblant la classe moyenne, cherchent à **se (re)dynamiser.**

En 2023, en plus du retour des clients en salle, **la vente à emporter reste forte.** Les défis liés aux pénuries et à l'inflation ont impacté les restaurateurs, entraînant une augmentation des prix. **La maîtrise des coûts des matières premières et de l'énergie devient cruciale.**

Une pénurie de main-d'œuvre persistante limite les capacités de service, poussant les restaurateurs à **revoir leurs politiques de recrutement et d'organisation du travail.**

La digitalisation offre des opportunités pour améliorer l'efficacité opérationnelle et la qualité de service. Dans la production charcutière, des prix historiquement élevés du porc et des fermetures d'entreprises mettent au défi le modèle et les acteurs à se diversifier.

Sous l'effet des sensibilisations et des médias, un nombre croissant de consommateurs comprend que **l'alimentation est une réponse forte et accessible aux nouveaux enjeux écologiques et de santé publique ;** ce qui implique une demande d'information plus précise sur ces points, de produits toujours savoureux mais plus sains, locaux et végétariens.

PRÉSENTATION DE L'ÉCOSYSTÈME AGAPES :

“ **NOUS NOUS DÉFINISSONS COMME UNE COMMUNAUTÉ D'ENTREPRISES RESPONSABLES, PRÉFÉRÉES DE NOS COLLABORATEURS ET DE NOS CLIENTS** ”



En véritable écosystème de marques de restauration, Agapes rassemble des marques à forte notoriété telles que Flunch, 3 Brasseurs, Il Ristorante, Salad&Co, Ogu, Pizza Paï ainsi qu'une usine de préparation et transformation de charcuterie alsacienne, Festein d'Alsace.

DEPUIS 40 ANS, NOUS SOMMES DES RESTAURATEURS PASSIONNÉS AVEC POUR VOCATION COMMUNE DE RENDRE ACCESSIBLES DES MOMENTS DE RESTAURATION À NOS CLIENTS.

Notre trio gagnant ? De **bons produits**, une **ambiance chaleureuse** et un **service irréprochable** !

NOTRE MISSION

Restaurer en local tous les moments et les lieux de vie du plus grand nombre, en développant des marques ainsi que des concepts de restauration diversifiés, durablement performants, pour le plaisir de chacun.

NOS VALEURS

- > La convivialité et le partage.
- > La passion et l'exigence du bon produit.
- > Des gestes, du savoir-faire, pour l'épanouissement de nos collaborateurs et le bonheur de nos clients.
- > L'équilibre entre performance économique, impacts sociaux, écologiques et plaisir.

CONTEXTE 2023 :

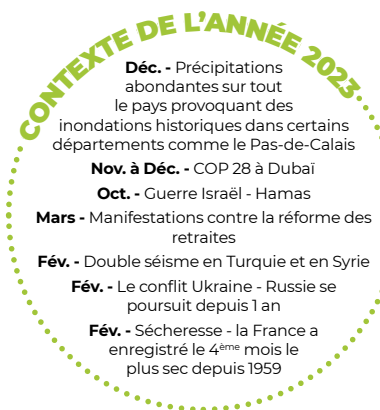
Agapes poursuit son engagement à responsabiliser les marques en les aidant à devenir autonomes et à intégrer des compétences et des ressources précédemment partagées. Une gouvernance spécifique a été mise en place pour piloter cette transformation visant à libérer l'énergie et la créativité. Agapes Services s'inscrit dans un nouveau rôle vis-à-vis des marques et s'organise différemment tout en restant attentif au bien-être de ses collaborateurs et collaboratrices (nouvelle mutuelle, accompagnement à la mobilité, enquête NPS salarié.es)

En partenariat avec le cabinet ECO2 initiative, **Agapes a réalisé en début d'année 2023 son premier bilan carbone sur l'ensemble de ses marques et pays, ainsi que sur toute sa chaîne de valeur** (scope 3). Ce bilan a été le point de départ d'une action contre le changement climatique, identifiant les principaux postes d'émission et incitant les marques à élaborer des plans d'atténuation.

Ce travail se poursuivra en 2024, guidant les marques dans leur stratégie de décarbonation future.

Enfin, une avancée majeure de l'année a été **la création d'un rapport mensuel intégrant tous les indicateurs de la déclaration de performance extra-financière (DPEF)**. Cette évolution permet aux marques de gérer leur performance de manière aussi régulière que leur performance financière et prépare à la production de rapport de durabilité par marque, conformément aux exigences de la CSRD d'ici 2025.

FAITS MARQUANTS



Création de l'organisme de formation 3 brasseurs.



Proposition d'un transport doux avec l'attribution de vélos de fonction.



17 août
3 Brasseurs ouvre 3B, un Bar à Bières Gourmand Rue Solferino à Lille.

JANVIER



Lancement de notre filiale locale avec la commercialisation de notre gamme de charcuterie «Le Porc Alsacien».



25 janvier
Salad&Co lance son nouveau format centre-ville Rue Nationale à Lille.

FÉVRIER



Lutte contre le gaspillage alimentaire avec la mise en place de paniers Too Good To Go.

MARS



24 mars
Ouverture du nouveau concept Flunch à Roncq.

AVRIL

JUILLET



4 juillet
3 Brasseurs ouvre le Labbb, brewpub équipé d'une encauseuse, dans le quartier Cronenbourg de Strasbourg.

AOÛT

NOVEMBRE



Application mobile KAROS pour de covoiturage avec la communauté de communes du Pays de Sainte-Odile et les entreprises partenaires.

DÉCEMBRE



31 décembre
L'entreprise Flunch devient une entreprise indépendante.



1 décembre
Les marques OGU, AGAPONIA, PICPAIN rejoignent la marque Flunch.

MODÈLE D'AFFAIRES

Nos ressources

ÉCONOMIQUES

- 8 marques de restauration présentes dans 5 pays
- 290 restaurants dans le monde dont 106 en franchises
- 1 usine agro-alimentaire
- Des solutions pour répondre à toutes les envies : en restaurants (sur place ou à emporter) ou en ligne (à emporter ou à domicile)
- Des programmes de fidélités propres à chaque marque

Notre création de valeurs

- Activité enseignes (compagnie + franchise) :
- 38 millions de repas servis en restaurants dont 95% en France
 - 788M€ de CA TTC dans le monde, toutes activités, dont 92% en France

LES HOMMES ET LES FEMMES AU CŒUR

- 6 778 salarié.es dans le monde dont 94% en restaurants et usine
- 93% de salarié.es français.es en CDI et 57% à temps plein
- 3 plateformes e-learning
- Des réseaux sociaux d'entreprises pour l'animation des équipes
- 1 marque certifiée Great Place to Work
- 1 index égalité Femme/Homme de 91,8
- 24% des salarié.es promu.es en restaurants
- Des formations régulières destinées aux salarié.es et à l'encadrement
- 84 salarié.es d'Agapes Services intégrés dans les marques de restauration

PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE

- Un partenariat avec l'ADEME pour la décarbonation et l'éco-conception
- 75 694 KW d'origine électrique, consommés par les succursales françaises, pour la cuisson et le maintien au frais
- 9,3 KgCO2eq par repas servis
- 589 KgCO2eq par K€ de CA
- 95 478 paniers Too Good To Go
- 71 tonnes de dons aux banques alimentaires
- 1 846 tonnes de biodéchets collectés et valorisés dans nos succursales en France
- 1 bilan des émissions de gaz à effet de serre scope 3 sur toutes marques
- 1 plan d'atténuation des émissions engagé

PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES

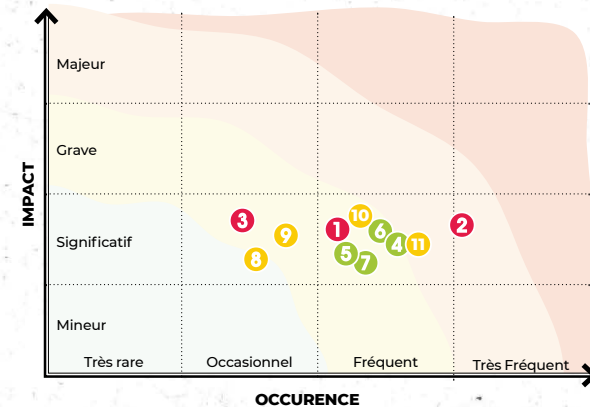
- 36 325 tonnes de denrées alimentaires réceptionnées par les succursales françaises
- 930 fournisseurs alimentaires de nos restaurants compagnie et usine en France
- 82% des références sans substances controversées
- Une culture de la sécurité alimentaire avec une note hygiène moyenne en restaurants de 81 pour 100 audits réalisés et une certification IFS niveau supérieur de notre usine de charcuterie
- 100% des marques engagées pour l'amélioration des conditions d'élevage des poules pondeuses

MARQUES	ACTIVITÉ PRINCIPALE
	Activités de restauration commerciale
	Activités de production charcutière
	Prestations de services

NOS PRINCIPAUX RISQUES EXTRA-FINANCIERS

Chez Agapes, nous adoptons une méthodologie rigoureuse pour identifier et gérer les risques liés à nos activités, démontrant ainsi notre engagement envers la transparence et la responsabilité. Cette démarche a été initiée lors de l'élaboration de notre première déclaration de performance extra-financière et a été renforcée dans le cadre de notre devoir de vigilance.

LA CARTOGRAPHIE DES RISQUES*



Nous avons constamment amélioré notre méthodologie de construction de la matrice pour refléter les évolutions de nos processus métiers. Chaque marque fait l'objet d'une analyse approfondie selon une approche méthodique uniforme.

Nous avons inversé le processus de cartographie pour mettre en lumière les risques liés à nos processus métiers, ce qui nous permet d'avoir une vision globale des défis potentiels. Ces matrices, établies marque par marque, sont consolidées pour répondre aux exigences de notre déclaration de performance extra-financière.

*Légende page 8-9

La hiérarchisation des risques repose sur une évaluation de la probabilité et de l'impact de chaque risque. Nous prenons en compte les aspects légaux, financiers, opérationnels, réputationnels, humains et environnementaux dans notre évaluation. Chaque risque brut se voit attribuer une valeur nette, en fonction des actions d'atténuation mises en œuvre et de leur efficacité.

Cette année encore, nous nous assurons que chaque risque est étroitement lié aux enjeux et opportunités, s'inscrivant dans l'un des trois piliers fondamentaux de l'écosystème Agapes.

PILERS, ENJEUX ET POLITIQUES RSE

PILERS	RISQUES	ENJEUX	POLITIQUES	ODD
 <p>LES HOMMES ET LES FEMMES AU CŒUR</p>	<p>1 La précarité sociale et économique de nos salarié.es</p>	<p>► Améliorer la situation sociale et économique de nos collaborateurs.trices</p>	<p>► Chez Agapes, nous partageons une culture historique de soutien et d'entraide des collaborateurs en difficulté. Il nous paraît fondamental d'accompagner nos équipes en cas de difficultés sociales ou économiques. De plus, nous voulons que chaque collaborateur puisse partager le projet de l'entreprise et sa création de valeur qui s'inscrit au coeur des valeurs chères de nos actionnaires (= le partage de l'avoir, du savoir et du pouvoir).</p>	    
	<p>2 La pénurie de la Ressource Humaine</p>	<p>► Développer les compétences et l'employabilité</p>	<p>► Nous travaillons avec des femmes et des hommes professionnels et passionnés pour satisfaire nos clients chaque jour. Chez Agapes, nous voulons développer un projet humain enthousiasmant afin de rendre nos collaborateurs acteurs de leur développement et leur parcours dans l'entreprise. Nous voulons également garantir des perspectives d'évolution et de mobilité à tous nos collaborateurs au sein de notre écosystème Agapes.</p>	
	<p>3 L'atteinte à la santé physique et mentale des salarié(e)s, et au bien être des salarié.es sur le plan individuel et collectif (déséquilibre vie pro/vie perso, incivilités clients...)</p>	<p>► Améliorer la qualité de vie au travail</p>	<p>► Chez Agapes, nous réaffirmons que les femmes et les hommes sont au coeur de nos projets et de nos décisions. Nous voulons que nos collaborateurs soient engagés, fiers et heureux au travail. Ainsi, nous veillons à créer les meilleures conditions pour améliorer le bien-être et l'épanouissement sur le plan individuel et collectif en déployant une démarche de qualité de vie au travail ambitieuse et adaptée aux besoins des collaborateurs.</p>	
 <p>PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE</p>	<p>4 La contribution au dérèglement climatique par les émissions de gaz à effet de serre</p>	<p>► Réduire nos émissions de gaz à effet de serre</p>	<p>► Chez Agapes, nous sommes des restaurateurs responsables, engagés pour une alimentation plus durable. A ce titre, nous voulons mesurer et réduire l'impact carbone de nos produits et de nos activités pour prendre notre part dans la lutte mondiale contre le dérèglement climatique. En parallèle, nous voulons anticiper au maximum les effets directs et indirects du changement climatique sur nos activités pour nous préparer aux évolutions très probables du contexte et être résilients.</p>	 
	<p>5 L'incapacité à s'adapter aux conséquences du changement climatique</p>			
	<p>6 La production de déchets et le gaspillage alimentaire</p>	<p>► Réduire nos déchets et le gaspillage alimentaire</p>	<p>► Nous vivons aujourd'hui dans un contexte mondial impacté par la malnutrition et le gaspillage de ressources. Le gaspillage alimentaire est un enjeu sociétal majeur. En tant que restaurateur, il est de notre responsabilité de réduire le gaspillage alimentaire sur toute la chaîne du produit (de la fourche à la fourchette). Chez Agapes, nous avons conscience que les déchets constituent notre principale source de pollution des milieux naturels. Nous voulons de ce fait, changer progressivement et en profondeur nos modes de fonctionnement afin de minimiser notre impact sur l'environnement ; cela passera par une réduction drastique des volumes de déchets potentiels (emballages, plastiques, produits à usage unique...), par le réemploi, par l'allongement de la durée de vie, par une meilleure valorisation des coproduits...</p>	
 <p>PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES</p>	<p>8 L'atteinte à la santé et à la sécurité des consommateurs via la consommation de nos produits</p>	<p>► Préserver la santé de nos clients par l'alimentation</p>	<p>► En tant que restaurateurs, nous sommes conscients que ce que nous cuisinons a un impact sur la santé et le bien-être de nos convives et collaborateurs. Chez Agapes, nous voulons être fiers des produits que nous servons au quotidien. Ainsi, nous voulons garantir des produits savoureux, sains et de qualité dans des environnements propres et sûrs. Notre ambition est de rendre accessible le bien manger au plus grand nombre et d'accompagner nos clients à la transition alimentaire.</p>	   
	<p>9 L'absence de maîtrise de notre chaîne d'approvisionnement et de nos sous-traitants</p>			
	<p>10 La participation à la dégradation de la biodiversité</p>	<p>► Développer des filières plus responsables et réduire l'impact sur le vivant</p>	<p>► Chez Agapes, nous voulons proposer des recettes de qualité, accessibles au plus grand nombre, préparées avec des produits sains pour nos convives, pour les milieux naturels et pour le vivant. Nous voulons travailler avec nos agriculteurs, éleveurs, producteurs et fournisseurs pour soutenir les filières respectueuses du vivant et des écosystèmes.</p>	
	<p>11 Le non-respect du bien-être animal</p>			



NOS INDICATEURS RSE

Les résultats et objectifs présentés ci-dessous sont obtenus en consolidant les informations transmises par les marques **Flunch, 3 Brasseurs, Il Ristorante, Salad&Co et Festein d'Alsace** (excepté pour les indicateurs propres à la restauration, identifiés par un indice ⁽¹⁾). Les indicateurs du pilier SOCIAL intègrent également les données de la marque Agapes Services.

LES HOMMES ET LES FEMMES AU COEUR SOCIAL

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Améliorer la situation sociale et économique de nos collaborateurs	Part de collaborateurs en CDI	93,8%	93,5%	91,2%
	Part de collaborateurs en temps complet	52,5%	56,7%	56,3%
	Index égalité Homme/Femme ⁽²⁾	86,4	91,8	92,3
Développer les femmes et les hommes	Taux de promotion interne ⁽¹⁾	9%	24%	11,1%
Améliorer la qualité de vie au travail	Taux de turnover CDI	88,1%	117,7%	89,6%

PRENDRE SOIN DE LA PLANÈTE ET LA TERRE ENVIRONNEMENTAL

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Réduire nos déchets et le gaspillage alimentaire	Taux d'emballage à usage unique	1,4%	1,1%	1,8%
	Taux de démarque connue (gaspillage alimentaire) ⁽¹⁾	1,1%	1,2%	1,1%
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre	Part de viande rouge (bœuf, vache, veau, mouton, agneau) ⁽¹⁾	5,5%	5,1%	5%
	Emissions totales CO2 (t CO2e)	380 943	383 734	388 030
	Emissions de GES totaux par repas (kg CO2e)	9,5	9,3	8,7
	Emissions de GES totaux par k€ de CA HT (kg CO2e)	660	589,4	553,3

PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES SOCIÉTAL

ENJEUX	KPI	2022	2023	OBJECTIFS
Préserver la santé	Part de nos produits sans substances controversées	80,3%	81,6%	83,6%
	Note hygiène des restaurants ⁽¹⁾	79,8	81,1	82
Développer des filières responsables	Part de viande bovine labellisée VBF ⁽¹⁾	71,1%	69,6%	74,6%
	Part de poissons labellisés MSC ⁽¹⁾	82,5%	75,8%	76,8%

⁽¹⁾Festein exclu ⁽²⁾Uniquement pour les marques de plus de 50 salariées

PRÉCISIONS MÉTHODOLOGIQUES :

L'écosystème AGAPES, dépassant les seuils en consolidé, est soumis à la **production d'une Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF)** et à l'obligation de nommer un **Organisme Tiers Indépendant**. Nous avons fait le choix de PwC comme OTI pour auditer la véracité et la sincérité de nos engagements et indicateurs de développement durable. **La déclaration de performance extra-financière ainsi que le rapport de l'OTI sont disponibles sur notre site internet : www.agapes.fr**. Cette DPEF présente comment Agapes prend en compte les conséquences sociales et environnementales de ses activités. Les résultats consolidés des indicateurs RSE ci-contre ont été calculés sur le périmètre France Compagnie à l'exception des émissions de gaz à effet de serre, mesurées sur le périmètre France Compagnie et Franchise.

Ces remarques sont également applicables aux résultats repris dans les pages du rapport consacrées aux marques.

La définition des politiques est réalisée à partir d'une analyse des risques sociaux, sociétaux, environnementaux et éthiques auxquels les marques de l'écosystème Agapes s'exposent en réalisant leurs activités. L'identification a été faite en croisant une analyse opérationnelle qui suit le parcours produit et une analyse des références réglementaires et bibliographiques majeures : thématiques Grenelle II (listées dans l'art. R225-102-1 du code du commerce), dernières publications du GIEC et de l'IPBES. La hiérarchisation de ces risques a été réalisée à l'aide d'une matrice d'impact à double entrée : probabilité et gravité.

Les niveaux d'engagement, ainsi que les déclinaisons opérationnelles comme réponse aux principaux risques identifiés sont de la responsabilité des marques. Les principaux risques inhérents à nos activités sont revus et complétés en amont de la production de la DPEF.

Certaines thématiques, qui figurent dans la transposition française de la Directive Européenne sur le reporting extra-financier, n'ont pas été jugées pertinentes au regard de l'analyse des risques d'Agapes, car ne faisant pas parties des principaux risques. Ces thématiques ne seront donc pas développées dans ce rapport : actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives et les actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves

La maîtrise des risques sur les enjeux identifiés est présentée à la suite de ce rapport, sous forme de feuillets par marques en cohérence avec la transformation présentée dans le contexte 2023 en page 6. Ces marques ont été sélectionnées pour leur contribution significative aux bornes de l'écosystème Agapes en termes d'effectifs et de chiffre d'affaires : en 2023, **3 Brasseurs, Salad&Co, Il Ristorante, Festein d'Alsace et Flunch** représentent 96.6% des effectifs et 98.9% du chiffre d'affaires HT. Le feuillet présentant la nouvelle marque Rizo a été ajouté pour donner sens à certaines actions menées par les marques de restauration de l'écosystème.

CRÉDITS PHOTOS :

Shutterstock, AdobeStock, Agapes Restauration Photos non contractuelles.

CONCEPTION ET RÉALISATION :

JBL Com & Cie - www.jblcom.fr

IMPRESSION :

Nord'imprim - Steenvoorde - 03 28 43 84 00 -
Certifiée Imprim'Vert - PEFC® - FSC® - ISO 9001 - ISO 14001
Ce rapport est imprimé avec des encres à base végétale.

AGAPES SA :

4 Rue de l'Espoir, 59800 Lezennes





TOUS ENSEMBLE, DEVENONS BRASSEURS RESTAURATEURS RESPONSABLES !

NOS VALEURS ?

Simplicité, Générosité et Convivialité. Avec cet ADN fort, notre défi est d'accompagner les élan et les transitions nécessaires pour un avenir plus durable. **Il est temps d'agir, nous devons évoluer rapidement, se ré-inventer pour devenir des Brasseurs Restaurateurs plus responsables.**

NOTRE ENGAGEMENT ?

Mettre les femmes et les hommes au cœur de nos projets. Nous avons d'ailleurs été labellisés **Great Place to Work** et sommes très attachés à la diversité au sein de nos équipes (handicap et inclusion). **Pour limiter notre impact environnemental, nous réduisons l'impact carbone de notre activité,** via l'éco-conception de nos recettes et de nos bières brassées sur place. Nous optimisons aussi les flux de nos restaurants **grâce au management de l'énergie et à la gestion de nos déchets.**



Jonathan Habib,
Directeur Général
3 Brasseurs France



Fabien Pessot,
Directeur Général
3 Brasseurs
en charge de la
Transformation

111

fournisseurs
alimentaires
de nos succursales

1 721

salarié.es Cie

35

restaurants Cie

2

cartes
saisonniers

10,6 Millions

de clients servis dans
la monde dont **9,2** en
France

92 tonnes

CO2eq émis

(France Cie + franchise)

5 616 tonnes

achats alimentaires
de nos succursales

3 pays

57

restaurants
franchisés

92

micro-brasseries

259 Millions

chiffre d'affaires (€HT)
dans le monde dont
217 en France

“ Brasseurs de
bons moments ”

NOS ENGAGEMENTS



L'HUMAIN

BIEN-ÊTRE COLLABORATEURS

Nous veillons à créer les meilleures conditions pour que nos collaborateurs soient fiers et heureux au travail.

COMPÉTENCES ET TALENTS

Nous voulons faire grandir nos collaborateurs pour qu'ils soient épanouis, engagés et qu'ils partagent le projet de l'entreprise.

SOLIDARITÉ, DIVERSITÉ ET INCLUSION

Nous favorisons la diversité et l'insertion professionnelle et nous en faisons une force.



LE PRODUIT

PRODUITS BONS POUR LA SANTÉ ET LA PLANÈTE

Nous sélectionnons rigoureusement des ingrédients toujours meilleurs pour la santé, la planète et surtout bons à déguster.

RECETTES RESPONSABLES

Nous composons des plats gourmands autour de la cuisine durable.

BIÈRE RESPONSABLE

Nous réduisons l'impact de nos bières sur l'ensemble de leur cycle de vie.



LA PLANÈTE

RÉDUCTION D'ÉNERGIE

Nous limitons l'impact de nos restaurants en réduisant nos consommations d'énergie et en construisant des bâtiments plus écologiques.

DÉCHETS ET GASPILLAGE

Nous trions et réduisons nos déchets et luttons activement contre tout type de gaspillage.

L'HUMAIN



YES WE ARE ... A GREAT PLACE TO WORK !

3 Brasseurs franchit une étape en arborant avec fierté le label **Great Place to Work®** ! Cette reconnaissance prestigieuse est le résultat de plusieurs années de travail **en faveur du bien-être et du développement des collaborateurs.**



Avec un score remarquable de **70% de réponses positives à l'enquête Trust Index®**, 3 Brasseurs se positionne désormais parmi les entreprises françaises exemplaires en matière d'expérience collaborateur. Cette récompense souligne l'engagement de 3 Brasseurs envers le respect et la convivialité. Des valeurs aussi profondément ancrées que sa passion pour la bonne cuisine et la bière artisanale.

En devenant la première marque d'enseigne de restauration certifiée en France, 3 Brasseurs témoigne de sa conviction : **des collaborateurs épanouis sont la clé pour offrir une expérience exceptionnelle aux clients !**

Une certification prometteuse qui encourage 3 Brasseurs à poursuivre ses avancées sociales et maintenir un environnement de travail positif !

“ Ce label est non seulement un moyen de rétablir une fierté de travailler dans la restauration, d'attirer les talents vers ce secteur mais aussi une manière de confirmer que **3 Brasseurs est un sentiment au-delà d'une destination : la passion de la bière, de la cuisine généreuse et la certitude d'être toujours bienvenu.** ”



Jonathan Habib.

Directeur Général 3 Brasseurs France

AU MENU POUR 2024 !

- Poursuivre le développement de notre organisme de formation :
 - > Accompagner 4 à 6 ouvertures en franchise et proposer une offre de formations essentielles avec 15 thématiques.
 - > Obtention de la certification "Titres Brasseurs", reconnue au RNCP.
 - > Création de 2 parcours : formation continue pour directeurs et parcours de "collaborateurs-entrepreneurs".

ET AUSSI ...

- Participation aux journées d'inclusion DuoDay (ALGEEI) et recrutement de 8 personnes en situation de handicap.



- Hausse de 30% de notre effectif de travailleurs en situation de handicap au sein de notre réseau national de restaurants.

- Refonte du dispositif RVI de l'encadrement intégrant des critères de performance extra-financiers.

- Ouverture du droit à RVI pour tous les collaborateurs du siège réglementé par paliers.

- Identification des potentiels pour favoriser les promotions internes soit 1/3 des mouvements.



LE PRODUIT



UNE TABLE ÉCO-CONÇUE, LOCALE ET GOURMANDE !

Engagé en faveur d'une cuisine responsable, 3 Brasseurs relève le défi de promouvoir des recettes éco-conçues, meilleures pour la santé, la planète et l'économie locale !

Depuis le 13 novembre, le restaurant de Nantes Saint-Sébastien propose quotidiennement un plat du jour mettant en avant les saveurs et le savoir-faire des producteurs locaux de la région nantaise. Ces plats accessibles, généreux et gourmands, ont été pensés dans une logique de circuit court, favorisant ainsi la réduction de l'empreinte carbone tout en privilégiant des ingrédients locaux.



Une démarche engagée pour une cuisine responsable et délicieuse, qui vise à anticiper les impacts négatifs sur l'environnement tout en équilibrant coûts économiques, valeurs nutritionnelles et coûts environnementaux.

L'initiative, véritable challenge pour l'enseigne, rencontre un franc succès tant du point de vue de l'engouement des convives que de l'intérêt croissant des équipes !

“ Nous avons tout vendu et n'avons rien jeté ! C'est au-delà même de nos espérances. ”

Katell Le Bourhis,

Directrice du 3 Brasseurs Nantes Saint-Sébastien

ET AUSSI ...

- Utilisation de lardons sans nitrites, afin de préserver l'environnement et la santé de chacun.

- Création de la 1^{ère} bière bio 3 Brasseurs, en partenariat avec la brasserie Moulin d'Ascq.



- Mesure de l'apport calorique et de l'équilibre nutritionnel des produits, pour alléger les plus caloriques.

- Approvisionnements plus responsables des frites et du cheddar (IGP Cheddar Galloway).

AU MENU POUR 2024 !

- Poursuivre le développement des filières locales d'approvisionnement, de la banque de recettes pour les plats du jour, ainsi que des suggestions de plats éco-conçus.
- Travailler sur le sourcing de la filière poisson.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Améliorer la situation sociale et économique de nos collaborateurs	Part de collaborateurs en CDI	95,1%	93,4%	94%
	Part de collaborateurs en temps complet	83,8%	85,6%	83%
	Index égalité Homme/Femme	74	84	84
Développer les femmes et les hommes	Taux de promotion interne	10,6%	12,4%	17%
Améliorer la qualité de vie au travail	Taux de turnover CDI	99,5%	106,7%	99,5%

ENJEUX	KPI	2022	2023	OBJECTIFS
Préserver la santé	Part de nos produits sans substances controversées	83%	94,6%	95%
	Note hygiène des restaurants	78,3	79,1	83
Développer des filières responsables	Part de viande bovine labellisée VBF	12,6%	16,3%	17%
	Part de poissons labellisés MSC	0%	0%	0%

LA PLANÈTE



UNE BIÈRE PLUS RESPONSABLE

DU CHAMP À LA PINTÉ !

Réputée pour ses bières brassées de façon artisanale et une bièrothèque riche de près de 1200 recettes, **3 Brasseurs vise à maîtriser les impacts environnementaux de l'ensemble de ses bières.**

Accompagnée par un cabinet indépendant, **l'enseigne a ainsi réalisé une Analyse de Cycle de Vie sur leurs bières permanentes**, la blonde, l'ambrée et l'IPA.

Cette étude a été menée à partir de données spécifiques de production et selon la méthodologie recommandée par l'UE (PEF), prenant en compte 16 indicateurs environnementaux qui a eu un résultat édifiant :



Les bières brassées et servies dans les restaurants 3 Brasseurs émettent moins de gaz à effet de serre et impactent moins l'environnement que la bière de référence nationale.*



Un constat positif qui ouvre de nombreuses perspectives d'amélioration, puisque 3 Brasseurs envisagent aujourd'hui de renforcer les critères de sélection de ses matières premières, de réduire sa consommation en eau et de promouvoir le réemploi des bouteilles.

*Données génériques Agribalyse : Bière blonde théorique de référence, embouteillée et consommée hors lieu de production.

-65%

EN MPT
(MOINS D'IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT)

-77%

EN CO2EQ
(MOINS DE GAZ À EFFET DE SERRE)

ET AUSSI ...

- **Lancement d'un test de consigne sur les bouteilles 75cl**, offrant 5 points de fidélité pour chaque bouteille rendue.
- **Création d'un projet d'éco-conception des produits en partenariat avec Rizo**, pour réaliser un outil d'aide à la décision intégrant des critères écologiques et nutritionnels.
- **Bilan carbone effectué en scope 3 sur les données 2022** et mise en place d'une comptabilité carbone mensuelle.
- **Construction d'un plan de décarbonation.**
- **Sélection de l'Act Tourisme pour évaluer la stratégie carbone.**

ACT ASSESSING LOW CARBON TRANSITION®

AU MENU POUR 2024 !

- **Réaliser un audit interne sur le gaspillage alimentaire.**
- **Lancer un plan d'action pour minimiser les émissions de gaz à effet de serre et l'impact environnemental.**
- **Évaluer la stratégie de décarbonation selon la méthodologie ACT (Assessing Low Carbon Transition) créée par l'ADEME.**

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Réduire nos déchets et le gaspillage alimentaire	Taux d'emballage à usage unique	0,7%	0,7%	0,5%
	Taux de démarque connue (gaspillage alimentaire)	0,7%	0,7%	0,6%
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre	Part de viande rouge (bœuf, vache, veau, mouton, agneau)	7,5%	7,4%	7,1%
	Emissions totales CO2 (t CO2e)	79 770	91 723	91 714
	Emissions de GES totaux par repas (kg CO2e)	9,4	9,5	8,9
	Emissions de GES totaux par k€ de CA HT (kg CO2e)	428	421,8	385,5

PRENDRE SOIN DES COLLABORATEURS ET DE LA TERRE !

Nous démarrons cette année avec une ambition folle : "Démocratiser le bien-manger" avec cette même volonté qui nous anime depuis 13 ans maintenant.

Notre responsabilité est de tenir notre engagement, qui est **de rendre accessible à tous des produits rigoureusement sélectionnés et de partager notre savoir** auprès de nos clients, via nos nouveaux outils digitaux. Pour cela, **nos équipes seront les premiers acteurs**, notre rôle sera de les former et de leur donner les moyens de nos ambitions, **cela en étant authentique et bienveillant au quotidien**, tout en leur facilitant la vie, par un travail sur les organisations en restaurant. Nous continuerons, et ce, à chaque instant, par nos décisions ou/et nouvelles idées, **à réduire notre impact sur notre planète, car cela est dans notre ADN.**

Salad&Co va continuer à prendre sa part de responsabilité, avec des projets à impact forts et vertueux, mais surtout cohérents avec nos valeurs : **Engagement, Bienveillance & Authenticité.**

Vincent Mondoloni,
Directeur Général Salad&Co



1 358 tonnes
achats alimentaires, dont
448 tonnes de fruits et
légumes bruts.

23 fournisseurs alimentaires

12 restaurants en
compagnie

1,484 Millions
clients

19,319 Millions
chiffre d'affaires (€HT)

5,8k
CO2 émis par repas servi

350 tonnes
déchets dont **145 T** de
biodéchets

8 cartes
par an dont 20% des produits
sont renouvelés

NOS ENGAGEMENTS



LES HOMMES ET LES FEMMES AU CŒUR (SOCIAL)

BIEN-ÊTRE COLLABORATEURS

Améliorer le quotidien de nos collaborateurs, en terme d'équilibre vie privée/professionnelle, en rémunération et en avantages.

FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT

Nous souhaitons donner les moyens de réussir à nos équipes, pour cela nous travaillons au maximum avec notre outil E-Learning. Pour réussir, nous en faisons l'objectif.

RECRUTEMENT

Continuer à former et à accompagner nos managers sur la qualité des recrutements. Et ce pour agir au quotidien sur notre turnover.



PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE (ENVIRONNEMENTAL)

CHANGEMENT DE CARTE TOUTS LES 3 MOIS pour coller à la saisonnalité des produits. Nous privilégions les produits locaux et français, issus d'exploitations utilisant le moins possible d'intrants chimiques.

NOUS STOPPONS L'UTILISATION DES EMBALLAGES JETABLES comme les sets de table, les bols salade en cartons..., les bouteilles en verre perdu ou en plastique.



PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES (SOCIÉTAL)

NOUS AVONS À CŒUR DE PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ.

Nous développons des filières avec des agriculteurs qui s'engagent sur des bonnes pratiques d'élevage et de production répondant au bien-être animal.

NOUS RÉPONDONS À TOUS LES RÉGIMES ALIMENTAIRES (végétariens, sans gluten, sans lactose...).

NOUS DÉVELOPPONS NOS PRODUITS À MARQUE S&C selon un cahier des charges répondant à nos engagements bons pour la santé (sans conservateur, sans colorant artificiel...).

LES HOMMES ET LES FEMMES AU CŒUR



UN RÉSEAU SOCIAL POUR TOUS LES SALARIÉS !

Salad&Co révolutionne sa communication interne avec l'application Steeple. Née des retours des collaborateurs et d'une enquête QVT en 2023, la mise en service de l'application répond au besoin d'une communication dynamique et instantanée. Lancée début 2023, **Steeple offre une plateforme intuitive, collaborative et informative qui remplacera bientôt totalement la newsletter papier.**

Steeple



Qu'il s'agisse de diffuser des informations au sein des restaurants, ou à l'intention du groupe, valoriser des actions locales ou encore favoriser le partage de documents, **Steeple est devenu l'outil de communication interne indispensable au quotidien de Salad&Co !**

Connectés avec leurs adresses professionnelles, les collaborateurs peuvent faire vivre leur plateforme, **favorisant une émulation dans les équipes et créant une atmosphère collaborative, en local comme au national !**

En mettant en avant les actions locales et en favorisant le partage, **Salad&Co renforce sa marque employeur, et crée un environnement où chaque collaborateur se sent informé et valorisé !**



ET AUSSI ...

- Mise en place d'un NPS collaborateurs (Net Promoter Score), ayant pour objectifs d'analyser et de mesurer le taux de satisfaction des collaborateurs. L'objectif est de réaliser 2 NPS et 1 questionnaire par an.

- Réalisations d'EAD (entretien annuel d'évaluation) pour les employés, qui ont permis une augmentation des salaires en fonction des niveaux de compétences.

AU MENU POUR 2024 !

- Améliorer la prise en charge des frais des transports en commun et/ou la mise en place d'une prime de mobilité douce, dans le but d'inciter les collaborateurs à diminuer leur empreinte carbone. L'objectif de l'entreprise est de prendre en charge les abonnements de transports en commun à 100%.

- Calculer volontairement l'index d'égalité homme/femme selon les critères Egapro, afin d'apporter les corrections nécessaires et de réduire les écarts.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Améliorer la situation sociale et économique de nos collaborateurs	Part de collaborateurs en CDI	93,9%	92,4%	92%
	Part de collaborateurs en temps complet	49,5%	48,3%	50%
	Index égalité Homme/Femme	NC	NC	NC
Développer les femmes et les hommes	Taux de promotion interne	10,6%	9,8%	10%
Améliorer la qualité de vie au travail	Taux de turnover CDI	113,5%	107,2%	106%

PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE



PETITE DÉCISION, GRANDS IMPACTS !

Salad&Co a pris une résolution notable : **l'abandon des sets de table dans l'ensemble de ses restaurants.** D'apparence anodine, cette décision a pourtant un réel impact positif sur la planète.



Chaque année, 1 280 647 sets de table à usage unique étaient distribués, générant une quantité astronomique de déchets. En supprimant les sets de table totalement de nos services, **c'est la superficie de 22 stades de foot, en papier, qui est économisée.**

Au-delà de minimiser le gaspillage, **la suppression des sets de table équivaut à la préservation de 265 arbres chaque année.** Salad&Co s'engage donc activement dans la sauvegarde de la planète, atteignant un double objectif : **réduire ses déchets et préserver les écosystèmes.**

Par cette décision, l'enseigne montre que **des gestes simples peuvent avoir un impact positif considérable pour la planète.**

1 280 647
SETS/AN
SOIT
22
TERRAINS DE FOOTBALL
SOIT
265
ARBRES PRÉSERVÉS/AN

ET AUSSI ...

- Collaboration avec le Fourgon dans les régions où le fournisseur est présent.

- Création de paniers Too Good To Go dans tous les restaurants.



Too Good To Go

- Bilan carbone effectué en scope 3 sur les données 2022, mise en place d'une comptabilité carbone mensuelle et sensibilisation des équipes.

- Participation à Lille Eco Sport, un challenge qui vise à ramasser un million de mégots dans les rues de Lille.

AU MENU POUR 2024 !

- Poursuivre le développement et l'organisation de la bibliothèque de recettes anti-gaspillage par catégorie de saisons, de produits...

- Lancer des ateliers de construction d'un plan de décarbonisation.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Réduire nos déchets et le gaspillage alimentaire	Taux d'emballage à usage unique	1,3%	1%	1%
	Taux de démarque connue (gaspillage alimentaire)	1,3%	1%	1%
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre	Part de viande rouge (bœuf, vache, veau, mouton, agneau)	1,1%	0,9%	0,9%
	Emissions totales CO2 (t CO2e)	7 900	8 535	10 704
	Emissions de GES totaux par repas (kg CO2e)	5,9	5,8	5,8
	Emissions de GES totaux par k€ de CA HT (kg CO2e)	489	441,8	433,7

PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES

SALAD
Par Nature.

DU JAMBON

100% FRANÇAIS

Salad&Co intensifie son engagement en faveur de l'élevage éthique et lance une filière d'approvisionnement de jambon râpé 100% français. En partenariat avec la coopérative COOPERL, cette initiative porte le label VPF (Viande Porcine Française) rebaptisé « Le Porc Français. »



Ce label certifie l'origine française du porc, depuis sa naissance jusqu'à sa transformation, garantissant ainsi la qualité et la traçabilité des produits. Par ailleurs, les contrôles sont assurés par des organismes tiers indépendants.

Ce pas décisif vers une filière responsable témoigne de l'engagement de Salad&Co à offrir à ses clients des produits d'excellence tout

en contribuant à une alimentation plus éthique, durable et respectueuse envers ses partenaires producteurs.

11 TONNES
DE JAMBON RÂPÉ, SOIT 100%
DU VOLUME DE JAMBON CUIT
ACHETÉ

Cooperl

COOPERL, coopérative bretonne, se distingue par ses pratiques vertueuses, allant de la traçabilité rigoureuse à la promotion du bien-être animal, avec notamment l'arrêt de la castration depuis 2008, l'absence d'antibiotiques depuis 2014, et la limitation des trajets des animaux avant abattage.

ET AUSSI ...

- Mise en place de Eezytrace dans les restaurants, un logiciel permettant d'améliorer la traçabilité des produits ainsi que les contrôles de conformité.

eezytrace

AU MENU POUR 2024 !

- Mettre à disposition les informations sur la provenance des produits aux clients, sur le parcours culturel, le transport et les valeurs nutritionnelles des produits.
- Offrir une traçabilité complète de la fourche à l'assiette pour 6 filières.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Préserver la santé	Part de nos produits sans substances controversées	96,3%	96,8%	96,8%
	Note hygiène des restaurants	82,6	71,9	80
Développer des filières responsables	Part de viandes bovines labellisées VBF	0%	0%	0%
	Part de poisson labellisé MSC	0%	0%	0%

il Ristorante

LA CUCINA ITALIANA

UNE ENSEIGNE MAGNIFIQUE !

Si je devais définir en quelques mots Il Ristorante, je dirais « **exigence** » et « **élégance à l'italienne** ». D'abord, parce que **nous sélectionnons nos matières premières** pour qu'elles soient les plus **qualitatives possible** ; elles sont donc AOP et labellisées. De plus, **notre exigence se ressent également en cuisine**, grâce à une cuisine de chef et à nos équipes dont nous sommes fiers ! De réels talents, qui, avec passion et amour du travail bien fait, répètent chaque jour les meilleurs gestes, pour le plaisir de nos convives. C'est une vraie *cucina italiana* que nous servons, elle est réalisée avec passion, **ce qui permet à nos clients de profiter d'un service d'excellence !**

Au plaisir de vous retrouver autour de nos plats signatures pour partager du bonheur.

Michele Di Gregorio,
Directeur du Réseau
Il Ristorante



100
fournisseurs dont plus
de 70 en direct d'Italie

2 500 tonnes
achats alimentaires
et boissons

650
collaborateurs.trices

2 cartes
saisonnnières et **10**
cartes animations
mensuelles

27 restaurants
dont **7** en franchise

2,5 Millions
repas servis

56 Millions
chiffre d'affaires (€HT)

“ **Vivre, cuisiner et partager**
une cuisine Italienne authentique,
chic et gourmande.
#LACUCCINAITALIANA
#NOICUCINIAMO AVEC #AMORE ”

NOS ENGAGEMENTS



LES FEMMES ET LES HOMMES AU CŒUR (SOCIAL)

BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

Il Ristorante s'engage pour développer la polyvalence de ses équipes, favorisant leurs motivations, une meilleure adaptabilité.

COMPÉTENCES ET TALENTS

L'enseigne privilégie la montée en compétence, instaurant un climat de confiance entre l'enseigne et les équipiers, tout en maintenant une motivation accrue !

AMELIORER LA SITUATION SOCIALE ET ECONOMIQUE DES SALARIE.ES

L'enseigne souhaite maintenir une politique de rémunération juste pour l'ensemble de nos collaborateurs.trices et promouvoir une politique d'avantages sociaux adaptée à leurs problématiques.



PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE (ENVIRONNEMENTAL)

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

Il Ristorante s'engage à suivre et atténuer les émissions de gaz à effet de serre liées à ses activités.

RÉDUCTION ET VALORISATION DES DÉCHETS

L'enseigne agit pour limiter la production de déchets et valoriser les déchets produits.



PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES (SOCIÉTAL)

PRODUCTION LOCALE

La cuisine italienne est locavore par nature. Les fruits et légumes de l'enseigne sont avant tout puisés localement et sont de saison, afin de contribuer au développement durable.

PRODUITS DE QUALITÉ

Les produits Il Ristorante sont sélectionnés bruts et sans compromis sur leur qualité.

PRODUITS BONS POUR LA PLANÈTE

Les matières premières AOP et IGP sont privilégiées par l'enseigne et sont choisies avec rigueur.

LES FEMMES ET LES HOMMES AU CŒUR



DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES

EN INTERNE !

Dans la continuité de la convention réalisée en 2022 et des travaux engagés pour développer les compétences et l'employabilité de ses collaborateurs, Il Ristorante poursuit son engagement en faveur de ses équipiers et lance un programme de formation en management pour les chefs de cuisine, directeurs, responsables de salle, et managers siège.

Au total, ce sont près de **84 collaborateurs** qui ont déjà bénéficié de deux jours intensifs de formation, tandis qu'une nouvelle session de deux jours est planifiée pour 2024.

À travers des modules interactifs et adaptés, l'enseigne met l'accent sur le leadership, la communication efficace et la gestion d'équipes, créant ainsi un environnement propice à l'épanouissement professionnel.



84
COLLABORATEURS
FORMÉS SOIT 100% DES
MANAGERS FORMÉS

2x
2 JOURS DE
FORMATION

ET AUSSI ...

- Révision de la politique de formation en 2024, afin de l'adapter davantage aux besoins.
- Réalisation d'un NPS collaborateur qui a permis de mesurer et d'analyser l'engagement des collaborateurs et de définir un plan d'action adéquat pour 2024.
- Création de cartes cadeaux à destination de l'ensemble des collaborateurs et de leurs enfants à l'occasion de Noël.



AU MENU POUR 2024 !

- Mettre en place une prime de partage de la valeur, qui récompensera la performance collaborateurs et permettra d'agir sur le pouvoir d'achats.
- Accroître l'engagement et fidéliser les collaborateurs à travers notamment une politique de rémunération en adéquation avec la recherche de performance et les attentes de nos collaborateurs.
- Réviser la politique de recrutement, de mobilité interne et de la marque employeur.
- Mesurer de nouveau la satisfaction NPS fin 2024, à la suite des différentes actions réalisées au cours de l'année.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Améliorer la situation sociale et économique de nos collaborateurs	Part de collaborateurs en CDI	95%	95,1%	96%
	Part de collaborateurs en temps complet	84%	81%	82,9%
	Index égalité Homme/Femme	nc	nc	nc
Développer les femmes et les hommes	Taux de promotion interne	13,7%	6,10%	10%
Améliorer la qualité de vie au travail	Taux de turnover CDI	158,9%	140,4%	130%

PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE



DES DESSERTS MINI

ANTI-GASPI !

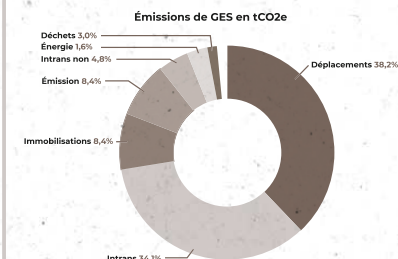
Il Ristorante a su concilier plaisir gustatif et préservation de l'environnement, en créant une toute nouvelle gamme de desserts, adaptée à chacun : les Dolcetto Mignons ! Apparus comme étant la solution idéale, ils permettent de satisfaire aussi bien les besoins gustatifs de ses clients que les enjeux environnementaux que s'est fixé l'enseigne, puisqu'ils permettent de réduire le gaspillage alimentaire.

Ces desserts en version mini permettent à tous les clients de profiter d'un dessert savoureux, proportionnel à la faim de chacun et adapté à tous les goûts ! Les Dolcetto Mignons sont déclinés sur toutes les recettes incontournables de Il Ristorante, comme le Babà au Rhum, ou encore le Tiramisù Classico ! Cette nouvelle gamme affiche un franc succès auprès des clients, qui ont été séduits par une solution innovante et financièrement accessible, au prix attractif de 3€ !



ET AUSSI ...

- Bilan carbone effectué en scope 3 sur les données 2022 et mise en place d'une comptabilité carbone mensuelle.



AU MENU POUR 2024 !

- Réduire significativement la taille des serviettes qui resteront compostables à domicile, pour réduire le gaspillage d'une surface de papier équivalente à 14 terrains de foot.
- Mise en place du projet d'éco-conception des produits, en partenariat avec Rizo et l'ADEME, pour la carte printemps-été 2024. Il permettra d'intégrer des critères environnementaux et nutritionnels.
- Création d'un comité RSE pluridisciplinaire, pour définir un plan d'actions visant à réduire les émissions de CO2 et à impliquer davantage les équipes dans cette démarche.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Réduire nos déchets et le gaspillage alimentaire	Taux d'emballage à usage unique	0,6%	0,5%	0,5%
	Taux de démarque connue (gaspillage alimentaire)	0,6%	0,6%	0,6%
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre	Part de viande rouge (bœuf, vache, veau, mouton, agneau)	5,1%	5,3%	4,6%
	Emissions totales CO2 (t CO2e)	23 572	21 233	22 083
	Emissions de GES totaux par repas (kg CO2e)	12	9,3	9,1
	Emissions de GES totaux par k€ de CA HT (kg CO2e)	514	379,6	369,4



PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES

MOINS D'INTERMÉDIAIRES,
PLUS DE TRANSPARENCE !

Il Ristorante s'implique en faveur de filières plus éthiques et durables et engage une démarche responsable visant à réduire le nombre d'intermédiaires sur ses filières d'approvisionnement italiennes ! Cette initiative, amorcée l'année dernière, s'inscrit dans une volonté de favoriser des circuits courts, renforçant ainsi la traçabilité de ses produits, une rémunération plus juste des producteurs ainsi qu'une baisse de transport et de logistique !



AU MENU POUR 2024 !

- Développer les filières locales françaises pour les produits non identitaires (certains fruits et légumes).

Pour renforcer l'ancrage de ses restaurants dans leurs territoires d'implantation, **Il Ristorante va explorer des pistes d'approvisionnement local** pour les produits dont l'origine n'impacte ni la qualité ni l'identité italienne des recettes proposées. **C'est le cas pour la farine qui fera partie du champ de recherche de nos nouvelles filières françaises en 2024.**

- Réintégrer les produits bruts en cuisine pour certaines recettes et préparations.

Face à la crise du recrutement touchant le monde de la restauration commerciale depuis la crise COVID, **Il Ristorante a été contraint de faciliter les gestes en cuisine pour rester cohérent avec les attentes de ses clients** en termes de rapidité de service, sans jamais rogner sur la qualité de son offre.

Si le marché de l'emploi reste tendu, **la marque a réussi à se renforcer** et peut envisager la réintroduction de produits bruts en vue de la préparation sur place de produits tels que la sauce tomate (à partir de tomates pelées), les copeaux de parmesan (à partir de demi-meules) ou la focaccia.



- Améliorer l'impact des produits de la mer et de l'élevage aquacole

Il Ristorante souhaite travailler sur ses critères de sélection des poissons et crustacés proposés à la carte et lancera une étude en 2024 avec l'aide de Rizo. En effet, au-delà des qualités gustatives et de fraîcheur, **Il Ristorante souhaite développer ses critères de choix et agir pour la préservation des ressources marines et d'eau douce.** L'enseigne passera au crible les labels, l'origine, les modèles de production ou techniques de pêche ou encore la pression sur l'espèce.



ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Préserver la santé	Part de nos produits sans substances controversées	96,5%	97%	96,5%
	Note hygiène des restaurants	81,5%	82,5%	82,3%
Développer des filières responsables	Part de viande bovine labellisée VBF	61,9%	63,4%	63%
	Part de poissons labellisés MSC	19%	13,2%	19%



Notre exigence : la qualité et le goût !

Notre histoire repose sur des hommes et des femmes authentiques, généreux, honnêtes qui ont pour exigence la qualité et le goût. Sur ces bases solides nous avons redéfini les valeurs qui nous correspondent aujourd'hui.

HUMAIN, un ancrage solide où savoir-faire et esprit d'équipe priment. Nous avons à cœur de s'assurer que l'ensemble des collaborateurs puissent s'épanouir chez nous !

LOCAL, offrir le meilleur de l'Alsace à nos clients est un engagement filière fort pour Festein et requiert ainsi une sélection rigoureuse des ingrédients et des provenances.

AUTHENTIQUE, nous souhaitons fournir l'excellence en toute transparence, chaque jour. Cette sincérité passe par la qualité de nos produits.

GOURMAND, nos produits ont pour vocation d'être savoureux, goûteux et généreux pour refléter les traditions de la charcuterie alsacienne et française.

Vincent Darcas,
Directeur Général
Festein d'Alsace



370 fournisseurs
dont **185** fournisseurs
dans la Région
Grand-Est

4 520 tonnes
produits vendus
dans la Région

100
collaborateurs.trices

2 gammes
saisonnnières

1 usine (France)

49 k tonnes
CO2 eq émis

771 tonnes
déchets
alimentaires et non
alimentaires

28 Millions
chiffre d'affaires
(€HT)

“ Manger de la charcuterie
gourmande, locale et
responsable en toute
convivialité ”

Nos engagements



LES HOMMES ET LES FEMMES AU CŒUR (SOCIAL)

PROMOUVOIR NOS TALENTS :
Nous favorisons la promotion en interne et nous investissons de ce fait beaucoup dans la formation.

BIENVEILLANCE DANS LE DIALOGUE :
Nous privilégions la liberté d'expression de tous et souhaitons que chacun puisse remonter ses idées et axes d'amélioration via des groupes de travail.

REVALORISATION SALARIALE :
La juste rémunération est au cœur de notre politique sociale.

ESPRIT D'ÉQUIPE :
Nous embarquons l'ensemble de nos collaborateurs dans un esprit d'équipe renforcé.



PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE (ENVIRONNEMENTAL)

LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE :
Une lutte au quotidien ! Réduire nos déchets est une priorité et Festein a mis en place de nombreuses actions comme le don alimentaire, la gestion des chutes et la méthanisation des biodéchets.

LE TRANSPORT DOUX :
Proposer des alternatives comme les vélos de fonction et, le covoiturage est devenu une évidence.

NOTRE LOGISTIQUE AMONT :
Nous travaillons avec nos clients et notre prestataire logistique pour limiter le transport d'air.



PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES (SOCIÉTAL)

LE PORC ALSACIEN : Privilégier une filière d'approvisionnement local fait désormais partie de notre ADN.

VERS PLUS DE NATURALITÉ :
C'est un travail de fond ! Notre équipe R&D et l'ensemble de notre équipe production ont le souci d'élaborer des recettes saines, en supprimant toutes substances controversées ou ultra-transformées.

LES HOMMES ET LES FEMMES AU CŒUR



Des vélos de fonction pour plus de mobilités !

Pour favoriser le transport doux et éco-responsable et ainsi contribuer au bien-être et à la santé de ses collaborateurs, Festein d'Alsace propose désormais des vélos de fonction pour ses salariés, en partenariat avec la société française Tandem. Ces vélos à assistance électrique apportent une solution de mobilité plus durable et ont d'ores et déjà séduit les collaborateurs résidant à proximité !

18
COLLABORATEURS
ÉQUIPÉS



Par ailleurs, la participation financière de l'entreprise à hauteur de 80% est également une source de motivation supplémentaire pour l'ensemble des collaborateurs qui réduisent drastiquement leurs charges liées aux déplacements !

Aujourd'hui le parc est constitué de 18 vélos électriques que les salariés peuvent utiliser pour leurs trajets domicile-travail ou encore dans leur sphère privée.

Cette initiative saluée par le guide de l'économie durable, représente ainsi un avantage considérable pour les salariés, puisqu'elle allie économie, écologie et gain de temps !

“ En offrant non seulement des alternatives économiques mais également des bénéfices tangibles pour la santé et le bien-être, cette démarche reflète notre vision d'une entreprise responsable et attentive aux besoins de ses équipes. ”



Audrey Goldstein
Responsable Marketing et Communication

“ L'aide financière de Festein m'a permis d'avoir un beau vélo électrique et de venir avec au travail, j'en suis amplement satisfaite ! ”

Véronique H
Coordinatrice conditionnement

Au menu pour 2024 !

- **Création d'une prime de polyvalence entre les équipes production et conditionnement**, qui développera compétences, rémunération et flexibilité.
- **Remettre un kit de bienvenue** pour toutes nouvelles embauches.
- **Aménager des ateliers** qui amélioreront le confort des salariés.
- Acheter des **équipements pour faciliter la manutention**.
- **Accompagner les démarches administratives des salariés** grâce à la présence d'une assistance sociale.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Améliorer la situation sociale et économique de nos collaborateurs	Part de collaborateurs en CDI	86,4%	85,6%	89,3%
	Part de collaborateurs en temps complet	97,7%	98,7%	98,1%
	Index égalité Homme/Femme	92	78	>85
Améliorer la qualité de vie au travail	Taux de turnover CDI	15,8%	10,5%	10,9%

Et aussi...

- **Création d'un tableau de « capacité »**, qui favorise la polyvalence en donnant la priorité aux évolutions internes.
- **Élaboration d'une prime de prise de poste**, ayant pour but d'accroître la polyvalence des employés.
- **Mise en place de l'application Steeple**, un réseau social de communication interne à destination de tous les salariés.
- **Réduction de la part intérimaire** : 26% en 2022 à 17% en 2023

-9%
D'INTÉRIMAIRES
EN 2023

PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE



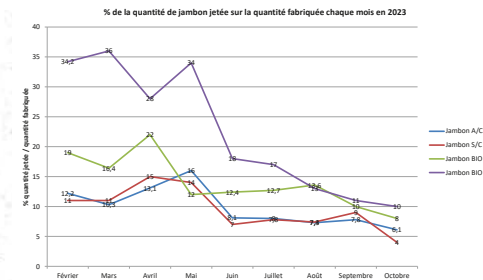
Moins de chutes, moins de gaspillage !

Depuis un an, plusieurs mesures ont été mises en place pour réduire le gaspillage alimentaire de notre site de fabrication. Nous avons renforcé notre attention sur la qualité de nos matières premières et de nos produits dès le début du processus de fabrication pour garantir la conformité des produits finis. Les procédures ont été revues pour harmoniser nos pratiques, et des formations du personnel ont eu lieu pour assurer la pérennité de ces actions.

Ces optimisations ont été coordonnées par Camille Capelletti, ingénieure en amélioration continue, sur les différentes lignes de production. **Camille accompagne les équipes au quotidien pour les sensibiliser à la réduction du gaspillage alimentaire.** Ce travail s'est déroulé en collaboration avec le personnel, qui propose également des axes d'amélioration.

Un travail de fond réalisé par nos collaborateurs, soucieux de ces enjeux, nous a permis de **réduire de moitié nos déchets de matière organique.** La motivation et le travail d'équipe nous permettent d'atteindre chaque semaine nos objectifs

-50%
DE CHUTES DE JAMBON
EN 8 MOIS



Et aussi...

- Mise en place de **Too Good To Go**, pour réduire le gaspillage.



Too Good To Go

- **Lancement d'ateliers pour construire un plan de décarbonation.**
- **Bilan carbone effectué en scope 3 sur les données 2022**, mise en place d'une comptabilité carbone mensuelle et sensibilisation des équipes.

Au menu pour 2024 !

- **Multiplier le nombre de paniers Too Good To Go par 3**, en créant 15 paniers par jour en moyenne.
- **Valorisation commerciale des coproduits.**
- **Réaliser un plan carbone** afin de minimiser l'impact environnemental.
- **Réduire les déchets alimentaires de 10%.**
- **Favoriser les produits locaux et créer une catégorie « Le Porc Alsacien ».**
- **Consommer de façon plus raisonnable les ressources naturelles.**

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre	Taux d'emballage à usage unique	7,5%	6%	6%
	Taux de démarque connue (gaspillage alimentaire)	nc	nc	nc
Réduire nos déchets et le gaspillage alimentaire	Emissions totales CO2 (t CO2e)	55 249	49 421	50 805
	Emissions de GES totaux par kg réceptionné (kg CO2e)	10	10	10,2
	Emissions de GES totaux par k€ de CA HT (kg CO2e)	2 128	1 779,6	1 634,4

PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES



Démarche engagée pour l'hygiène et la sécurité

Fort de son engagement envers la sécurité alimentaire, **Festein d'Alsace obtient le 27 juillet dernier, la certification IFS** niveau supérieur (International Featured Standard) lors d'un audit inopiné, avec une note impressionnante de 95,89 !

Depuis son accréditation IFS en 2016, l'entreprise n'a cessé de renforcer ses pratiques et normes de sécurité alimentaire ! Partagé en interne avec l'ensemble des collaborateurs, ce challenge **consolide la position de Festein d'Alsace en tant que partenaire de confiance dans l'industrie agroalimentaire.**

Chaque année, l'audit évalue sur trois jours 237 exigences, couvrant cinq chapitres clés, allant de la gouvernance à l'engagement de la direction, au système de management de la sécurité des aliments et de la qualité, à la gestion des ressources, aux procédés opérationnels, et enfin aux mesures, analyses et améliorations.



Les avantages de la certification IFS niveau supérieur sont multiples. Tout d'abord, **elle atteste des engagements de Festein d'Alsace en matière de sécurité et d'hygiène des produits alimentaires. Cette certification renforce la confiance des clients, des fournisseurs et des consommateurs**, assurant un niveau de sécurité optimal. Sur le plan commercial, la certification IFS devient un **avantage compétitif majeur**, incitant les distributeurs à choisir plus facilement des produits répondant aux normes strictes du référentiel.

L'obtention de cette certification illustre aujourd'hui le haut niveau de maîtrise de l'enseigne en termes de sécurité et d'hygiène et la positionne comme **l'un des fournisseurs les plus fiables de la grande distribution !**

95,89/100 IFS
NOTE AU RÉFÉRENTIEL D'AUDIT
INTERNATIONAL IFS
Food



Et aussi...

- **Réduction du taux de nitrites dans les produits**, en anticipation des nouvelles réglementations.
- **Renouvellement de toutes les certifications, comme le label Bio**, le Porc Français et Alsace Excellence.
- **Présence du logo « Porc Alsacien » sur 58 références**, respectant un cahier des charges précis, dont 53 références accréditées « Savourez l'Alsace produit du terroir ».
- **Présence du logo labélisé « Savourez L'Alsace » sur 71 références.**

Au menu pour 2024 !

- **Développer le sans nitrites** pour l'ensemble de notre gamme.
- **Garder la certification IFS**, en maintenant les démarches établies par l'HACCP.
- **Supprimer les substances controversées** des produits.
- **Contrôler les méthodes de travail et les produits**, en respectant les recettes validées par les clients et en respectant le Code des Usages.
- **Assurer la traçabilité des actions et des productions** grâce à un logiciel interne.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Préserver la santé	Part de nos produits sans substances controversées	6,9%	8,4%	>9%
	Note au référentiel d'audit international IFS	95,78%	95,89%	>95%

f!unch

AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ ET DU MIEUX MANGER !

Notre ambition est de devenir une marque plateforme au service du bien manger (des produits bons et sains pour tous), avec des engagements sociétaux forts et un modèle social responsable et innovant.

L'ambitieux programme de transformation de Flunch est désormais initié au sein de l'enseigne. Il s'est notamment traduit cette année par une première étape importante de relooking du concept, au sein d'une dizaine de restaurants. A l'occasion de laquelle **des évolutions en matières d'équipements, d'offres, de services, de parcours clients & collaborateurs et d'univers** ont vu le jour. Ces évolutions contribuent à un modèle plus vertueux avec en particulier un meilleur bilan carbone !

La seconde étape qui sera franchie fin 2024 est celle **d'une transformation du concept plus en profondeur, nom de code Re-Flunch**, et emmènera, elle aussi, des solutions pour accompagner la trajectoire de décarbonation de Flunch.

Baptiste Bayart,
Président Flunch



260
fournisseurs

25 000 tonnes
achats
alimentaires

4 389
collaborateurs.
trices

144 restaurants
dont **42**
franchisés

22 Millions
repas servis

261 Millions
chiffre d'affaires
(€HT)

199 k tonnes
CO2 eq émis

631 tonnes
de biodéchets

“ LE RESTAURANT
POUR TOUS ”

NOS ENGAGEMENTS

LES HOMMES ET LES FEMMES AU CŒUR (SOCIAL)

CONTRAT SOCIAL

L'enseigne souhaite promouvoir une politique de rémunération juste pour ses équipes

ACCOMPAGNER LE DEVELOPPEMENT DES TALENTS

Nous privilégions la promotion interne et investissons dans l'accompagnement de nos équipes par la formation

QUALITE DE VIE AU TRAVAIL

Nous améliorons les conditions de travail par l'aménagement du travail et en particulier l'annualisation du temps de travail.

PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE (ENVIRONNEMENTAL)

UNE OFFRE MOINS EMISSIVE

Avec une offre moins carnée mais toujours aussi savoureuse, le nouveau concept Flunch est moins émissif qu'auparavant.

REDUIRE LES DECHETS

Flunch s'engage à supprimer toutes les bouteilles plastiques d'ici 2026 et à réduire drastiquement les emballages à usage unique. Nous mettons tout en oeuvre pour trier nos déchets et valoriser ce qui peut l'être.

PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES (SOCIÉTAL)

DES PRODUITS SAINS ET UNE ALIMENTATION VARIEE

Nous sélectionnons rigoureusement nos produits et mettons tout en oeuvre pour rendre l'accès possible à nos clients à une offre saine, équilibrée et variée

CIRCUITS COURTS

Nous établissons des liens directs avec producteurs et groupements de producteurs, grâce à notre schéma d'approvisionnement, pour proposer à nos clients des produits filières.

LES HOMMES ET LES FEMMES AU CŒUR



DES ACCORDS EN FAVEUR DE LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

En 2024, Flunch renforce son engagement en faveur du bien-être au travail, en révisant 9 accords avec ses partenaires sociaux. 7 accords préexistants ont été signés, dont la limitation en tarif horaire des doubles services, du nombre de week-ends travaillés et des dépannages d'urgence.



Parmi les 2 nouveaux accords, l'annualisation des salaires se démarque. Elle implique une planification du temps de travail sur 12 mois, permettant d'ajuster la durée du travail selon les fluctuations de l'activité : **augmenter son temps de travail en période haute ou le diminuer en période basse**. Un gain de flexibilité considérable dans la gestion du temps de travail d'une semaine à l'autre. De plus, les variations de temps de travail n'impactent pas le salaire de base mensuel !

Cet accord majeur offre aux employés de Flunch davantage de jours de repos tout en maintenant la possibilité de réaliser des heures supplémentaires. De plus, **il réduit la nécessité d'intégrer et de former du personnel en doubleur grâce à la diminution des renforts externes. Un vrai atout pour une meilleure balance entre vie personnelle et professionnelle !**



AU MENU POUR 2024 !

- **Déploiement des accords signés en 2023**, dont l'accord relatif à l'annualisation du temps de travail, qui s'accompagne d'un changement d'outil de gestion du temps.
- **Déploiement d'un programme de formation au management.**
- **Finalisation de la création de Talent Place**, une bourse à l'emploi multimarques.

- **Augmentation du budget CSE et mise en place d'actions en faveur du bien-être des collaborateurs.**
- **Création d'un livret d'accueil dématérialisé**, qui favorisera la communication des avantages sociaux et des outils dans l'entreprise.

ENJEU	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Améliorer la situation sociale et économique de nos collaborateurs	Part de collaborateurs en CDI	93,4%	93,4%	90%
	Part de collaborateurs en temps complet	40,1%	45,2%	47,4%
	Index égalité Homme/Femme	89	94	94
Développer les femmes et les hommes	Taux de promotion interne	7,7%	35,2%	10%
Améliorer la qualité de vie au travail	Taux de turnover CDI	78,4%	121,5%	83,9%

ET AUSSI ...

- **Création d'un organisme dédié à la formation et établissement d'un réseau de référents en formation.**
- **Limitation du nombre d'employés faisant le service du midi et du soir dans la même journée, réduction du nombre de remplacements d'urgence**, conformément aux accords négociés avec les partenaires sociaux.



PRENDRE SOIN DE LA NATURE ET DE LA TERRE



MOINS DE PLASTIQUE, AUTANT DE PLAISIR !

Dans la continuité de son initiative zéro plastique, **Flunch amorce une réduction drastique des références de boissons packagées au sein de ses établissements**. Après la mise en place de vaisselle non-jetable l'année dernière, contribuant ainsi à la réduction du plastique à usage unique, Flunch poursuit son engagement et **projette d'éliminer complètement les armoires contenant des boissons packagées, au profit de fontaines**.

Un premier pas concret a été franchi avec le lancement d'un test ambitieux au restaurant de Villeneuve d'Ascq, qui affiche aujourd'hui fièrement un zéro bouteille plastique !

L'objectif fixé pour l'avenir est ambitieux : **supprimer les boissons packagées en PET des 29 restaurants rénovés**, représentant près d'un tiers des établissements Flunch, d'ici mi-2024 ; puis **éradiquer complètement les bouteilles plastiques d'ici 2026 sur la totalité des restaurants**.

En adoptant des alternatives innovantes et responsables, **Flunch témoigne de son engagement envers une consommation plus durable et la préservation de notre planète !**



ET AUSSI ...

- **Révision de l'offre Free-low visant à diminuer l'offre et à proposer des DLC plus longues, pour moins de gaspillage.**
- **Réduction renforcée du nombre de références proposées le soir**, sur les restaurants avec le moins de fréquentation.
- **Diversification de l'offre dans les restaurants transformés**, avec des plats nécessitant moins de viande.
- **Bilan carbone effectué en scope 3 sur les données 2022 et création d'une comptabilité carbone mensuelle.**



AU MENU POUR 2024 !

- **Projet des cuisines gourmandes** qui embarque nativement l'éco-conception des plats.
- **Plan énergie par restaurant** pour tracer la baisse de la consommation.

ENJEU	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Réduire nos déchets et le gaspillage alimentaire	Taux d'emballage à usage unique	1,1%	0,8%	1,1%
	Taux de démarque connue (gaspillage alimentaire)	1,2%	1,4%	1,2%
	Part de viande rouge (bœuf, vache, veau, mouton, agneau)	5,5%	5,1%	5,1%
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre	Emissions totales CO2 (t CO2e)	214 451	212 821	212 723
	Emissions de GES totaux par repas (kg CO2e)	7,6	7,7	7,1
	Emissions de GES totaux par k€ de CA HT (kg CO2e)	708	634,8	611,6

PRODUITS ET FILIÈRES PLUS RESPONSABLES



DES STEAKS LOCAUX, SAVOUREUX ET RESPONSABLES !

Flunch renforce son engagement responsable avec l'introduction de nouveaux steaks «Saveur en'Or» pour 16 de ses restaurants du Nord ! Fabriqués à Douai à partir d'animaux élevés localement, ces steaks incarnent la volonté de Flunch de privilégier une filière responsable, **garantissant traçabilité et soutien aux producteurs régionaux.**



Ce nouveau sourcing permet une réduction significative de l'empreinte carbone, soulignant ainsi l'engagement éco-responsable de Flunch. Les steaks «Saveur en'Or» ne sont pas simplement un choix de qualité, mais aussi **une décision éthique pour les consommateurs soucieux de l'origine de leur alimentation.**

La traçabilité accrue assure aux clients la provenance locale des steaks, tandis que le soutien aux éleveurs régionaux contribue au dynamisme économique local. **Les consommateurs peuvent ainsi savourer des produits de qualité tout en participant à une démarche responsable.**



Fidèle à son engagement, **Flunch garantit ainsi une expérience culinaire authentique, respectueuse de ses filières, de ses territoires et de ses consommateurs !**

16
RESTAURANTS
APPROVISIONNÉS

ET AUSSI ...

- **Suppression des substances controversées pour toutes les recettes des entremets Flunch**, en partenariat avec son fournisseur Somapro.
- **100% des oeufs et des ovoproduits utilisés proviennent de l'élevage hors cage, depuis janvier 2023.**



AU MENU POUR 2024 !

- **Anticiper l'engagement sur le poulet de chair**, en garantissant un approvisionnement respectant le référentiel BCC (Better Chicken Commitment) en faveur du bien-être animal.

ENJEUX	INDICATEURS DPEF	2022	2023	OBJECTIFS 2024
Préserver la santé	Part de nos produits sans substances controversées	93%	91%	94%
	Note hygiène des restaurants	79,7	82	82
Développer des filières responsables	Part de viande bovine labellisée VBF	81,4%	81,3%	81,3%
	Part de poissons labellisés MSC	90,8%	82,6%	82,6%



La Business Intelligence au service de la transition alimentaire

“Permettre aux acteurs de l’alimentaire de se connecter, de mesurer et d’améliorer les impacts environnementaux et sociaux de leur offre tout en étant compétitifs et attractifs pour leurs clients”, voici la promesse de Rizoa.

Notre entité nouvellement créée au sein de l’écosystème Agapes agit par et pour uné communauté de leaders de marque et leurs équipes dans la réconciliation des défis environnementaux, humains et business pour une transition réussie.

Orientée pour cette première année d’existence vers le conseil et l’accompagnement, Rizoa gagne en expérience pour construire une nouvelle offre digitale visant à éclairer et à faciliter le pilotage de la triple performance par la donnée. A terme, l’ambition est de s’adresser à tous les acteurs qui souhaitent s’engager efficacement dans la transition alimentaire.

Collecter, enrichir et produire les données, les savoirs et les outils de décisions éclairées, mais aussi rassembler et accompagner les parties prenantes pour une transition durable accélérée, joyeuse et innovante, Rizoa met la business intelligence au service de la restauration.



Maguelone Paré,
Leader Rizoa

4 collaborateurs

1 expertise ACV et Nutrition/Santé

1 expertise en gestion de projets à impact

6

CLIENTS DANS LA RESTAURATION

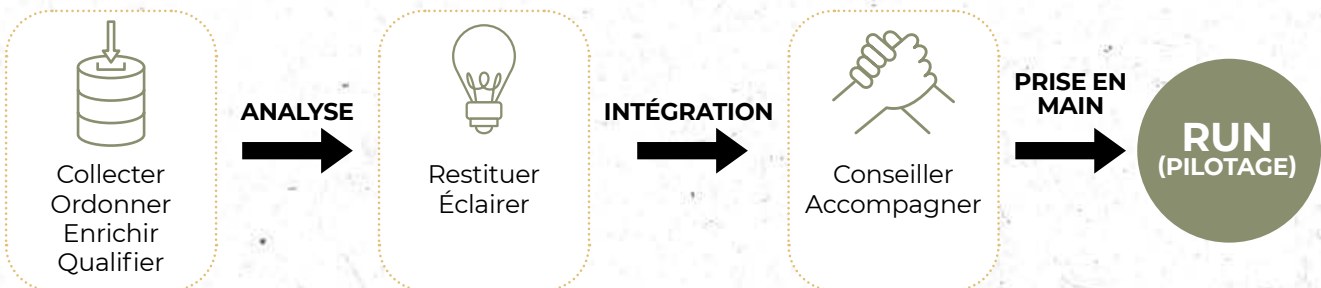
1

CLIENT DANS L'AGRO-ALIMENTAIRE

“Connecter les acteurs et les données de l’alimentation pour améliorer la triple performance des entreprises du secteur
#PEOPLE #PLANET.#PROFIT”

MODÈLE D’AFFAIRES

Une communauté food Rizoa au bénéfice d’une création durable de la valeur.



Notre mission : Produire et valoriser de la donnée pour éclairer et piloter la triple performance.

RIZOA X 3 BRASSEURS : UN APPROVISIONNEMENT RAISONNÉ, TESTÉ ET APPROUVÉ !



Depuis sa création, Rizioa aide diverses marques de l'écosystème Agapes à améliorer leur performance environnementale dans une logique d'amélioration globale. En utilisant des données spécifiques et semi-spécifiques d'Analyse de Cycle de Vie (ACV), Rizioa mesure l'impact environnemental des produits. Ces données, combinées à des informations sur la nutrition, sur la performance économique et sur les activités, sont utilisées pour identifier des opportunités d'amélioration dans la conception d'une offre éco-conçue, alignée avec les dernières tendances de consommation et respectueuse de l'environnement.

3 Brasseurs a été le premier à bénéficier de cette approche pour créer sa carte Printemps-Été 2024. Les résultats positifs ont incité la marque à continuer cette démarche pour ses futures cartes. L'ADEME a également reconnu cette initiative en accompagnant Rizioa pour un autre client, Il Ristorante.

Pour renforcer son engagement territorial, Rizioa a aidé 3 Brasseurs à tester l'approvisionnement en produits locaux et issus d'une agriculture raisonnée pour alimenter une quinzaine de recettes éco-conçues. Ce test, réalisé en Pays de Loire, a été concluant et ouvre de nouvelles perspectives pour 2024.

Concrètement, Rizioa soutient les marques alimentaires dans la gestion de leur performance extra-financière, en liant directement l'impact environnemental à l'offre et à l'activité. Rizioa accompagne ainsi plusieurs marques dans l'élaboration de leur trajectoire de décarbonation et la mise en œuvre d'actions d'atténuation.

+8,3%
DE PROGRESSION
DES VENTES SUR LES
PLATS DU JOUR LOCAUX
ET ÉCO-CONÇUS

137,58
PLATS DU JOUR EN
MOYENNE SUR 2 SEMAINES
(+20.8% SANS LES PLATS
VÉGÉTARIENS)

ET AUSSI ...

- 3 analyses de Cycle de Vie Spécifique sur la bière artisanale.
- 1 projet d'éco-conception d'offre complète de restauration de type brasserie.
- 2 projets de plan d'atténuation des émissions de GES engagés.
- 1 test d'approvisionnement en produits locaux pour des plats du jour éco-conçus.
- 1 projet de bilan carbone scope 3 sur 6 marques.
- 1 reporting extra-financier mensuel intégrant les KPI de la DPEF.
- 1 financement obtenu auprès de l'ADEME.
- 3 partenariats avec des entreprises spécialisées dans la mesure d'impact.
- 1 partenariat avec un grossiste de produits locaux.
- 2 fresques de l'alimentation animées.



PERSPECTIVES 2024 !

- Plusieurs clients potentiels hors de l'écosystème Agapes.
- 3 projets d'éco-conception.
- 1 animation de projet d'analyse de double-matérialité.
- 1 analyse d'écarts CSRD.
- 1 Analyse de Cycle de Vie Spécifique sur la filière porc.
- 1 dispositif d'assistance pour nos clients.
- Mise en oeuvre de l'architecture de la Data Platform.

AGAPES

Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

(Exercice clos le 31 décembre 2023)



Rapport de l'un des commissaires, aux comptes désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

(Exercice clos le 31 décembre 2023)

AGAPES

4, rue de l'Espoir
59260 Lezennes

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société AGAPES (ci-après « l'entité ») désigné organisme tiers indépendant, « tierce partie » accrédité par le Cofrac (Accréditation Cofrac Inspection, n°3-1862, portée disponible sur www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2023, (ci-après respectivement les « informations » et la « Déclaration ») présentées dans le rapport de gestion du groupe en application des dispositions des articles L.225-102-1, R.225-105 et R.225-105-1 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Commentaire

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du code de commerce, nous formulons le commentaire suivant :

Les éléments de la Déclaration sont présentés sans cohérence d'ensemble. En effet, si la structure « risques, politiques, indicateurs clés de performance » est présentée au sein de la Déclaration, le lien avec les engagements, actions et résultats présentés n'est pas établi ce qui nuit à la compréhension de la performance extra-financière de l'entité.

*PricewaterhouseCoopers Audit, SAS, Bâtiment Shake 612 rue de la Chaude Rivière 59000 Lille
Téléphone: +33 (0)3 20 12 49 00, www.pwc.fr*

Société d'expertise comptable inscrite au tableau de l'ordre de Paris - Ile de France. Société de commissariat aux comptes membre de la compagnie régionale de Versailles et du Centre. Société par Actions Simplifiée au capital de 2 510 460 €. Siège social : 63 rue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine. RCS Nanterre 672 006 483. TVA n° FR 76 672 006 483. Siret 672 006 483 00362. Code APE 6920 Z. Bureaux : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Nantes, Neuilly-Sur-Seine, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulouse, Montpellier.

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont disponibles sur demande au siège de l'entité .

Limites inhérentes à la préparation des Informations

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à la direction de :

- sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- préparer une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance ;
- préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant ; ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie par le Conseil d'administration.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R.225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées), fournies en application du 3° du I et du II de l'article R.225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et d'évasion fiscale) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A.225-1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, Intervention du commissaire aux comptes – *Intervention de l'OTI – Déclaration de performance extra-financière*, tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée) - *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L.821-28 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 5 personnes et se sont déroulés entre mars 2024 et avril 2024 sur une durée totale d'intervention de 4 semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené 7 entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les directions RSE, Audit interne, Ressources Humaines, Opérationnelle, Offres, Juridique, Finance, Marketing et Achats.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;

- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L.225-102-1 en matière sociale et environnementale, ainsi qu'en matière de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^{ème} alinéa du III de l'article L.225-102-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R.225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus au regard des principaux risques et politiques présentés, et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en annexe. Nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L.233-16 le cas échéant avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en annexe, nous avons mis en œuvre :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail, sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès du siège d'Agapes SA, et couvrent entre 20% et 25% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation ;

AGAPES

Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière
Exercice clos le 31 décembre 2023 - Page 5

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Fait à Neuilly-sur-Seine, le 30 avril 2024

L'un des Commissaires aux comptes
PricewaterhouseCoopers Audit

Nicolas WILFART

Nicolas Wilfart
Associé

 *Anne Parenty*

Anne Parenty
Associée Développement Durable

Annexe : Liste des informations que nous avons considérées comme les plus importantes

Indicateurs clés de performance :

- Part (%) de collaborateurs en CDI ;
- Part (%) de collaborateurs en temps complet ;
- Taux (%) de promotion interne ;
- Index égalité Homme/Femme ;
- Taux (%) de turnover CDI ;
- Part de viande rouge (bœuf, vache, veau, mouton, agneau) ;
- Taux (%) d'emballage à usage unique ;
- Taux (%) de démarque connue (gaspillage alimentaire) ;
- Part (%) de nos produits sans substance controversée ;
- Note hygiène des restaurants ;
- Part (%) de viande bovine française labellisée VBF ;
- Part (%) de poisson labellisé MSC.

Autres résultats quantitatifs :

- Nombre d'accords signés avec les partenaires sociaux sur l'entité Flunch ;
- Nombre de participants au programme de formation en management sur 2023 sur l'entité IIRistorante ;
- Résultat de l'enquête Trust Index sur l'entité 3 Brasseurs ;
- Score de la certification IFS sur l'entité Festein d'Alsace ;
- Dépenses d'emballages à usage unique sur l'entité 3 Brasseurs ;
- Poids des réceptions de viande rouge sur l'entité 3 Brasseurs ;
- Tonnes (t) de jambon râpé acheté de la filière VPF sur l'entité Salad&Co.

Informations qualitatives (actions et résultats qualitatifs) :

- Participation journées inclusion DuoDay sur l'entité 3 Brasseurs ;
- Création d'un organisme interne appelé ODACE (ORGANISME POUR LE DEVELOPPEMENT ET L'APPRENTISSAGE DES CONNAISSANCES) en charge de la formation professionnelle sur l'entité Flunch ;
- Mise en place du NPS collaborateur sur l'entité IIRistorante ;
- Réalisation d'une Analyse de Cycle de vie sur bières permanentes sur l'entité 3 Brasseurs ;
- Mise en place de mesures pour réduire le gaspillage alimentaire sur l'entité Festein d'Alsace ;
- Obtention de la certification IFS niveau supérieur sur l'entité Festein d'Alsace ;
- Lancement de la filière d'approvisionnement jambon râpé 100% français sur l'entité Salad&Co.